



สารนิพนธ์

เรื่อง รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกงของกลุ่ม Gen-Y

โดย

นางสาวโชติกา โทมอญ

รหัสนักศึกษา 05570717

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตร์บัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยสกลนคร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของสาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยสกลนคร

คำนำ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษารายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ เนื่องจากปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจในหลายประเทศทั่วโลก ซึ่งส่องประกายว่าประสบความสำเร็จในการเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และกลายเป็นเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวลำดับต้นๆ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งนี้ Gen-Y ถือเป็นกลุ่มคนหนึ่งที่เดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูง โดยเฉพาะในต่างประเทศ และมีแนวโน้มว่ารายได้ทางการท่องเที่ยวที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y จะเพิ่มขึ้นอีกอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้จัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น โดยศึกษาเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวในช่องทางของกลุ่ม Gen-Y” เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว รวมถึงแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในช่องทาง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจต่อการพัฒนาและวางแผน โปรแกรมและเส้นทางกรท่องเที่ยวรูปแบบใหม่สำหรับกลุ่ม Gen-Y หากสารนิพนธ์ฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

โชติกา โทมมอญ

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่องทางของกลุ่ม Gen-Y” สำเร็จลุล่วงด้วยดีได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั้นสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าและคอยดูแลเอาใจใส่แก่ผู้วิจัยในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางการศึกษาการทำวิจัย ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขในข้อบกพร่อง ตั้งแต่เริ่มดำเนินการศึกษาจนสำเร็จการศึกษาอย่างต่อเนื่อง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่า และกรุณาให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม และตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริง ทำให้มีข้อมูลสำหรับการทำวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณครอบครัวที่ให้ความช่วยเหลือ คอยให้คำชี้แนะสำหรับการทำวิจัย และเป็นกำลังใจอยู่เคียงข้างเสมอ

ขอขอบพระคุณหน่วยงาน เว็บไซต์ต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทุกฉบับที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการวิจัย ตลอดจนเพื่อนๆ ทุกคนสำหรับความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาต่างๆ อีกทั้งยังคอยเป็นกำลังใจให้เสมอมา และขอขอบคุณทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยผ่านพ้นอุปสรรคจนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

โชติกา โทมอญ

23 เมษายน 2561

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์	รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกง ของกลุ่ม Gen-Y
ผู้เขียน	นางสาวโชติกา โคมอญ
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั้นสุวรรณ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของฮ่องกงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาสังคมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ที่มีความต้องการและใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูง ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในงานวิจัยชิ้นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง เสนอแนะการพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y โดยศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร แผนที่หรือเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเก็บข้อมูลแบบสอบถามด้านแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2018 จำนวน 101 คน และทำการวิเคราะห์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่อายุอยู่ในช่วง Gen-Y ตอนต้น ประมาณ 18 - 24 ปี อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป โดยมีรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ เดินทางเพื่อพักผ่อน สร้างประสบการณ์ สัมผัสบรรยากาศและเปิดมุมมองใหม่ๆ โดยเลือกเที่ยวฮ่องกงเนื่องจากการคมนาคมที่ดีและแหล่งช้อปปิ้งที่มีจำนวนมาก ซึ่งสถานที่ไปมากที่สุด คือ ย่านหรือถนนสายช้อปปิ้ง ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นเวลา 3 - 5 วัน ในช่วงเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ เนื่องจากเป็นช่วงหยุดยาวของไทยและเทศกาลของฮ่องกง ให้ความสำคัญด้านความสะดวกปลอดภัย และใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ใช้อินเทอร์เน็ตวางแผนและค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวในส่วนการพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับกลุ่ม Gen-Y สามารถจัดได้ 2 เส้นทาง คือ สำหรับกลุ่มที่มีรายได้น้อย ท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 วัน 2 คืน เน้นกิจกรรมการช้อปปิ้ง และสำหรับกลุ่มที่มีรายได้สูง ท่องเที่ยวเป็นเวลา 5 วัน 4 คืน เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนันทนาการและการช้อปปิ้ง โดยเฉพาะในย่านจิมซาโจยของฝั่งเกาลูน และย่านเซ็นทรัลของฝั่งเกาะฮ่องกง

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว Gen-Y ฮ่องกง

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ขอบเขตของการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	4
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	4
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	11
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	15
แนวคิดการจัดเส้นทางท่องเที่ยว	23
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น(People Generations)	27
นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของฮ่องกง	30
สภาพภูมิศาสตร์ของฮ่องกง	31
สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในฮ่องกง	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	44

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	47
แหล่งที่มาของข้อมูล	47
ขั้นตอนการศึกษา	47
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	48
เทคนิคในการวิเคราะห์	49
บทที่ 4 ผลการศึกษา	50
แหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง	50
แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง	127
การจัดโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยว กลุ่ม Gen-Y	156
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา	174
สรุปผลการศึกษา	174
อภิปรายผลการศึกษา	176
ข้อเสนอแนะ	178
ข้อจำกัดในการศึกษา	179
บรรณานุกรม	180
ภาคผนวก	198
ภาคผนวก ก	198
ภาคผนวก ข	206
ประวัติผู้วิจัย	217
แบบออนไลน์สิทธิ์ภาคินพนธ์	218

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1	แผนที่ภูมิประเทศฮ่องกง 31
ภาพที่ 2	แผนภูมิอากาศและอุณหภูมิเฉลี่ยในแต่ละเดือนของฮ่องกง 32
ภาพที่ 3	สวนสนุก Ocean Park 35
ภาพที่ 4	ลานไควฟง 36
ภาพที่ 5	รูปปั้นบรู๊ท ลีที่ Avenue of Star 37
ภาพที่ 6	การแสดง A Symphony of Lights 37
ภาพที่ 7	ตลาด Ladies Market 38
ภาพที่ 8	Temple Street Night Market 39
ภาพที่ 9	วัดห้วง ไท่ซิน 40
ภาพที่ 10	Hong Kong Disneyland 41
ภาพที่ 11	ทิวทัศน์เมืองฮ่องกงจาก The Peak 42
ภาพที่ 12	รถราง Peak Tram 42
ภาพที่ 13	อาคาร The Peak Tower 43
ภาพที่ 14	จุดชมทิวทัศน์ Sky Terrace 428 43
ภาพที่ 15	สถานที่จัดแสดง The Peak Tram Historical Gallery 44
ภาพที่ 16	แผนที่แสดงที่ตั้งของย่านที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม Gen-Y 50
ภาพที่ 17	แผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในกลุ่ม Gen-Y 51
ภาพที่ 18	ทิวทัศน์บนยอดเขาวิกตอเรีย พีค 52
ภาพที่ 19	แผนที่แสดงที่ตั้งของ Victoria Peak 54
ภาพที่ 20	ภาพปรากฏการณ์ The Peak Tram Illusion 55
ภาพที่ 21	อาคาร The Peak Tower 57
ภาพที่ 22	พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุสโซ (Madame Tussauds Hong Kong) 60
ภาพที่ 23	หุ่น Park Hae-jin จาก K-wave Zone 60
ภาพที่ 24	Madness 3D Adventure 62
ภาพที่ 25	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ The Peak Tower 63
ภาพที่ 26	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Sky Terrace 428 65

ภาพที่ 27	Man Mo Temple	66
ภาพที่ 28	บริเวณภายในวัด Man Mo	66
ภาพที่ 29	PMQ Exhibition	67
ภาพที่ 30	ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ Old Town Central	67
ภาพที่ 31	ร้านอาหารใน Old Town Central	68
ภาพที่ 32	ถนน Lascar Upper Row	68
ภาพที่ 33	แผนที่แนะนำเส้นทางการท่องเที่ยว Old Town Central	69
ภาพที่ 34	ย่าน Lan Kwai Fong	71
ภาพที่ 35	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Lan Kwai Fong	71
ภาพที่ 36	ห้าง Landmark ในช่วงเทศกาลคริสต์มาส	72
ภาพที่ 37	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของห้าง Landmark	73
ภาพที่ 38	แผนที่แสดงที่ตั้งของสถานที่ช้อปปิ้งย่านเซ็นทรัล	73
ภาพที่ 39	น้ำพุจาก โซน Aqua City	75
ภาพที่ 40	The Grand Aquarium	76
ภาพที่ 41	ภายใน โซน Old Hong Kong	77
ภาพที่ 42	Sea Life Carousel	78
ภาพที่ 43	โซน Amazing Asian Animals	78
ภาพที่ 44	Merry Go Round	81
ภาพที่ 45	Clown A Round	81
ภาพที่ 46	Balloons Up-Up-And-Away	82
ภาพที่ 47	Whiskers Theatre	83
ภาพที่ 48	โซน Rainforest	85
ภาพที่ 49	Sea Jelly Spectacular	87
ภาพที่ 50	Eagle	88
ภาพที่ 51	โซน Thrill Mountain	90
ภาพที่ 52	Whirly Bird	92
ภาพที่ 53	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Ocean Park	94
ภาพที่ 54	สะพานแดง วัด Kwun Yam Shrine	96
ภาพที่ 55	Kwun Yam Shrine	97
ภาพที่ 56	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Kwun Yam Shrine	98

ภาพที่ 57	A Symphony of Lights (SoL)	100
ภาพที่ 58	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ A Symphony of Lights (SoL)	101
ภาพที่ 59	Nathan Road	101
ภาพที่ 60	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Nathan Road	102
ภาพที่ 61	Granville & Cameron Road	103
ภาพที่ 62	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Granville & Cameron Road	104
ภาพที่ 63	ศูนย์การค้า Langham Place	105
ภาพที่ 64	สถานที่ช้อปปิ้งย่านมงก๊ก	105
ภาพที่ 65	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ช้อปปิ้งย่านมงก๊ก	106
ภาพที่ 66	วัดห้วงไต้ซิน (Wong Tai Sin Temple)	107
ภาพที่ 67	Good Wish Garden	108
ภาพที่ 68	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Wong Tai Sin Temple	109
ภาพที่ 69	Main Street U.S.A.	111
ภาพที่ 70	ขบวนพาเหรดชุด Flights of Fantasy Parade	112
ภาพที่ 71	ขบวนพาเหรดชุด Disney Paint the Night	113
ภาพที่ 72	การแสดงชุด Festival of The Lion King	115
ภาพที่ 73	Big Grizzly Mountain Runaway Mine Cars	116
ภาพที่ 74	Mystic Manor	117
ภาพที่ 75	โซน Toy Story Land	117
ภาพที่ 76	Slinky Dog Spin	118
ภาพที่ 77	Cinderella Carousel	121
ภาพที่ 78	It's a small world	121
ภาพที่ 79	Mad Hatter Tea Cups	122
ภาพที่ 80	โซน Tomorrowland	123
ภาพที่ 81	Orbitron	124
ภาพที่ 82	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Hong Kong Disneyland	126
ภาพที่ 83	แผนที่แสดงเส้นทางรถท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท	156
ภาพที่ 84	ร้าน Symphony By Jade	158
ภาพที่ 85	เมนูร้าน Symphony By Jade	158

ภาพที่ 86	The Kowloon Hotel	158
ภาพที่ 87	ช้อปปี้งย่าน Tsim Sha Tsui ถนนนาธาน	160
ภาพที่ 88	ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์	161
ภาพที่ 89	ช้อปปี้งย่านมงก๊ก (Mong Kok)	162
ภาพที่ 90	แผนที่แสดงเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป	163
ภาพที่ 91	ชมทิวทัศน์ Sky Terrace 428	165
ภาพที่ 92	เมนูร้าน Lu Feng	165
ภาพที่ 93	Lan Kwai Fong Hotel	166
ภาพที่ 94	ห้องพักโรงแรม Lan Kwai Fong Hotel	166
ภาพที่ 95	เจ้าแม่กวนอิมรีพลัส เบย์(Kwun Yam Shrine)	167
ภาพที่ 96	สวนสนุกและสวนน้ำ Ocean Park	168
ภาพที่ 97	ลานไควฟงในช่วงเทศกาล	169
ภาพที่ 98	Yung Kee Restaurant	170
ภาพที่ 99	เมนูร้าน Yung Kee Restaurant	170
ภาพที่ 100	ช้อปปี้งย่านเซ็นทรัล	170
ภาพที่ 101	Hyatt Regency Hong Kong	171
ภาพที่ 102	วิวจากห้องพัก Hyatt Regency Hong Kong	171
ภาพที่ 103	ย่านช้อปปี้งในจิมซาโจ้ย	172

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ อายุ และอาชีพ	128
ตารางที่ 2	เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	130
ตารางที่ 3	เหตุผลหลักที่เลือกฮ่องกงในการเดินทางท่องเที่ยว	131
ตารางที่ 4	แหล่งการค้นหาข้อมูลต่างๆในการเดินทางท่องเที่ยว	133
ตารางที่ 5	จำนวนสมาชิก ลักษณะ และการวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวฮ่องกง	135
ตารางที่ 6	ค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในฮ่องกง	136
ตารางที่ 7	ระยะเวลา และช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวในฮ่องกง	138
ตารางที่ 8	เหตุผลการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	139
ตารางที่ 9	สิ่งที่คำนึงในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก	140
ตารางที่ 10	ช่องทางในการจองที่พัก	141
ตารางที่ 11	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่วางแผนไว้เมื่อเดินทางไปฮ่องกง	142
ตารางที่ 12	สถานที่ท่องเที่ยวในฮ่องกงที่เดินทางไป	143
ตารางที่ 13	สถานที่พักผ่อนในการเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง	145
ตารางที่ 14	ย่านที่เลือกสำหรับที่พักในการท่องเที่ยวในฮ่องกง	146
ตารางที่ 15	ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่ใช้สำหรับค่าที่พัก	147
ตารางที่ 16	สินค้าหรือของที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อในฮ่องกง	148
ตารางที่ 17	ย่านหลักในการซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกในฮ่องกง	149
ตารางที่ 18	จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับซื้อของที่ระลึกหรือช้อปปิ้ง	150
ตารางที่ 19	ประเภทร้านอาหารที่เลือกในการท่องเที่ยวในฮ่องกง	152
ตารางที่ 20	จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับค่าอาหาร	152
ตารางที่ 21	จำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง	153
ตารางที่ 22	ความต้องการกลับไปเที่ยวที่ฮ่องกง	154

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวได้รับความนิยมนิยมและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีบทบาทที่สำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก เป็นตัวขับเคลื่อนและกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจทั้งเศรษฐกิจของประเทศและเศรษฐกิจทั่วโลก เห็นได้จากมูลค่าการท่องเที่ยวโลกในปี 2015 มีมูลค่าการท่องเที่ยวสูงถึง 1,260 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 จากปี 2014 และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกมีจำนวนมากถึง 1,186 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้น 52 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 จากปี 2014 (UNWTO, 2016) อีกทั้งมูลค่ารายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปี 2015 มีมูลค่าถึงร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมโลก หรือ GDP (WTTC, 2015) จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับชีวิตของมนุษย์ และการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังนำมาซึ่งผลประโยชน์และสร้างรายได้จำนวนมากมหาศาลให้กับประเทศ อีกทั้งยังเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ นำมาซึ่งการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมโลก เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ กระจายรายได้ ส่งผลให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตของมนุษย์ และสร้างความมั่งคั่งและยั่งยืนให้กับประเทศและประชากร

ฮ่องกง หรือ เขตบริหารพิเศษฮ่องกง เป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก โดยมีสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกในปี 2016 มากถึง 56,654,903 คน เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลย้อนหลัง 4 ปี ซึ่งมีสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเพียง 48 ล้านกว่าคนเท่านั้น (The Hong Kong Tourism Board, 2560) นอกจากนี้ฮ่องกงยังเป็นอันดับ 1 เมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของโลก (City Destinations Ranking) จากการจัดอันดับของบริษัทวิจัย Euromonitor International ซึ่งการได้รับการโหวตจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้เป็นอันดับหนึ่ง (Euromonitor International, 2560) ซึ่งให้เห็นถึงเสน่ห์ของฮ่องกงและการประสบความสำเร็จในการเป็นผู้นำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของฮ่องกง เนื่องจากฮ่องกงมีความหลากหลายทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชากร เป็นศูนย์รวมของสถานที่สำคัญทั้งด้านธุรกิจ การท่องเที่ยว รวมถึงการเมืองการปกครอง นอกจากนี้ยังเที่ยวพร้อมไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งวัดวาอาราม แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งช้อปปิ้ง และสวนสนุก เป็นต้น

เกาะฮ่องกง เป็นย่านธุรกิจการค้าและการเงินที่สำคัญ เช่น ย่านคอสเวย์เบย์ (Causeway Bay) ย่านเซ็นทรัล (Central) ถนนเศรษฐกิจและแหล่งช้อปปิ้งแห่งเกาะฮ่องกง เป็นต้น อีกทั้งเกาะฮ่องกงยังมีการคมนาคมที่สะดวกและให้บริการหลากหลายประเภทสำหรับการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว เป็นที่ตั้งของท่าเรือที่สำคัญอย่างท่าเรือเฟอร์รี่ฮ่องกง-มาเก๊า ให้บริการเรือโดยสารระหว่างเขตบริหารพิเศษฮ่องกงกับเขตบริหารพิเศษมาเก๊าและเมืองต่างๆ เกาหลิน เมืองที่เป็นสัญลักษณ์การท่องเที่ยวและเป็นแหล่งขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งของฮ่องกง เส้นผ่าของการผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของฮ่องกงกับความทันสมัยและแสงสียามค่ำคืน และยังเป็นที่ตั้งของการแสดงมัลติมีเดีย A Symphony of Lights ซึ่งได้รับการบันทึกสถิติโลกจาก Guinness World Records ว่าเป็นการแสดงแสงสีและเสียงแบบถาวรกลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุดของโลก ประกอบด้วยแสง สี พร้อมด้วยดนตรีและเลเซอร์สุดอลังการ เล่าถึงความมีชีวิตชีวาจิตวิญญาณและความแตกต่างของฮ่องกง (The Hong Kong Tourism Board, 2560) และเกาะลันเตา อันเป็นที่ตั้งของท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกงและเป็นจุดศูนย์กลางด้านการคมนาคมทางอากาศของเอเชียตะวันออก โดยสนามบินนานาชาติฮ่องกงได้รับมาตรฐานในระดับ 5 ดาวจาก Skytrax ติดอันดับ 5 ของสนามบินที่ดีที่สุดในโลก (The World's Top 10 Airports of 2017) (Skytrax, 2560) รวมทั้งยังเป็นที่ตั้งของฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ สวนสนุกในเครือวอลต์ดิสนีย์ ดินแดนแห่งจินตนาการที่เต็มไปด้วยตัวการ์ตูนและเครื่องเล่นจำนวนมาก เป็นสวนสนุกในเครือวอลต์ดิสนีย์แห่งที่ 2 ในเอเชียถัดจากประเทศญี่ปุ่น โดยความร่วมมือกับรัฐบาลฮ่องกง (Go!Graph, 2560)

กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen-Y เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่และคนกลุ่มใหญ่ของประชากรโลก มีจำนวนกว่า 2 พันล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ของประชากรโลก (TCIJ, 2559) เป็นกลุ่มที่มีอัตราการใช้จ่ายในต่างประเทศสูงที่สุดเมื่อเทียบกับคนรุ่นก่อน ร้อยละ 75 ของกลุ่ม Gen-Y มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่สำคัญว่าในอนาคตคนกลุ่ม Gen-Y จะยังคงใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอีกนาน อีกทั้งมีการคาดการณ์ว่าภายในปี 2020 จะมีเม็ดเงินสะพัดจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ที่ใช้จ่ายในต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นถึง 1.6 เท่า หรือเป็นเงินประมาณ 3.4 แสนล้านเหรียญสหรัฐ (Millennial Marketing, 2017) โดยประเทศที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ แอเซียและยุโรป (TripBarometer, 2557) และพบว่าจุดหมายการท่องเที่ยวลำดับต้นๆ ของคนกลุ่มนี้ คือ ฮ่องกง ซึ่งมาจากผลสำรวจของคนกลุ่ม Gen-Y ในหลายประเทศจาก Agility Research หรือบริษัทวิจัยชั้นนำของสิงคโปร์ (Agility Research, 2560)

ด้วยเหตุนี้เองผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในฮ่องกงของคนกลุ่ม Gen-Y” เพราะทำให้ทราบรูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหรือปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y โดยทำการศึกษาในฮ่องกงเพื่อที่จะเข้าใจ

นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y และนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความชอบ ตลอดจนเพื่อค้นหาช่องทางและกลยุทธ์สื่อสารทางการตลาดที่จะเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว Gen-Y ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง
3. เพื่อเสนอแนะการพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y

ขอบเขตของการศึกษา

ผู้วิจัยจะทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของฮ่องกงและพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ เกาะฮ่องกง(Hong Kong Island) เกาลูน(Kowloon) และเกาะลันเตา(Lantau Island) เท่านั้น

นิยามศัพท์

Generation Y หรือ *Gen-Y* หมายถึง กลุ่มประชากรที่เกิดในช่วงระหว่างปี 1980 ถึง 2000 ซึ่งในปัจจุบันมีอายุอยู่ระหว่างปี 17 - 37 ปี (BLT Bangkok, 2560)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง
2. ทำให้ทราบแรงจูงใจและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง
3. ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปใช้วางแผนในการจัดการโปรแกรมเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมให้กับกลุ่ม Gen-Y
4. ภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปใช้วางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y ได้

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกงของกลุ่ม Gen-Y ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหรือผู้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2533: 19) กล่าวถึงการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาความรู้ เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว ในหลักการแล้วอาจจะกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการดังต่อไปนี้

ประการแรก เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary)

ประการที่สอง เดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary)

ประการที่สาม เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

วรรณ วลัยวนิช (2539) กล่าวถึงการท่องเที่ยว ว่าเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

ศุข ชุมสาย และฉวีพันธ์ พรหมโยธี (2527: 42-43) กล่าวถึงการท่องเที่ยว ว่าเป็นหลายอย่าง และมีความหมายหลายอย่าง โดยที่การท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วย 3 ปัจจัยเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักผ่อน และการกินอาหารนอกบ้าน ดังนั้น การกำหนดว่าการท่องเที่ยวคืออะไร

จะต้องกระทำจากทัศนคติของปัจจัยทั้ง 3 นั้น อย่างไรก็ตาม เป็นข้อตกลงระหว่างนักวิชาการท่องเที่ยวว่าการเดินทางบางประเภทไม่นับเป็นการท่องเที่ยว ตามประเพณีสากลทั้งที่เป็นหลักวิชาการและหลักปฏิบัติการเดินทางที่เป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีเงื่อนไขอย่างน้อยครบถ้วน 3 ประการ คือ

ประการแรก ต้องเป็นการชั่วคราว

ประการที่สอง ต้องเป็นไปตามความตั้งใจต้องการของผู้เดินทาง

ประการที่สาม ต้องมิใช่เพื่อรับสินจ้างในการนั้น

นิสา ชัชกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ การเดินทาง การค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

จากคำนิยามความหมายของการท่องเที่ยวจากนักวิชาการหลายท่านที่ให้คำจำกัดความไว้ต่างให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้คล้ายคลึงกันว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงการเดินทางของมนุษย์จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งหรือไปพักผ่อนยังสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว ซึ่งเป็นไปด้วยความสมัครใจของผู้เดินทาง และเป็นการเดินทางที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

Tourism Western Australia (2008) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จ สร้างความประทับใจ และผลกำไรได้ ต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ ที่สำคัญร่วมกัน 5 ประการ หรือเรียกว่า 5A ได้แก่

1. ความดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์ มีความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่างๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชาติ หรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา เป็นต้น

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถ

ใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่นร้านค้าต่างๆ ร้านขายของที่ระลึก ร้านเช่ารถ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ตู้เอทีเอ็ม โรงพยาบาลสถานีตำรวจหรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้น ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้ไกลที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงว่ามีความยากง่ายเพียงใดแทน ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวก อาจพิจารณาได้จากระบบสาธารณูปโภค หรือสาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่างๆ ระบบสื่อความหมาย และระบบการจัดการ

4. ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายทั้งราคาและการบริการ มีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและปลอดภัย เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ เป็นต้น

5. กิจกรรม (Activity) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น เดินป่า ดำน้ำ ส่องสัตว์ ชมแสงสีเสียงในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น

ศิววรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญ อีกทั้งสถิติที่วัดได้จากประชากรศาสตร์ยังสามารถช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการท่องเที่ยวได้ ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา ดังนี้

1. เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศทำให้นักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดความต้องการของรูปแบบกิจกรรมที่ต่างกัน เช่น เพศหญิงอาจมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่าเพศชายเนื่องจากอุปนิสัยของทั้ง 2 เพศที่แตกต่างกัน เป็นต้น

2. อายุ (Age) ความแตกต่างของช่วงอายุ ทำให้แต่ละบุคคลมีมุมมองในความคิดและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน คนที่อายุน้อยจะมีประสบการณ์ที่น้อยกว่าคนอายุมาก ทำให้การตัดสินใจและการคิดรวดเร็วกว่า แต่คนอายุมากจะมีกระบวนการคิดที่เป็นขั้นตอน จึงใช้เวลาในการคิดและตัดสินใจมากกว่า

3. อาชีพ (Job) อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละอาชีพ มีจุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน เช่น อาชีพแพทย์อาจต้องการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน อาชีพนักเรียนอาจต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาความรู้และประสบการณ์ที่เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

4. รายได้ (Income) การมีรายได้ที่ไม่เท่ากันของนักท่องเที่ยว มักทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะมีความต้องการที่หรูหราและต้องการความสะดวกสบาย แต่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยจะต้องการสิ่งที่คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่มี

5. ระดับการศึกษา (Education) ความแตกต่างของระดับการศึกษา ทำให้นักท่องเที่ยว มีการรับรู้และความคิดที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงจะได้เปรียบในการรับรู้ข่าวสารทางการท่องเที่ยวมากกว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า เช่น คนที่ระดับการศึกษาต่างกันได้รับ ข้อมูลข่าวสารมาจากสื่อหรือบุคคลเหมือนกัน แต่คนที่มีความรู้สูงจะไม่เชื่อโดยสนิทใจ อาจมีการแสวงหาข้อมูลทางสื่อประเภทต่างๆ เพื่อสร้างความมั่นใจก่อนการเดินทาง เป็นต้น

1.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว 3 รูปแบบหลัก คือ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ดังนี้

1.3.1 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

- การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อชมความงาม

ของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้และประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

- การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา ดาวจรัสที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เป็นต้น เพื่อเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล ได้ความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

1.3.2 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

- การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้ ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ ได้รู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆเพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism หรือ Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษและโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น ชมผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อ

การรักษาโรคทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.3.3 รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกาย สุขภาพใจ ได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรีย์ภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้ บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health, Beauty and Spa)

- การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนหรือเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาคำรู้และสัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิเพื่อประสบการณ์และความรู้ใหม่ที่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลป์ หัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

- การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกระเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

- การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดหรือความสนใจ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดาน โต้คลื่น สกีน้ำ เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ตื่นเต้น มีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

- การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวไปแล้วได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัยและได้ประสบการณ์ใหม่

- การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

- การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงาน และต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิต คือ การท่องเที่ยวโดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 - 4 ครั้งต่อปี คราวละนานๆหรืออย่างน้อย 1 เดือน

- การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การจูงใจให้แก่อำนาจของกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ มีความเป็นเลิศในการขายสินค้าต่างๆตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง เป็นต้น จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้ เป็นการให้รางวัลและจูงใจให้เที่ยวโดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรับ และค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทางเป็นการจัดรายการพักรับตั้งแต่ 2 - 7 วัน อาจเป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รายการนำเที่ยวแบบผสมผสานหรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

- การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting I=incentive C=conference E=exhibition) เป็นการจูงใจให้แก่อำนาจของลูกค้าของผู้ที่จัดการประชุม มีรายการจูงใจนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจูงใจรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือผู้เข้าร่วมเดินทางกับผู้ประชุม เช่น สามัคคีกรรยา เป็นต้น อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียวหรือรายการเที่ยวพักรับ 2 - 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น และนำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาว ตั้งแต่ 2 - 7 วันหรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo-Historical Tourism) เป็นต้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของพฤติกรรม

มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้หลายประการ ดังนี้

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง ทุกๆ สิ่งที่บุคคลทำ ซึ่งสามารถสังเกตได้โดยตรง หรืออยู่ในกระบวนการทางจิตใจ ได้แก่ ความคิด ความรู้สึก และแรงขับ ซึ่งเป็นประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ไม่สามารถจะสังเกตได้โดยตรง (Allen and Santrock, 1993: 8)

พฤติกรรมมนุษย์ (Human Behavior) เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวกับการแสดงออกของพฤติกรรมมนุษย์อยู่หลายองค์ประกอบ ได้แก่ การเรียนรู้ ปัญญาและความคิดคำนึง เจตคติ อารมณ์ และแรงจูงใจ อีกทั้ง พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกมาจะแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะพฤติกรรมการทำงานหรือพฤติกรรมส่วนตัว ขึ้นอยู่กับลักษณะและสภาพแวดล้อม (ปิยะนาถ, 2545: 28)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัสส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน มีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

2.2.1 เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งทุกๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศ โดยแสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมในสถานที่ที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม เป็นต้น

2.2.2 ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขาหรือปีนหน้าผา ต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจจึงจะสามารถทำกิจกรรมที่ตนชอบได้ เป็นต้น

2.2.3 สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง เป็นต้น

2.2.4 การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พ้อใจมากที่สุด ในสถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาควรเป็นเวลาที่พักท้องเที่ยวหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน เป็นต้น

2.2.5 การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรม การกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง ตลอดจนกิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เป็นต้น

2.2.6 ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวมีกำหนดการเดินทาง เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

2.2.7 ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อเหตุวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรือเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

2.3 รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุด คือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็นนักท่องเที่ยว (Tourists) หรือนักเดินทาง (Travelers) นักท่องเที่ยว คือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทาง คือ บุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

2.3.1 นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2.3.2 นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionsary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลืมนความจำเจในชีวิตประจำวัน

2.3.3 นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) นักท่องเที่ยวจะเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและต้องการได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส เช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนที่ท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆที่แท้จริง เป็นต้น

2.3.4 นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เด่นชัด คือ ชอบติดต่อกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

2.3.5 นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) จะต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน เช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น เชียงใหม่ โดยพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ทั้งการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

นิตยสาร เสมอใจ (2550: 46) กล่าวว่า การตัดสินใจ คือ กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่า กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process) เป็นขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน และอาจข้ามหรือย้อนกลับไปเริ่มขั้นตอนใดก่อนก็ได้ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem Recognition) การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความจำเป็นและความต้องการของสินค้าว่าต้องการสินค้าใด เกิดจากความต้องการภายในซึ่งอาจเกิดขึ้นเอง เช่น ความรู้สึกหิว กระหายน้ำ เป็นต้น สิ่งกระตุ้นภายนอก อาจเกิดจากการกระตุ้นทางการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การลดราคา การแถมสินค้า เป็นต้น หรืออาจเกิดจากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) และความต้องการที่เป็นความปรารถนา (Acquired Needs) อันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา (Psychological Needs) เมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น และรู้วิธีที่จะตอบสนองสิ่งกระตุ้นนั้น

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อเกิดความต้องการและถูกกระตุ้นมากพอ ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเพื่อหาทางตอบสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น แต่ในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองได้ทันที ความต้องการนั้นจะถูกจดจำไว้เพื่อหาทางตอบสนองในภายหลัง และเมื่อความต้องการถูกสะสมไว้มากๆ จะทำให้เกิดภาวะความตั้งใจเพื่อให้ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการนั้น พฤติกรรมการเลือกแหล่งข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

- แหล่งบุคคล (Personal Sources) เช่น ครอบครัว เพื่อน คนรู้จักที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ เป็นต้น
- แหล่งทางการค้า (Commercial Sources) เช่น สื่อโฆษณา ร้านค้า บรรจุกัมภีร์ ตัวแทนการค้า พนักงานขาย การจัดแสดงสินค้า เป็นต้น
- แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources) เช่น ประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ มาก่อน เป็นต้น
- แหล่งสาธารณชน (Public Sources) เช่น สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้อามาพิจารณาความสำคัญและประโยชน์ที่จะได้รับก่อนการตัดสินใจซื้อ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่างๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก ซึ่งกระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภค มีดังนี้

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Attributes) ผู้บริโภคจะพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติอะไรบ้าง ซึ่งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในความรู้สึกของผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยพื้นฐานการประเมินผลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยตัดสินใจ มีดังนี้

- ผู้บริโภคจะแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตน
- ผู้บริโภคจะแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในความรู้สึกของตน
- ผู้บริโภคจะคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้านั้น
- ผู้บริโภคจะแสวงหาสินค้าที่มีคุณภาพสูงแต่ราคาต่ำ

นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีความแตกต่างกัน นักการตลาดจึงแบ่งตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ออกเป็นส่วนๆ ตามคุณสมบัติที่สร้างความพอใจขั้นต้นให้แก่ผู้ซื้อได้แตกต่างกัน

3.2 ระดับความสำคัญ (Degree of Importance) พิจารณาถึงความสำคัญของคุณสมบัติของสินค้าเป็นหลักมากกว่าพิจารณาถึงความโดดเด่นของสินค้า ซึ่งผู้บริโภคจะให้

ความสำคัญกับลักษณะต่างๆของผลิตภัณฑ์ในระดับแตกต่างกันตามความสอดคล้องกับความต้องการของเขา

3.3 ความเชื่อต่อตรายี่ห้อ (Brand Beliefs) ความเชื่อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค และความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้าเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

3.4 ความพอใจ (Utility Function) ประเมินว่ามีความพอใจต่อสินค้าแต่ละยี่ห้อแค่ไหนผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้าโดยการกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่สนใจแล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์แต่ละตราสินค้า

3.5 กระบวนการประเมิน (Evaluation Procedure) เป็นอีกวิธีที่นำมาปัจจัยสำหรับการตัดสินใจหลายตัว เช่น ความพอใจ ความเชื่อในยี่ห้อ คุณสมบัติของสินค้ามาพิจารณาเปรียบเทียบให้คะแนน และหาผลสรุปว่ายี่ห้อใดได้รับคะแนนจากการประเมินมากที่สุดก่อนตัดสินใจซื้อ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งหลังจากการประเมินผล โดยปกติผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน

ขั้นที่ 5 การประเมินหรือพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ภายหลังการซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าผู้บริโภคพอใจและได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆของสินค้า ย่อมทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้นๆ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้ออันเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากอาจส่งผลจากการบอกต่อของผู้บริโภค ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลง

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

4.1 ความหมายของแรงจูงใจ

มีนักวิชาการหรือผู้ให้คำจำกัดความแรงจูงใจไว้ ดังนี้

Berkman et al. (1996: 298) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง แรงที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ โดยผ่านการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ

Walters (1978) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำ เคลื่อนไหว หรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย กล่าวอีกนัยหนึ่ง แรงจูงใจก็คือเหตุผลของการกระทำ

สุชาดา สุขบำรุงศิลป์ (2553: 17) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ สิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคล เป็นแรงขับหรือพลังของแต่ละบุคคล ทำให้กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจนสำเร็จ โดยเกิดจากการที่มนุษย์มีความคาดหวัง ความต้องการ (Needs) และเป้าหมายในชีวิต ทำให้เกิดแรงขับ (Drive) เพื่อนำสู่เป้าหมาย (Goals) เพราะฉะนั้น แรงจูงใจจึงมีอิทธิพลในการกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และรักษาพฤติกรรมนั้นไว้เพื่อให้ตนเองได้สิ่งที่คาดหวังหรือต้องการ

เสนาะ ดิยาว (2543: 208) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ การจูงใจเป็นพลังที่กระตุ้นพฤติกรรม กำหนดทิศทางของพฤติกรรม และมีลักษณะเป็นความมุ่งมั่นอย่างไม่ลดละไปยังเป้าหมายหรือสิ่งจูงใจนั้น ดังนั้น การจูงใจจึงประกอบด้วยความต้องการ (needs) พลัง (force) ความพยายาม (effort) และเป้าหมาย (goal)

อุบลรัตน์ เฟื่องสฤติ (2544) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นสภาวะที่เกิดความไม่สมดุลขึ้นภายในร่างกาย ภาวะดังกล่าวอาจเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมไปสู่จุดหมายปลายทาง ซึ่งแรงจูงใจเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเห็นได้โดยตรง อนุมานได้จากพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมา รวมไปถึงความปรารถนาหรือความต้องการของแต่ละบุคคลที่จะไปให้ถึงเป้าหมายที่ตนตั้งไว้

Luthan (1992: 147) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ กระบวนการซึ่งเริ่มต้นจากความรู้สึกที่ไม่เพียงพอ หรือเพื่อเติมสิ่งที่ไม่เต็มทางจิตใจที่เรียกกันว่า ความต้องการ ซึ่งเป็นแรงขับที่ก่อให้เกิดความต้องการ (needs) แรงขับ (drive) และรางวัลอันเป็นสิ่งล่อใจ (incentive)

Weaver & Lawton (2006) กล่าวว่า แรงจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว คือ แรงขับภายในที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเที่ยว ณ สถานที่ใดที่หนึ่ง หรือพัก ณ โรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง แรงจูงใจนี้มีพื้นฐานจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว แม้แรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะคล้ายคลึงกับวัตถุประสงค์ แต่แท้จริงแล้วมีความหมายต่าง ตรงที่แรงจูงใจเป็นเหตุผลภายในของนักท่องเที่ยว (Intrinsic reasons) ขณะที่วัตถุประสงค์เป็นเหตุผลภายนอก (Extrinsic reasons) เท่านั้น กล่าวคือ นักท่องเที่ยวอาจเดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมชมญาติ แต่การเดินทางท่องเที่ยวของเขาอาจเกิดจากแรงจูงใจเพื่อแก้ไขความขัดแย้งในอดีตที่มีกับญาติก็เป็นได้ เป็นต้น

จากคำนิยามความหมายของแรงจูงใจจากนักวิชาการหลายท่านที่ให้คำจำกัดความไว้ต่างให้ความหมายของแรงจูงใจไว้คล้ายคลึงกันว่า แรงจูงใจเป็นเหตุผลของการกระทำ หมายถึงแรงที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นหรือขับเคลื่อนให้บุคคลนั้นกระทำหรือแสดง

พฤติกรรมบางอย่าง เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งด้านร่างกายและจิตใจของตนให้สำเร็จตามเป้าหมายนั้น

4.2 องค์ประกอบของแรงจูงใจ

จันท์ ชุ่มเมืองปึก (2546: 35) กล่าวถึงองค์ประกอบที่ส่งผลให้เกิดเป็นแรงจูงใจ แบ่งเป็น 2 ประการ คือ

1. ธรรมชาติของแต่ละบุคคล เพราะคนแต่ละคนไม่เหมือนกัน (individual differences) มีความแตกต่างกันในสิ่งที่เป็นธรรมชาติ เช่น กรรมพันธุ์ นิสัย อารมณ์ ความต้องการ ศิวพรณสีของนัยน์ตา เป็นต้น แต่ธรรมชาติที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแรงจูงใจ คือ

1.1 แรงขับ (drive) เป็นความตึงเครียดทางร่างกาย ซึ่งทำให้เกิดกิจกรรมที่ช่วยบรรเทาหรือลดความตึงเครียดนั้นๆ เช่น ความหิว ความกระหาย ความรู้สึกทางเพศ ความต้องการที่เป็นความประสงค์อย่างรุนแรงจนกลายเป็นราคะ (desire) เป็นต้น แรงขับเหล่านี้จะต้องก่อพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งให้แรงขับหายไป ซึ่งแรงขับเหล่านี้ มี 2 ประเภท ดังนี้

- แรงขับภายในร่างกาย (primary drive) หรือแรงขับปฐมภูมิ ได้แก่ แรงขับที่เกิดอยู่ในร่างกาย การเกิดแรงขับขึ้นในร่างกายแปลว่าร่างกายขาดสภาวะสมดุลจนทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆ เช่น หิว กระหาย ความรู้สึกทางเพศ ง่วงหรือเหงา เป็นต้น แรงจูงใจภายในร่างกายนี้แต่ละคนจะมีไม่เท่ากัน

- แรงขับภายนอกในร่างกาย (secondary drive) หรือแรงขับทุติยภูมิ คือ แรงขับที่มาจากภายนอกในร่างกาย ได้แก่ แรงขับที่เกิดจากความต้องการด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคม เช่น ความอยากเป็นสมาชิกวุฒิสภา อยากเป็นกรรมการตุลาการ อยากเป็นกรรมการเลือกตั้ง ความต้องการเหล่านี้ล้วนมาจากภายนอกทั้งสิ้น แต่ละบุคคลจะมีความสนใจ ความต้องการ และแรงกระตุ้นที่มากน้อยต่างกัน ซึ่งแรงขับประเภทนี้มีได้ทั้งทางบวกและทางลบ

1.2 ความวิตกกังวล (anxiety) ความวิตกกังวลเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เป็นเจตคติด้านอารมณ์และความรู้สึกของบุคคลที่วาดภาพไปถึงอนาคตที่ยังมาไม่ถึง เรียกว่า Sentiment Concerning the Future พอเกิดความวิตกกังวลก็จะเกิดความกลัวต่างๆ

2. สถานการณ์ต่างๆ ในแต่ละสิ่งแวดล้อม เช่น บ้านที่ตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ มีคนขวักไขว่ รถแล่นเสียงดัง นักศึกษาที่อยู่ในสภาพแวดล้อมนี้คงจะไม่เกิดแรงจูงใจมากพอที่จะอ่านหนังสือได้นานๆ เป็นต้น

4.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

Crompton & McKay (1997) กล่าวว่าในปัจจุบันมีทฤษฎีที่สามารถนำมาใช้อธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้ 3 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Maslow's need hierarchy) ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง (Push-pull factors) และทฤษฎีหลีกเลี่ยงหนีและแสวงหา (Iso-Ahola's escape-seeking dichotomy)

ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Maslow's need hierarchy)

ทฤษฎีนี้นำเสนอโดยมาสโลว์ในปี 1943 กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด และความต้องการขั้นต่ำสุดจะต้องได้รับการตอบสนองก่อนจึงจะมีความต้องการขั้นต่อไป โดยแบ่งความต้องการออกเป็น 5 ชั้น (สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ, 2554: 97) ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่สุด Berkman et al. (1996) กล่าวว่าความต้องการในขั้นนี้ไม่เพียงประกอบด้วยความต้องการทางกายภาพ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ที่พักอาศัย และยารักษาโรคเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงความต้องการด้านชีวภาพ เช่น การนอน การออกกำลังกาย และความต้องการทางเพศอีกด้วย

2. ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety needs) คือ ความต้องการการปกป้องจากอันตรายต่างๆ ซึ่งหลังจากได้รับการตอบสนองความต้องการทางกายภาพไม่ว่าจะทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนก็ตาม นักท่องเที่ยวจะเริ่มเกิดแรงจูงใจที่จะแสวงหาสิ่งอื่นมาตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัย มักจะมองหาสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม หรือร้านอาหารที่พวกเขามั่นใจว่าจะได้รับความปลอดภัย ทั้งในเรื่องสวัสดิภาพและสุขภาพในขณะที่ท่องเที่ยว เช่น โรงแรมที่มีชั้นสำหรับผู้หญิง บาร์สำหรับผู้หญิง สถานที่จอดรถสำหรับผู้หญิง หาดสำหรับผู้หญิง เป็นต้น

3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หมายถึง ความต้องการที่จะให้หรือรับความรักและได้รับการยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Berkman et al., 1996) ดังนั้น พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวมักจะทำเพื่อตอบสนองความต้องการในขั้นนี้จึงเป็นพฤติกรรมที่กลุ่มคนที่พวกเขาอยากได้รับการยอมรับทำกัน เช่น หากต้องการได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนที่ชอบเที่ยวแบบลุยๆ การจะได้รับการยอมรับจากเพื่อนกลุ่มนี้คงไม่ใช่การเข้าใช้บริการในโรงแรมหรู แต่เป็นการตัดสินใจเที่ยวแบบลุยๆ สมบุกสมบันเหมือนกับเพื่อนๆทำกัน เป็นต้น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) คือ ความปรารถนาที่จะมีความรู้สึกภาคภูมิใจในตัวเองและได้รับความเคารพจากผู้อื่น (Berkman et al., 1996) ดังนั้น เมื่อได้รับการยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มแล้ว ย่อมเกิดความต้องการที่จะได้รับการยกย่องจากคนในกลุ่ม แต่การที่บุคคลนั้นจะได้รับการยกย่องจากคนรอบข้างนั้น การกระทำในสิ่งที่ใครๆก็ทำกันคงไม่พอ เพราะ

โดยทั่วไปบุคคลจะได้รับการยกย่องก็ต่อเมื่อแสดงให้คนในกลุ่มรู้สึกว่าคุณค่าสูงกว่าคนอื่น ๆ ซึ่งก็คือ การทำในสิ่งที่คนอื่นฝืนใจจะทำ แต่ยังไม่สามารถทำได้ เช่น การพักในโรงแรม 5 ดาว อาจทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน แต่หากต้องการได้รับการยกย่อง นักท่องเที่ยวอาจต้องจองที่พักที่หรูกว่าโรงแรม 5 ดาว หรือหากพักในโรงแรม 5 ดาวก็คงต้องพักในห้องที่หรูกว่าปกติ เป็นต้น

5. ความต้องการบรรลุศักยภาพสูงสุดของตน (Self-actualization needs) หมายถึง ความต้องการที่ตระหนักถึงศักยภาพสูงสุดของตนเอง โดยส่วนใหญ่กิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการขั้นนี้มักเป็นการตอบสนองความตามความฝันของตนเอง เช่น การเดินทางไปปีนยอดเขาเอเวอร์เรสต์ หรือการเดินทางไปท่องเที่ยวอวกาศ เป็นต้น

ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง (Push-pull factors)

ทฤษฎีนี้ถูกเสนอเป็นครั้งแรกในปี 1977 โดย Dann นักวิชาการด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว Dann (1997) กล่าวว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ แรงผลัก (Push) และแรงดึง (Pull) แรงผลักคือแรงกระตุ้นภายในที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวแทนที่จะทำกิจกรรมอื่นๆ แรงผลักนี้เกิดจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการที่จะหนีจากความจำเจ ความต้องการพักผ่อน ความต้องการผจญภัย ความต้องการสร้างภาพ ความต้องการสุขภาพที่ดี เป็นต้น ส่วนแรงดึงเกิดจากแรงกระตุ้นภายนอกที่ทำให้ นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่าจะเดินทางไปเที่ยวยังสถานที่ใด โดยทั่วไปแรงดึงจะเกี่ยวข้องกับลักษณะหรือองค์ประกอบของสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง เช่น สภาพภูมิอากาศ ชายหาด สิ่งอำนวยความสะดวก หรือการที่ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินมีราคาถูกลง เป็นต้น (Klenosky, 2002)

ทฤษฎีหลีกเลี่ยงหนีและแสวงหา (Iso-Ahola's escape-seeking dichotomy)

Iso-Ahola (1982: 261) กล่าวว่า การหลีกเลี่ยงหนี (Escapism) หมายถึง ความปรารถนาที่จะทิ้งสภาพแวดล้อมที่เจอทุกวันไว้ข้างหลัง ในขณะที่การแสวงหา (Seeking) เป็นความปรารถนาที่จะตัดวงจรวิถีทางใจผ่านการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่แตกต่างจากที่ตนอยู่

Crampton & McKay (1997) ยังกล่าวอีกว่า ทฤษฎีหลีกเลี่ยงหนีและแสวงหา มีความสัมพันธ์กับทฤษฎีแรงผลักและแรงดึงอย่างมาก เนื่องจากทฤษฎีนี้มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง

ความแตกต่างของแรงจูงใจ

Swarbrooke & Horner (1999) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวในสถานต่างกันจะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่เดียวกันอาจมีแรงจูงใจที่ต่างกันก็ได้ เนื่องจากความแตกต่างทางด้านต่างๆ เช่น สัญชาติ เพศ และอายุ เป็นต้น ซึ่งเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจต่างกัน แม้ไปเที่ยวที่เดียวกันก็อาจแสดงพฤติกรรมที่ค่อนข้างจะต่างกัน เช่น ขณะที่นักท่องเที่ยวที่ไปสวนสนุกเพื่อความตื่นเต้นและท้าทายกำลังสนุกกับการเล่นเครื่องเล่นต่างๆ ในสวนสนุก นักท่องเที่ยวที่ต้องการความมีหน้ามีตาทางสังคมอาจกำลังถ่ายรูปกับสถานที่ต่างๆ แทนการเล่นเครื่องเล่น เพื่ออวดผู้อื่นว่าตนเองได้มีโอกาสมาเที่ยว ณ สถานที่ดังกล่าว

ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่นักการตลาดจะต้องทราบถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทำให้นักการตลาดสามารถออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ ดังนี้

4.4.1 สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว (Energizers of Demand) หมายถึง ความน่าสนใจของสิ่งจูงใจต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งชักนำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางไปยังสถานที่ดังกล่าว หรือช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเดินทาง เพื่อการพักผ่อนหรือทำกิจกรรมต่างๆ เช่น วันหยุดประจำปี วันหยุดพักผ่อนประจำปี หรือวันหยุดเทศกาล เป็นต้น

4.4.2 สิ่งกลั่นกรองความต้องการ (Filterers of Demand) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ทำให้ความต้องการทางการท่องเที่ยวถูกระงับ หรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต้องการในการเดินทางลดน้อยลง ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ระดับรายได้ที่คงเดิม ความเปลี่ยนแปลงของค่าเงิน ปัจจัยทางสังคม เช่น ทศนคติทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เช่น ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว ความคิดเห็น และการยอมรับความแปลกใหม่ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เป็นต้น

4.4.3 สิ่งกระทบ (Affecters) หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับ ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขาย ช่วยส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ ทศนคติ และมองภาพของแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ แตกต่างกันไป

4.4.4 บทบาทของนักท่องเที่ยว (Roles) หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยว และ สถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมกระตุ้นใจหรือรูปแบบการท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา นักท่องเที่ยวที่เป็นหัวหน้าครอบครัว เป็นต้น

4.5 กระบวนการจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

วัชรภรณ์ รัชชศรี (2551) กล่าวว่า แรงจูงใจในการเดินทางหรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทาง เป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้ 2 ประเภท คือ

4.5.1 ปัจจัยดึง (Pull Factor) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปต่างๆ ได้แก่

- ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor) ประเทศที่สภาพเศรษฐกิจดี ย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศมีอำนาจการซื้อสูง (High purchasing power) ดังนั้น คนในประเทศจึงมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้มาก

- ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) นักจิตวิทยา Adler Fedler (1964) กล่าวว่า “คนมักแสวงหาสิ่งที่ไม่เคยมีหรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี” กล่าวได้ว่า ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศที่แตกต่าง สามารถชดเชยและดึงดูดให้คนเดินทางได้ และข้อคิดดังกล่าวอาจนำมาประยุกต์ใช้กับแนวคิดทางปัจจัยทางภูมิศาสตร์ได้ว่า นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศและสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากตน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างหรือเพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มี ดังนั้น ลักษณะทางภูมิศาสตร์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ

- ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural factor) รูปแบบวัฒนธรรมและบรรทัดฐาน (Norm) ของสังคมใดสังคมหนึ่งจะกำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคม และในขณะเดียวกันวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีหรืองานเทศกาลประเพณีก็จะเป็นสิ่งดึงดูดที่ให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังสถานที่ต่างๆ ได้

- ปัจจัยทางการเมือง (Political factor) ประเทศใดที่มีสภาวะทางการเมืองมั่นคง ย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมาประเทศตน และในขณะเดียวกันนโยบายรัฐบาลอาจกีดกันหรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้เช่นเดียวกัน

- ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology) การพัฒนาทางเทคโนโลยี การสื่อสาร การคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้น นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

- สื่อ (Media) สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดค่านิยมและการตัดสินใจของคนเนื่องจากสื่อมวลชนจะเป็นตัวถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชนและสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ หากข่าวสารหรือข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อเป็นภาพที่ดีก็สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวได้ ในทางตรงกันข้าม หากข้อมูลปรากฏในเชิงลบก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

4.5.2 ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล และกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง ซึ่ง Abraham H. Maslow (1954) ได้กล่าวไว้ว่า “คนจะมีพฤติกรรมแสดงออกต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้น ความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึงเป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการผ่อนคลายความเครียดและต้องการได้รับความสะดวกสบายความสนุกสนานความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย (Physiological Need)

- นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด นอกจากนี้ ยังต้องการให้ผู้บริการมีความซื่อสัตย์จริงใจและสามารถให้ข้อมูลต่างๆที่ถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง (Safety Need)

- นักท่องเที่ยวคาดหวังให้ผู้บริการทักทายหรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอ และคาดหวังว่าจะสามารถจดจำชื่อ นามสกุล หรือข้อมูลส่วนตัวของตนได้อย่างถูกต้อง เพราะแสดงถึงการเป็นที่ยอมรับและยกย่องนับถือในสังคมนั้นๆ (Social Need และ Esteem Need)

- นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เห็นได้ชัดและได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตนเอง (Esteem Need)

- นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่างๆด้วยตนเอง โดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้นๆจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเรียนรู้หรือพยายามทำความรู้จัก เข้าใจวัฒนธรรมและวิถีความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น มักจดหรือบันทึกสิ่งที่ตนได้พบเห็นเพื่อบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน (Self-actualization Need)

5. แนวคิดการจัดเส้นทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) กล่าวถึง การจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวแต่ละแห่ง ต้องมี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผนการจัดรายการนำเที่ยว

1.1 การวางแผนกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ในการวางแผนการจัดรายการนำเที่ยว จำเป็นต้องกำหนดลูกค้านักท่องเที่ยวให้แน่นอนว่าเป็นใคร ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย อาจกำหนดจาก อาชีพ อายุ การศึกษา รายได้ ฯลฯ

1.2 การวางแผนกำหนดสถานที่นำชม เป็นการวางแผนกำหนดประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องการจะเข้าชมให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยต้องทำการศึกษาว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทใดที่กำลังอยู่ในความนิยม ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การวางแผนเลือกแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำชม ควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้

- ต้องกำลังอยู่ในความนิยม
- มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมพอสมควร
- มีสิ่งดึงดูดอย่างกว้างขวางแก่คนทุกกลุ่ม
- มีระยะทางไกลพอสมควร เนื่องจากดึงดูดนักท่องเที่ยวและให้รายได้แก่ธุรกิจนำเที่ยวได้มากกว่า
- มีฤดูกาลท่องเที่ยวในช่วงที่เหมาะสม
- มีตัวแทนหรือลูกค้าแนะนำให้กำหนดไว้ในรายการท่องเที่ยว

1.3 การวางแผนกำหนดวันเดินทาง ไม่ควรกำหนดจำนวนวันในการท่องเที่ยวนานเกินไป และควรกำหนดวันเดินทางในวันหยุดหรือเทศกาล เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถไปได้สะดวก แต่อาจมีปัญหาเรื่องที่พัก

1.4 การวางแผนกำหนดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นการวางแผนกำหนดค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวต่อคนแบบเหมาจ่าย ซึ่งจะต้องกำหนดว่าจะรวมค่าใช้จ่ายอะไรและไม่รวมค่าใช้จ่ายอะไร เช่น ค่าอาหารจะให้มีกี่มื้อ แต่ละมื้อจะกินกี่คนไหน เป็นต้น

1.5 การวางแผนการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นหรือเร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกซื้อรายการนำเที่ยวของเรา แม้จะมีการจัดรายการนำเที่ยวที่ดี แต่หากไม่เป็นที่รู้จักย่อมไร้ประโยชน์ ดังนั้น จึงต้องใช้การส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือช่วย แม้รายการนำเที่ยวมีคุณภาพเท่าเทียมกัน แต่นักท่องเที่ยวจะเลือกซื้อรายการนำเที่ยวที่มีระบบส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากกว่า

2. การดำเนินการจัดรายการนำเที่ยว

2.1 การเขียนข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง เป็นการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเส้นทาง การจัดรายการนำเที่ยวที่ได้วางแผนไว้แล้ว โดยข้อมูลที่ใช้ประกอบการเขียนหรือรายละเอียดการจัดรายการนำเที่ยวควรประกอบด้วย

- แผนที่แสดงที่ตั้งและระยะทางจากสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ทำให้สามารถคำนวณระยะเวลาในการเดินทางได้คร่าวๆ

- เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวที่จะไป เช่น แผนที่พิกัดพิกัดหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นๆที่มีประวัติและข้อมูลอื่นๆของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ

- รายละเอียดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

- รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง เช่น ประเภทของการขนส่งที่จะเดินทาง ตารางการเดินทางของการขนส่ง ค่าโดยสาร ที่ตั้งโรงพยาบาล ที่ตั้งสถานีตำรวจ เป็นต้น

2.2 การสำรวจเส้นทางรายการนำเที่ยว เป็นการเดินทางไปสำรวจของรายการนำเที่ยวที่วางแผนไว้ โดยจะกำหนดเส้นทางสำรวจไว้หลายๆ ดังนี้

- ยานพาหนะที่จะใช้ในการเดินทาง

- ระยะเวลาในการเดินทางจากจุดต่างๆ

- ความยากง่ายในการเดินทาง

- จุดท่องเที่ยว จุดหยุดพัก จุดพักรับประทานอาหาร จุดพักผ่อน จุดซื้อสินค้าที่ระลึก

- มาตรฐานศักยภาพและคุณภาพของบริการ ณ จุดต่างๆในข้อข้างต้น

- กิจกรรมการท่องเที่ยว

2.3 การติดต่อกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นการเดินทางไปติดต่อเจรจาเอง ทำให้สามารถสัมผัสกับสถานที่และบรรยากาศของสถานที่จริง รวมทั้งสามารถเจรจาต่อรองและได้ง่ายรายละเอียดที่ดียิ่งขึ้น ธุรกิจที่ต้องติดต่อเจรจา ได้แก่

- ที่พักแรม เมื่อทำการสำรวจแล้วว่าจะมีจุดพักผ่อนที่ใดจะต้องติดต่อกับธุรกิจที่พักแรมในจุดนั้น อาจเป็น โรงแรม บังกะโล รีสอร์ท ฯลฯ พร้อมทั้งเจรจาเรื่องราคาค่าห้องและจองห้องพัก

- อาหารเครื่องดื่ม เมื่อสำรวจแล้วจะต้องมีจุดพักรับประทานอาหารก็แห่งก็ต้องติดต่อกับร้านอาหารที่มีชื่อของจุดพักผ่อนนั้นๆ และไม่ควรจัดรายการอาหารซ้ำกันระหว่างการเดินทาง

- จุดแวะชมระหว่างทาง เมื่อสำรวจแล้วว่าจะแวะชมจุดไหนและชมอะไร หากจำเป็นต้องขออนุญาตเจ้าของสถานที่ ต้องเสียค่าเข้าชม หรือต้องมี การจองล่วงหน้าก่อนก็ต้องติดต่อดำเนินการให้เรียบร้อย

- ยานพาหนะเดินทาง เมื่อสำรวจแล้วว่าจะต้องใช้ยานพาหนะใดเดินทาง ซึ่งอาจมากกว่าหนึ่งชนิดก็ได้ นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงจำนวนวันในการเดินทาง เพื่อติดต่อสำรองที่นั่ง หรือเช่ายานพาหนะตามต้องการให้เรียบร้อย

2.4 การเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยว เป็นการเขียนรายละเอียดของรายการนำเที่ยวที่กำหนดไว้ โดยผสมผสานกับข้อมูลที่ได้ไปสำรวจมาซึ่งการเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยวสามารถเขียนได้ 2 ชนิดใหญ่ คือ

2.4.1 การเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นการเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยวแบบคร่าวๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบรายการนำเที่ยวนั้น มีการเดินทางท่องเที่ยวกี่วัน เริ่มออกเดินทางเมื่อไร สิ้นสุดการเดินทางวันไหน เดินทางโดยยานพาหนะใด สิ้นสุดที่ไหน พักที่ใด มีการเลี้ยงอาหารมื้อใดหรือไม่เลี้ยงมื้อใด จุดแวะพักหรือจุดแวะชมอยู่ที่ไหน แต่ละแห่งใช้เวลาเท่าไร ซึ่งอาจเขียนรายการนำเที่ยวได้ 2 แบบ ดังนี้

- การเขียนรายการนำเที่ยวแบบบอกเฉพาะเส้นทางและจุดท่องเที่ยวพร้อมวันเดินทางไปและกลับ หรือบอกจำนวนวันเดินทางท่องเที่ยว

- การเขียนรายการนำเที่ยวแบบกำหนดเป็นตารางที่บอกการท่องเที่ยวอย่างละเอียด ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบย่อย คือ 1) แบบ Outline Itinerary เป็นการเขียนรายการนำเที่ยวที่บอกกำหนดการท่องเที่ยวแต่ละวันอย่างไม่มีรายละเอียดและ 2) แบบ Descriptive Itinerary เป็นการเขียนรายการนำเที่ยวที่บอกกำหนดการท่องเที่ยวแต่ละวันอย่างละเอียดตามเวลาที่กำหนดอย่างคร่าวๆ

2.4.2 การเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยวสำหรับหัวหน้าทัวร์ เป็นการเขียนรายการนำเที่ยวอย่างละเอียด โดยการนำรายละเอียดรายการนำเที่ยวที่เขียนเพื่อนักท่องเที่ยวมาเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับการนัดหมายที่ต้องติดต่อหมายเลขโทรศัพท์ สถานที่ฉุกเฉินพร้อมหมายเลขโทรศัพท์ เช่น โรงพยาบาล โรงพัก บริษัทเช่ารถ (ในกรณีที่รถเสีย) นอกจากนั้นยังต้องมีระยะเวลาที่ชัดเจนว่าแต่ละจุดต้องใช้เวลาเท่าไร สถานที่นำชม จุดพัก กิจกรรมที่จะทำ หมายเลขโทรศัพท์ของบุคคลที่จะต้องติดต่อในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

2.5 การเขียนระบุเงื่อนไขไว้ในรายการนำเที่ยว หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆเกิดขึ้น นักท่องเที่ยวไม่สามารถเอาผิดได้ โดยระบุเงื่อนไขไว้ดังนี้ “หมายเหตุ: ราคาและรายการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมโดยมีต้องแจ้งล่วงหน้า”

3. การคิดราคารายการนำเที่ยว

3.1 ปัจจัยกำหนดราคารายการนำเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคารายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ซึ่งมีปัจจัยสำคัญ 5 ปัจจัย ดังนี้

- คุณภาพของรายการนำเที่ยว เป็นปัจจัยที่ผลต่อการกำหนดราคารายการนำเที่ยว หากกำหนดรายการนำเที่ยวที่มีคุณภาพสูง ราคาก็มักสูงด้วย เช่น การจัดรายการนำเที่ยวที่เลือกสถานที่ดี มีที่พักดี ยานพาหนะขนส่งดี รับประทานอาหารหรู เป็นต้น

- ลักษณะเฉพาะของรายการนำเที่ยว เป็นการจัดรายการนำเที่ยวที่มีลักษณะแปลกเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากคู่แข่ง ย่อมทำให้สามารถกำหนดราคาสูงกว่าราคาทั่วไปได้ เช่น จัดรายการนำเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวช้อปปิ้ง ล่องแพ นั่งรถม้าชมเมือง เป็นต้น

- สภาพการแข่งขัน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการกำหนดราคา หากตลาดใดมีสภาพการแข่งขันสูง การกำหนดราคาก็ไม่สามารถกำหนดสูงได้ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงราคาคู่แข่งด้วย

- ฤดูกาล หากจัดรายการนำเที่ยวในช่วงฤดูการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการท่องเที่ยวมักจะไม่สามารถทำให้ผู้ซื้อมากนัก เพราะถือว่าเป็นเวลาทองของการดำเนินธุรกิจ ทำให้ต้นทุนการจัดรายการนำเที่ยวสูงจึงต้องคิดราคารายการนำเที่ยวสูงตามด้วย

- กำไรที่ต้องการ โดยทั่วไปราคารายการนำเที่ยวมักประกอบด้วย ต้นทุนการผลิต+ ต้นทุนการจัดการ+กำไร และหากธุรกิจนำเที่ยวใดต้องการกำไรมากจะทำให้ราคาสูงกว่าคู่แข่งจนอาจขายรายการนำเที่ยวไม่ได้ จึงมักกำหนดอัตรากำไรอยู่ระหว่างร้อยละ 10 - 20

3.2 โครงสร้างราคารายการนำเที่ยว เป็นส่วนประกอบในการกำหนดราคารายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ซึ่งประกอบด้วยรายการที่สำคัญ 5 รายการ ดังนี้

- ค่าขนส่ง เป็นค่ายานพาหนะจากจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางและกลับ ซึ่งอาจรวมถึงค่ารับส่งนักท่องเที่ยวจากสถานีขนส่งหรือท่าอากาศยาน ค่าพาหนะขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว ค่าภาษีสนามบิน ภาษีการเดินทางด้วย

- ค่าที่พัก เป็นค่าพักรวมของนักท่องเที่ยวที่รวมในราคาเหมาจ่าย อาจเป็นที่พักในโรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกะโลหรือที่พักแรมอื่นๆ ขึ้นอยู่กับประเภทลูกค้าเป้าหมาย

- ค่าอาหาร เป็นค่าจัดเลี้ยงอาหารแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอาจเลี้ยงทุกมื้อหรือบางมื้อ โดยอาจเลี้ยงแบบธรรมดาหรือหรูหราก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของลูกค้าหรือเป้าหมาย แต่ต้องแจ้งไว้ในรายการนำเที่ยวว่าจะบริการอาหารประเภทใด ก็มื้อ มื้อใดบ้าง

- ค่าบริการอื่นๆ เป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆที่ต้องจ่ายในการบริการนักท่องเที่ยว เช่น ค่าเที่ยวชมเมือง ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าเข้าชมการแสดง ค่าทิป ค่าขนกระเป๋า ค่ามัคคุเทศก์ ค่าประกันภัยเดินทาง ค่าเบ็ดเตล็ด เป็นต้น

- ค่าประกอบการและกำไร เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจัดรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายพร้อมกำไรที่ต้องการ โดยปกติค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจัดรายการนำเที่ยวจะประกอบด้วยค่าใช้จ่ายด้านการตลาด และค่าใช้จ่ายด้านการจัดการส่วนกำไรก็คือผลตอบแทนของผู้ประกอบการกิจการนำเที่ยวที่ต้องเข้ามาเสี่ยงในการดำเนินงานจัดนำเที่ยว โดยปกติมักคิดในอัตราร้อยละ 10 - 20 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ขึ้นอยู่กับสภาพการแข่งขันเป็นสำคัญ

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (People Generations)

6.1 ความหมายของเจเนอเรชัน

Glass (2007: 99) กล่าวว่า เจเนอเรชัน หมายถึง บุคคลที่มีประสบการณ์จากเหตุการณ์หรืออยู่ในสภาพแวดล้อมคล้ายคลึงกันในสังคมหนึ่ง โดยประสบการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดเอกลักษณ์ในทัศนคติและพฤติกรรมรวมกันในกลุ่มคนรุ่นราวคราวเดียวกันนั้นๆ

ดังนั้น ทฤษฎีเจเนอเรชันจึงเป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายความต่างของคนต่างรุ่น กล่าวได้ว่าคนที่เกิดในยุคที่ต่างกันจะเติบโตมาในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้คนที่เกิดและเติบโตต่างยุคต่างสมัยกันนี้มีลักษณะนิสัยที่แตกต่างกันไป

6.2 ประเภทของเจเนอเรชัน

สหรัฐอเมริกาและโลกตะวันตก ได้จัดแบ่งกลุ่มคนออกเป็นรุ่นต่างๆ 7 รุ่น ซึ่งเกณฑ์การจัดแบ่งรุ่นนี้เป็นที่นิยมใช้กันทั่วโลก ดังนี้

1. Lost Generation หมายถึง ประชากรยุคแรกที่เกิดระหว่างปี 1883 - 1900 หรือในช่วงทศวรรษที่ 80 ปัจจุบันคนกลุ่มนี้เสียชีวิตไปหมดแล้ว

2. Greatest Generation หรือ G.I. Generation คนกลุ่มนี้เกิดระหว่างปี 1901 - 1924 เป็นช่วงยุคก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 คนยุคนี้ต้องต่อสู้ดิ้นรนกับความยากลำบากเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ มีความอดทนรู้จักการใช้เงินและประหยัดเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัวหลีกเลี่ยงจากความลำบาก ผู้คนจะเป็นทางการสูง ผู้ชายจะใส่สูทผูกเนคไทเมื่อออกจากบ้าน คนในสังคมจะมีแบบแผนปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน มีความคิด ความเห็น และความเชื่อเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เชื่อมันรัฐบาล อำนาจรัฐ มีจิตสำนึกความเป็นพลเมืองร่วมกัน

3. Silent Generation หรือ Gen-S หมายถึง คนที่เกิดระหว่างปี 1925 - 1945 ประชากรรุ่นนี้ไม่มากเท่ารุ่นอื่นๆ เพราะ เป็นช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจตกต่ำ ดังนั้น ผู้คนจึงมีจิตความเป็นอยู่ที่ยากลำบาก ต้องดิ้นรนทำงานเพื่อให้มีเงินเลี้ยงครอบครัวในยุคข้าวยากหมากแพง คนรุ่นนี้จึงเคร่งครัดต่อระเบียบแบบแผนมาก จงรักภักดีต่อนายจ้างและประเทศชาติสูง

เคารพกฎหมาย อีกทั้งยังเป็นยุคที่ผู้หญิงเริ่มออกทำงานนอกบ้านมากขึ้น กระทั่งเมื่อเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว คนในรุ่นนี้จึงได้รับโอกาสและมีช่องทางการสร้างกิจการของตนเองมากขึ้น รวมทั้งยังมีบทบาทในการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งเป็นรากฐานจนถึงปัจจุบันนี้

4. Baby Boomers หรือ Gen-B หมายถึง คนที่เกิดระหว่างปี 1946 - 1964 หรือยุคสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 สาเหตุที่เรียกว่า “เบบี้บูมเมอร์” เนื่องจากในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้ชายต้องถูกไปเกณฑ์ทหาร เมื่อสงครามสิ้นสุดลงผู้คนที่ถูกไปเกณฑ์ทหารก็กลับมาแต่งงานและมีลูกกันเป็นจำนวนมาก ดังนั้นคนรุ่น Boomers ส่วนใหญ่เกิดภายหลังช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลงแล้ว ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงเจอแต่เรื่องลำบากทั้งสงคราม การเมือง และเศรษฐกิจ คนรุ่นนี้จึงประหยัดพอๆ กับรุ่น Silent Generation หรือ Gen-S มีความอดทน อดกลั้น และมีมานะมากกว่าคนรุ่นปัจจุบัน เพราะอยู่ทันช่วงที่เห็นความลำบากของพ่อแม่ หลายฝ่ายเชื่อว่าคนกลุ่มนี้ไม่ทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเป็นความเชื่อที่ผิด เพราะปัจจุบันกลุ่ม Boomers ถือเป็นเจเนอเรชันที่มีความกระตือรือร้นในการปรับตัวเข้าถึงโลกสมัยใหม่อย่างมาก กล่าวได้ว่าการตลาดออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มวัยนี้ได้เป็นอย่างดี กลุ่ม Boomers ไม่ใช่เพียงใช้อินเตอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารหรือเพื่อความเพลิดเพลินเท่านั้น แต่ยังใช้เพื่อการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์อีกด้วย

กลุ่มคนในวัยนี้ให้ความสำคัญหรือคุณค่าของสินค้าในเชิงอนุรักษ์นิยมมากกว่ากลุ่มอื่นๆ เช่น เรื่องสิ่งแวดล้อม หรือผลกระทบต่อสังคม เนื่องจากผ่านโลกมาเยอะ ดังนั้น ถ้อยคำหรือการโฆษณาจึงต้องมีเนื้อหาที่ซื่อสัตย์ตรงตามความเป็นจริง อีกทั้งยังชอบโฆษณาที่สามารถแสดงถึงความผูกพันระหว่างเจเนอเรชัน ควรคำนึงว่ากลุ่ม Boomers ไม่ชอบให้คิดว่าอายุเป็นอุปสรรคในการดำเนินชีวิต แม้จะเป็นกลุ่มบุคคลที่อยู่ในช่วงปลายของอายุขัยแล้วก็ตาม แต่อายุไม่ใช่อุปสรรคสำคัญในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ นอกจากนี้ช่องทางการตลาดออนไลน์สำหรับกลุ่มนี้ควรเข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ตัวหนังสือขนาดใหญ่ ชัดตรง มีข้อมูลมากเพียงพอ เป็นกลุ่มที่มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้จ่ายใช้สอย เพื่อตัวเองและบุคคลใกล้ชิด

5. Generation X หรือ Gen-X คือ คนที่เกิดระหว่างปี 1965 - 1979 อาจเรียกอีกชื่อว่า ยับบี้ หรือ Yuppie ที่ย่อมาจาก Young Urban Professionals คนรุ่นนี้มีอัตราการเกิดลดลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีการคุมกำเนิดอัตราการหย่าร้างสูง พ่อแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน เพราะรายได้จากพ่อเพียงคนเดียวไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายทำให้คนรุ่นนี้รู้สึกว่าคุณถูกทอดทิ้งและโหยหาความรักความอบอุ่นจากครอบครัวเนื่องจากไม่มีคนดูแลจึงต้องพึ่งพาตนเอง Gen-X เป็นกลุ่มที่เกิดมาพร้อมในยุคที่โลกมั่งคั่งและมีการพัฒนาของวิดีโอเกม คอมพิวเตอร์ โซนนี่วอล์กแมน แนวเพลงฮิปฮอป และทีวีจอขาวดำแล้ว

การทำงานมีความคิดว่างานคืองานเท่านั้น ไม่จรรู้จักดีหรือผูกพันกับองค์กร ต้องการความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Worklife balance) และเป็นการทำงานเพื่อหาเงินและนำเงินไปใช้ในการพักผ่อน ไม่ชอบการใช้อำนาจหรือทำตามคำสั่ง แต่จะเลือกทำในสิ่งที่คิดว่าถูกต้อง โดยใช้เหตุผลและยึดประโยชน์ของผู้อื่นเป็นที่ตั้ง ไม่ชอบการทำงานแบบมีระเบียบพิธีรีตองตามลำดับชั้นสายการบังคับบัญชา เพราะต้องเสียเวลาเพื่อรอคอยการตัดสินใจนั้นๆ สามารถทำงานหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกัน มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยี ชอบใช้การติดต่อสื่อสารผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ ต้องการร่วมงานกับองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ต้องการสวัสดิการพิเศษนอกเหนือจากเงินเดือน เช่น รับผิดชอบการอบรมทักษะด้านภาษา เป็นต้น

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของคนกลุ่มนี้จะใช้หลายช่องทางพร้อมกัน ดังนั้น สินค้าสำหรับคนกลุ่มนี้ต้องใช้ช่องทางการตลาดที่หลากหลายพร้อมกัน เช่น มีหน้าร้าน มีเว็บไซต์ลงใน Social Media หรือมีงานอีเวนต์ เป็นต้น การตัดสินใจซื้อสินค้าจะทำการหาข้อมูลพอสั่งจากเว็บไซต์ของสินค้าก่อน และให้ความสำคัญเรื่องการส่งของ หรือ Free delivery & return บริการของสินค้าล่วงหน้า การดูแลสินค้าภายหลังจากการซื้อ หลังจากนั้นจึงจะตัดสินใจซื้อสินค้า ทั้งผ่านออนไลน์หรือร้านค้า ดังนั้น ความประทับใจของคนกลุ่มนี้จึงไม่ใช่แค่ตัวสินค้า แต่การบริการและการได้รับการบริการที่ดีจะทำให้รู้สึกว่าคุณคือลูกค้าคนพิเศษ ฉะนั้นการตลาดต้องใส่ใจในตัวลูกค้า เช่น แนะนำสินค้าให้เหมาะสมกับลูกค้า มีการเก็บข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยซื้อและชื่นชอบ หรือการเชิญเป็นลูกค้าพิเศษเลือกซื้อสินค้าใหม่ก่อนใคร เป็นต้น

6. Generation Y หรือ Gen-Y คือ คนที่เกิดระหว่างปี 1980 - 2000 คนกลุ่มนี้เติบโตท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงและค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นปู่ย่าตายายกับรุ่นพ่อแม่ อยู่ท่ามกลางความผันผวนในหลายๆด้าน ทั้งการเมือง การศึกษา และเศรษฐกิจ กลุ่มนี้มักถูกตามใจตั้งแต่เด็ก มีการศึกษาดี เป็นตัวของตัวเองสูง มีอิสระในความคิด กล้าซัก กล้าถามในทุกเรื่องที่ตัวเองสนใจ ไม่หวั่นกับคำวิจารณ์ มีความเป็นสากลมาก มองว่าการนิยมชมชอบวัฒนธรรมหรือศิลปินต่างชาติเป็นเรื่องธรรมดา มีค่านิยมที่ต่างจากคนรุ่นก่อน ทั้งในเรื่องการดำเนินชีวิตและการทำงาน ไม่ชอบถูกบังคับให้อยู่ในกรอบหรืออยู่ในเงื้อมมือ นอกจากนี้คนกลุ่มนี้ยังเกิดมาในยุคที่มีเทคโนโลยีที่เพียบพร้อมทั้งอุปกรณ์ไอทีและอินเทอร์เน็ตต่างๆ ด้วยสภาพแวดล้อมที่เกิดมาท่ามกลางเทคโนโลยี จึงสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว ทำให้คนรุ่น Gen-Y มีความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยี ชอบเสพข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆที่หลากหลาย หาข้อมูลอย่างถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการค้นคว้าและช่วยในการตัดสินใจเลือกบริโภคของคนกลุ่มนี้ เพราะชอบความรวดเร็ว ไม่ชอบการรอนานๆ

7. Generation Z หรือ Gen-Z คือ คำนิยามล่าสุดของคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบัน หมายถึง คนที่เกิดหลังปี 2000 ขึ้นไป กลุ่มคนเหล่านี้เติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกจำนวนมาก มีทักษะในการเรียนรู้สิ่งใหม่ได้สูงและรวดเร็ว เรียกว่าเป็นเด็กยุคเทคโนโลยี ซึ่งเด็กยุคนี้จะถูกตามใจ และส่วนใหญ่จะโตมากับพี่เลี้ยงที่ไม่ใช่พ่อแม่ เพราะพ่อแม่คือคนรุ่น Gen-X หรือ Gen-Y ที่ต้องดิ้นรนทำงาน หลายครอบครัวจึงปล่อยลูกไว้กับเทคโนโลยีมากกว่าความอบอุ่นจากพ่อแม่

บุคคลเหล่านี้จะแตกต่างจากกลุ่มอื่น เนื่องจากเกิดไม่ทันภาวะเศรษฐกิจโลก ทำให้ไม่มีความหวาดระแวงและหวาดกลัวต่อความล้มเหลว ทำให้มีแรงผลักดันในด้านต่างๆ น้อยกว่ากลุ่ม Gen-Y แต่เด็กกลุ่มนี้จะไม่เอาใจใส่ในสิ่งที่ตัวเองเป็น ไม่ว่าถูกล้อก็เลือกที่จะไม่สนใจและเป็นของตัวเองต่อไป จากการศึกษาพบว่า ขณะที่กลุ่ม Gen-Y ให้ความสำคัญกับ “อิสระ” เป็นอันดับหนึ่งตามด้วย “ฐานะและความมั่งคั่ง” แต่คนกลุ่ม Gen-Z กลับไม่สนใจกับฐานะและความมั่งคั่งเลย การซื้อสินค้าของคนกลุ่มนี้ไม่คิดถึงประโยชน์ ความคุ้มค่าหรือการใช้งาน แต่จะมุ่งเน้นถึงความสามารถในการขายต่อเพื่อทำกำไร ดังนั้น ช่องทางการเข้าถึงตลาดของคนกลุ่มนี้ คือความแปลกใหม่ และสินค้าที่คนกลุ่มนี้ต้องการมากที่สุดจะต้องมีเอกลักษณ์และสามารถอธิบายหรือบ่งบอกความเป็นตัวตนของผู้ซื้อได้มากที่สุด วิธีการทำการตลาดเพื่อเข้าถึงคนกลุ่มนี้จึงต้องสร้างประสบการณ์กับสินค้าให้กับผู้ใช้ ให้ผู้ใช้ได้เข้าถึงสินค้า มีการโต้ตอบสื่อสารจากแบรนด์โดยตรงและรวดเร็ว เพื่อให้ความรู้สึกว่าตนใกล้ชิดและเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์นั้น จำนวนร้อยละ 78 ของคนกลุ่มนี้ชอบรับข้อมูลผ่าน Brand Ambassador โดยตรง หรือผ่าน Social Media ของสินค้าแบรนด์นั้นๆ กล่าวได้ว่า Gen-Z เป็นกลุ่มที่ติด Social Media มาก ดังนั้น Social Media จึงเป็นช่องทางในการโฆษณาหลักของคนกลุ่มนี้

7. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของฮ่องกง

นักท่องเที่ยวที่เป็นพลเมืองจากประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไม่ต้องขอวีซ่าเข้าฮ่องกง และสามารถพำนักอยู่ในฮ่องกงได้ไม่เกินจำนวนวันที่ระบุไว้ ดังนี้ อินโดนีเซีย 30 วัน มาเลเซีย 90 วัน ฟิลิปปินส์ 14 วัน สิงคโปร์ 90 วัน ประเทศไทย 30 วัน หากนักท่องเที่ยวที่ต้องการพำนักเกินเวลาที่กำหนดจะต้องขอวีซ่าจากสถานกงสุลจีนอย่างน้อยสองสัปดาห์ก่อนออกเดินทาง โดยทำเรื่องขอวีซ่าหรือใบอนุญาตเข้าเมืองจากสถานกงสุลหรือสถานทูตจีน (The Hong Kong Tourism Board, 2560)

8. สภาพภูมิศาสตร์ของฮ่องกง

8.1 ลักษณะภูมิประเทศและที่ตั้ง

เขตบริหารพิเศษฮ่องกง (Hong Kong Special Administrative Region) หรือ ฮ่องกง (Hong Kong) มีพื้นที่ 1,104 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ในทวีปเอเชียเขตสามเหลี่ยมเศรษฐกิจปากแม่น้ำเพิร์ลบนชายฝั่งตอนใต้ของจีน เป็นตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ที่เปรียบเสมือนประตูเชื่อมระหว่างตะวันออกและตะวันตก ทำให้ฮ่องกงกลายเป็นศูนย์กลางการค้าระหว่างประเทศ ฮ่องกงเป็นดินแดนตอนปลายสุดทางตะวันออกเฉียงใต้ของสาธารณรัฐประชาชนจีน ติดกับเมืองเซินเจิ้น มณฑลกวางตุ้ง ประกอบด้วย เกาะฮ่องกง (Hong Kong Island) ทางฝั่งทิศใต้ของอ่าวเกาลูน (Kowloon) บนชายฝั่งทิศเหนือเขตดินแดนใหม่หรือนิวเทร์ริทอรีส์ (New Territories) ซึ่งอยู่ทางทิศเหนือของเกาลูน ทอดตัวยาวไปจรดกับจีนแผ่นดินใหญ่รวมถึงเกาะลันเตา (Lantau Island) และเกาะเล็ก ๆ อีก 235 เกาะ (The Hong Kong Tourism Board, 2560)

ภูมิประเทศส่วนใหญ่ของฮ่องกงเป็นภูเขา ทางเหนือของเกาะเป็นพื้นที่ต่ำ ใจกลางของเกาะฮ่องกง คือ บริเวณวิกตอเรีย (Victoria) เป็นพื้นที่ย่านเศรษฐกิจที่สำคัญมาก ส่วนทางใต้ของฮ่องกงเป็นพื้นที่ติดทะเลจีนใต้ ฮ่องกงตั้งอยู่ในพิกัด 22 องศา 15 ลิปดาเหนือ 114 องศา 10 ลิปดาตะวันออก (Mapnall, 2560)



ภาพที่ 1 แผนที่ภูมิประเทศฮ่องกง

ที่มา : <http://www.mapsofworld.com/hong-kong/maps/> (2560)

8.2 สภาพภูมิอากาศ

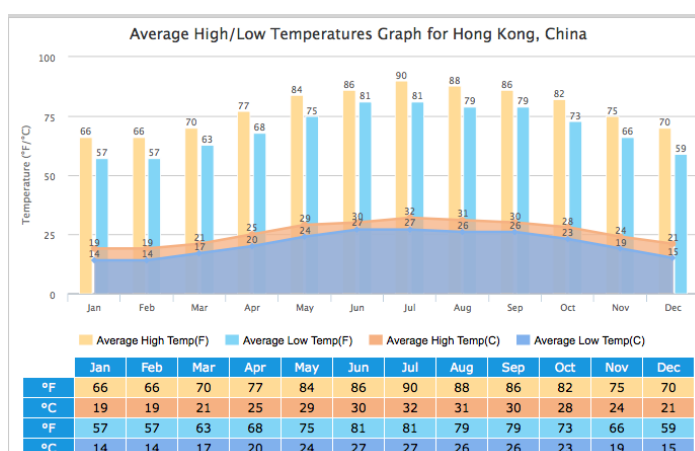
ฮ่องกงมีสภาพภูมิอากาศเป็นแบบกึ่งเขตร้อน ทำให้มีอุณหภูมิสูงเกือบตลอดทั้งปีและมีช่วงฤดูหนาวบางเบาเป็นระยะเวลาดสั้นๆ โดยแบ่งออกเป็น 4 ฤดู ดังนี้ (The Hong Kong Tourism Board, 2560)

ฤดูใบไม้ผลิ ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม ในช่วงนี้จะมีอุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์เพิ่มขึ้น ช่วงกลางวันอากาศจะอบอุ่น ในช่วงเย็นและกลางคืนจะเป็นช่วงที่อากาศหนาวมาก โดยอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 17 - 26 องศาเซลเซียส

ฤดูร้อน ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม เป็นช่วงที่สภาพอากาศร้อนชื้น มีแสงแดดหรือมีพายุฝนฟ้าคะนองและฝนตกปรอยๆเป็นครั้งคราว อุณหภูมิเฉลี่ยในช่วงหน้าร้อนจะสูงที่สุดในรอบปีประมาณ 31 องศาเซลเซียส ในเดือนสิงหาคมมีระดับความชื้นสัมพัทธ์สูง ทำให้รู้สึกร้อนชื้น อุณหภูมิโดยเฉลี่ยประมาณ 26 - 31 องศาเซลเซียส

ฤดูใบไม้ร่วง ระหว่างเดือนกันยายนถึงเดือนพฤศจิกายน เป็นช่วงที่มีลมพัดเย็นสบาย แสงแดดอบอุ่น อากาศปลอดโปร่งและอุณหภูมิกำลังดี ในช่วงนี้นักท่องเที่ยวจะนิยมมาเที่ยวฮ่องกงมากที่สุด เพราะถือเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดของปี โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 19 - 28 องศาเซลเซียส

ฤดูหนาว ระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ในช่วงนี้จะมีอากาศแห้ง หนาวเย็น และมีเมฆมาก อาจมีแนวปะทะอากาศเย็นเป็นครั้งคราว โดยอุณหภูมิลดต่ำถึง 10 องศาเซลเซียส และในเขตเมืองมีอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 12 - 20 องศาเซลเซียส



ภาพที่ 2 แผนภูมิอากาศและอุณหภูมิเฉลี่ยในแต่ละเดือนของฮ่องกง

ที่มา : <http://thaifootprint.com/> (2560)

นอกจากนี้ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนพฤศจิกายนจะเป็นช่วงที่ฮ่องกงได้รับผลกระทบจากพายุไต้ฝุ่น ซึ่งฤดูมรสุมนี้จะเริ่มในเดือนพฤษภาคมและสิ้นสุดลงในเดือนพฤศจิกายน เมื่อพายุไต้ฝุ่นเคลื่อนตัวใกล้เข้ามา ศูนย์พยากรณ์อากาศของฮ่องกงจะเป็นผู้รับผิดชอบการกระจายข่าวและประกาศแจ้งเตือนทั้งทางสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุ เพื่อแจ้งเตือนภัยให้ประชาชนทราบหากตรวจพบการก่อตัวของพายุไต้ฝุ่น หอสังเกตการณ์ฮ่องกงจะส่งสัญญาณแจ้งเตือนตามระดับความรุนแรงของพายุไต้ฝุ่นตั้งแต่ระดับ 1 - 10 เมื่อใดที่สัญญาณเตือนภัยแจ้งเตือนความรุนแรงถึงระดับ 8 นับว่าเป็นระดับที่อันตรายมาก ประกาศเพื่อให้ประชาชนอยู่ภายในบ้าน เนื่องจากระบบการบริการขนส่งสาธารณะต่างๆจะถูกระงับการให้บริการในขณะนั้น ธุรกิจร้านค้าส่วนใหญ่จะปิดทำการและเที่ยวบินต่างๆจะถูกยกเลิก นอกจากนี้ในกรณีที่ฝนตกหนักก็จะมีระบบแจ้งเตือนต่างหากด้วยเช่นกัน

8.3 ประชากร

สถิติประชากรฮ่องกงในปี 2016 มีจำนวนประชากร 73,749,000 คน ประกอบด้วย เพศชาย 3.9 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 54 ของประชากรฮ่องกงทั้งหมด และเพศหญิง 3.3 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 46 ของประชากรฮ่องกงทั้งหมด และมีอัตราการเจริญเติบโตของประชากรร้อยละ 0.9 (census and statistics department, 2016) ซึ่งถือว่ามีความหนาแน่นที่สุดแห่งหนึ่งในโลก

8.4 ทรัพยากรธรรมชาติ

ฮ่องกงไม่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ เนื่องจากมีลักษณะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเกาะซึ่งล้อมรอบด้วยทะเล ทำให้ฮ่องกงมีศักยภาพในการเป็นท่าเรือน้ำลึกสำหรับทำการค้ากับต่างประเทศ

8.5 เศรษฐกิจและการค้า

ฮ่องกงปกครองภายใต้นโยบาย “หนึ่งประเทศสองระบบ หรือ One Country Two System” มีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมและเป็นเมืองท่าเสรี มีข้อจำกัดทางการค้าน้อยมาก เนื่องจากฮ่องกงไม่มีทรัพยากรธรรมชาตินอกจากท่าเรือน้ำลึกที่ดี ดังนั้น โครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สำคัญของฮ่องกงคือ การค้า ธุรกิจด้านการเงิน การธนาคารและการประกันภัย การลงทุน และการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันฮ่องกงเป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก เป็นส่วนหนึ่งของขุมพลังทางเศรษฐกิจที่สำคัญของจีนในเขตเศรษฐกิจสามเหลี่ยมปากแม่น้ำจูเจียง หรือแม่น้ำเพิร์ล อันเปรียบเสมือนประตูการค้าเข้าสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นศูนย์กลางการเงินและการธนาคาร

ที่ใหญ่เป็นอันดับสามของโลกรองจากนิวยอร์กและลอนดอน (World Economic Forum : WEF, 2555) อีกทั้งระบบการเงินของฮ่องกงก็มีศักยภาพสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆทั่วโลก โดยเฉพาะในด้านการบังคับใช้สัญญา ระบบภาษี โครงสร้างพื้นฐานในการทำธุรกิจ และการบริการด้านการเงิน ฮ่องกงได้รับการยอมรับในด้านการเป็นแหล่งระดมทุน IPO (Initial Public Offering) การพัฒนาตลาดหลักทรัพย์และการดำเนินธุรกิจ (John Tsang, 2555) มีความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่สูงที่สุดของโลก โดยใช้เกณฑ์ชี้วัดกว่า 340 รายการ บนพื้นฐานของ 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ สมรรถนะทางเศรษฐกิจ ประสิทธิภาพของรัฐบาล ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ และโครงสร้างพื้นฐาน (IMD World Competitiveness Center, 2559)

นอกจากนี้ ฮ่องกงยังเป็นเมืองท่าเรือปลอดภาษี (Free Port) คือ ไม่มีการเก็บภาษีศุลกากรในการนำเข้าและส่งออก แต่มีการเก็บภาษีสรรพสามิต 3 หมวดสินค้า คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ใบบายสูบ และน้ำมันเชื้อเพลิง ฮ่องกงเป็นศูนย์กลางการพัฒนาธุรกิจเงินหยวนข้ามพรมแดน และศูนย์กลางทางการค้า เศรษฐกิจ และการเงินของภูมิภาคเอเชีย

ด้านอุตสาหกรรม

ฮ่องกงเป็นเขตการส่งออกสินค้าที่มีชื่อเสียงด้านการส่งสินค้าอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภคจากทั่วโลก โดยมีอุตสาหกรรมก่อสร้าง การต่อเรือ ซ่อมเรือ และอุตสาหกรรมขนาดเล็ก อาทิ เครื่องประดับ นาฬิกา ของเล่น เครื่องใช้ไฟฟ้าหรืออิเล็กทรอนิกส์เป็นอุตสาหกรรมเด่นของฮ่องกง โดยมีประมาณร้อยละ 80 ของสินค้าอุตสาหกรรมผลิตเพื่อการส่งออก

9. สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในฮ่องกง

ฮ่องกงเป็นเมืองที่มีความหลากหลาย โดยผสมผสานระหว่างความทันสมัยและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวฮ่องกง จากความหลากหลายเหล่านี้จึงกลายเป็นเสน่ห์ที่น่าดึงดูดและน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวในฮ่องกง

สวนสนุกโอเชียนปาร์ก (Ocean Park)

ตั้งอยู่เซาท์เทิร์น (Southern) หรือทางตอนใต้ของเกาะฮ่องกง เป็นสวนสนุกกลางแจ้งขนาดใหญ่แห่งแรกของฮ่องกงที่มีจุดเด่นเป็นการรวมกันระหว่างสวนสนุกและสวนน้ำ มีเครื่องเล่น การแสดงโชว์ นิทรรศการ ร้านค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แบ่งเป็น 2 โซนหลัก คือ The Waterfront ตั้งอยู่ระดับพื้นดิน และ The Summit ตั้งอยู่บนภูเขาอีกฝาก ซึ่งเชื่อมต่อกันโดยกระเช้าลอยฟ้า (Cable Car) และรถไฟ Ocean Express ทำให้ระหว่างการเดินทางโดยสารกระเช้านี้

นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินไปกับทิวทัศน์ที่สวยงามได้ นอกจากนี้ทั้งสองโซนยังแบ่งเป็นโซนย่อยอีกทั้งหมด 8 โซน ดังนี้

- Aqua City
- Amazing Asian Animals
- Whiskers Harbour
- Rainforest
- Thrill Mountain
- Polar Adventure
- Adventure Land
- Marine World

นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินความน่ารักของสัตว์ ทั้งแพนด้าแดง สิงโตทะเล นกฮูกหิมะ นาก ลิงแคว สัตว์โลกใต้ทะเล เล่นเครื่องเล่นต่างๆที่มีทั้งความสนุกสนาน ทำทายและหวาดเสียว เช่น รถไฟเหาะ ม้าหมุน ชิงช้าสวรรค์ หรือนั่งชมการแสดงและพาเหรดที่ตื่นตาตื่นใจ รวมทั้งเที่ยวชมสัมผัสวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองฮ่องกงในสมัยโบราณ เป็นต้น



ภาพที่ 3 สวนสนุก Ocean Park

ที่มา : <http://vizts.com/> (2560)

ลานไควฟง (Lan Kwai Fong)

ตั้งอยู่ในย่านเซ็นทรัล (Central) ของเกาะฮ่องกง ลานไควฟงเป็นแหล่งท่องเที่ยวสังสรรค์ และศูนย์กลางแห่งความรื่นเริงยามค่ำคืน โดดเด่นด้วยเสน่ห์ของป้ายสัญลักษณ์ตามท้องถนนอันเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นฮ่องกง เป็นแหล่งรวมผับ บาร์ ลานเบียร์ และร้านอาหารจำนวนมาก นอกจากนี้ลานไควฟงมักเป็นเจ้าภาพจัดงานคาร์นิวัลและงานฉลองอื่นๆ ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ฮาโลวีน คริสต์มาส ปีใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีงานเทศกาลเบียร์ของตัวเองอีกด้วย



ภาพที่ 4 ลานไควฟง

ที่มา : <http://www.discoverhongkong.com/> (2560)

ถนนสายดวงดาว (Avenue of Star)

ตั้งอยู่ในย่านจิมซาโจ้ยของฝั่งเกาลูน ถนนเลียบริมอ่าววิกตอเรีย เป็นสถานที่ซึ่งรำลึกถึงอัจฉริยะบุคคลที่มีคุณูปการต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฮ่องกง สร้างขึ้นเพื่อโปรโมทอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮ่องกงในอดีต มีรอยพิมพ์ฝ่ามือพร้อมลายเซ็นของดารานักแสดงฮ่องกงที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก เช่น เจ็ตลี (Jet Li) เฉินหลง (Jackie Chan) เป็นต้น รวมถึงรูปปั้นจำลองรางวัล รูปปั้นแสดงการถ่ายภาพยนตร์ในสมัยก่อน ประติมากรรมขนาดเท่าคนจริงของบรูซ ลี (Bruce Lee) ซึ่งเป็นตำนานอัจฉริยะกังฟู ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้สามารถชมความสวยงามของถนนเลียบริมอ่าววิกตอเรีย และหมู่ตึกระฟ้าที่มีชื่อเสียงของฮ่องกง และเป็นสถานที่จัดการแสดง A Symphony of Lights



ภาพที่ 5 รูปปั้นบรูท ลีที่ Avenue of Star

ที่มา : <http://img.themirahotel.com/> (2560)

การแสดงมัลติมีเดีย แสง สี เสียง (A Symphony of Lights: SoL)

ตั้งอยู่ในย่านจิมซาโจ้ย (Tsim Sha Tsui) ของฝั่งเกาลูน เป็นการแสดงแสง สี เสียงกลางแจ้ง ยามค่ำคืนที่ใหญ่ที่สุด ซึ่งได้รับการบันทึกจาก Guinness World Record โดยใช้การยิงเลเซอร์ประกอบ จังหวะเพลงไปพร้อมกับตึกสูงกว่า 40 แห่ง ทั้งบนฝั่งฮ่องกงและเกาลูน ทำให้บริเวณ ฅ อ่าววิกตอเรียสว่างไสวด้วยแสงสีและมีชีวิตชีวา เป็นการแสดงที่เปิดให้ชมฟรีทุกวันเวลา 20.00 น. โดยใช้เวลาแสดง 15 นาที ธีมการแสดงจะแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ การตื่นตัวเติบโต (Awakening) ความมีชีวิตชีวา (Energy) มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage) ความร่วมมือ (Partnership) และการเฉลิมฉลอง (Celebration) ซึ่งทั้งหมดเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้ฮ่องกงมีความยิ่งใหญ่ จนถึงปัจจุบันนี้ นอกจากนี้ยังมีการแสดงชุดพิเศษที่ไม่แสดงในเวลาปกติ คือ การแสดงสำหรับวัน ตรุษจีน



ภาพที่ 6 การแสดง A Symphony of Lights

ที่มา : <http://www.laservision.com.au/> (2560)

เลดี้ส์มาร์เก็ต (Ladies Market)

ตั้งอยู่ในย่านมงก๊ก (Mong Kok) บนถนนตุง ชอย (Tung Choi Street) ในฝั่งเกาลูนของฮ่องกง เป็นแหล่งช้อปปิ้งที่มีความยาวประมาณ 1 กิโลเมตร ร้านค้าในตลาด Ladies Market ส่วนใหญ่ขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับราคาถูกลง ภายในตลาดแห่งนี้สามารถเลือกซื้อเสื้อผ้า ยีน กระเป๋า รองเท้า นาฬิกา ตุ๊กตา ของใช้กระจุกกระจิก ของที่ระลึก ฯลฯ ได้ในราคาถูกลง



ภาพที่ 7 ตลาด Ladies Market

ที่มา : <http://static.panoramio.com/> (2560)

เทมเพิลสตรีท (Temple Street Night Market)

ตั้งอยู่ในย่านจอร์แดน (Jordan) ในฝั่งเกาลูนของฮ่องกง แบ่งพื้นที่เป็น 2 โซน คือ ส่วนเทมเพิลสตรีท (Temple Street) ขึ้นชื่อในด้านการดูดวง เต็มไปด้วยหมอดู ทั้งลายมือ ไพ่ยิปซีก นกแก้ว และวันเดือนปีเกิด กับส่วนของเทมเพิลสตรีทไนท์มาร์เก็ต (Temple Street Night Market) เป็นพื้นที่จำหน่ายสินค้าแฮนด์เมด ของที่ระลึก เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องประดับ ภาพเขียน ร้านอาหารริมทางซึ่งราคาไม่สูง



ภาพที่ 8 Temple Street Night Market

ที่มา : <https://www.roughguides.com/> (2560)

วัดห้วงไต้จีน (Wong Tai Sin Temple)

ตั้งอยู่บนเกาะกวนตะวันออก (Kowloon East) เป็นวัดจีนโบราณที่นำความเชื่อจากทั้งศาสนาพุทธ ขงจื้อ และลัทธิเต๋า รวมกันเป็นจุดเริ่มต้นของสถาปัตยกรรมตกแต่งภายในวัด ซึ่งชาวฮ่องกงให้ความเลื่อมใสมาเป็นระยะเวลากว่า 60 ปี และมีผู้คนกราบไหว้สักการะเป็นจำนวนมาก แม้กระทั่งชาวต่างชาติเอง โดยเชื่อว่าจะทำให้หายจากโรคภัยไข้เจ็บ และเชื่อว่าผลของการเสี่ยงเซียมซีตรงมาก โดยคำอธิบายคำทำนายจะมีภาษาจีนและอังกฤษเท่านั้น ด้านสถาปัตยกรรมของวัดคล้ายกับวัดจีนสมัยก่อน มีเสาสีแดงขนาดใหญ่กับหลังคาสีทองอร่าม ได้หลังคาถูกตกแต่งด้วยการเขียนลายไม้สีฟ้าแบบจีนและตัวอักษรสีเหลืองทอง บริเวณรอบๆ มีอารามเจ้าแม่กวนอิม โขดหินรูปสิงโต สวนน้ำตกตลอดจนสวนที่จัดเลียนแบบสวนในปักกิ่ง (Good Wish Garden) ที่จำลองมาจากพระราชวังฤดูร้อน ด้วยบรรยากาศที่ร่มรื่นและเหมาะแก่การพักผ่อน



ภาพที่ 9 วัดห้วงไต้หวัน

ที่มา : <http://www.travelohongkong.com/> (2560)

ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ (Hong Kong Disneyland)

ตั้งอยู่บนเกาะลันเตา (Lantau Island) เป็นสวนสนุกในเครือของวอลต์ดิสนีย์ เป็นสถานที่ที่ทำให้ได้สัมผัสกับบรรยากาศแห่งเวทย์มนตร์หรือให้ความรู้สึกเหมือนเข้าไปอยู่ในเทพนิยายที่เต็มไปด้วยมนตร์มายา ความสวยงาม ความตื่นเต้น การสำรวจ และตัวละครของดิสนีย์ โดยจะจัดกิจกรรมหรือบรรยากาศให้เข้ากับเทศกาลนั้นๆ สามารถชมความบันเทิง การแสดงต่างๆ หรือกองทัพขบวนพาเรดของตัวการ์ตูนดิสนีย์ สนุกกับเครื่องเล่นต่างๆ ที่หลากหลาย นอกจากนี้ยังมีบริการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร จุดถ่ายรูป และยังมีความพิเศษที่จัดขึ้นในเทศกาลต่างๆ เช่น ตรุษจีน ฮาโลวีน คริสต์มาส ปีใหม่ เป็นต้น ภายในแบ่งออกเป็นโซนๆ โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 7 โซนหลัก ดังนี้

- Main Street U.S.A. เป็นโซนแรกที่เชื่อมไปยังโซนอื่นๆ ซึ่งตกแต่งด้วยอาคารบ้านเมืองสไตล์อเมริกัน ในโซนนี้จะไม่มีเครื่องเล่น เพราะเป็นที่จำหน่ายของที่ระลึกและร้านอาหาร และยังเป็นโซนที่ใช้สำหรับการรับชมขบวนพาเรดอีกด้วย

- Adventureland โซนนี้จะได้รับความตื่นเต้นจากเครื่องเล่นและการแสดงแนวผจญภัย

- Grizzly Gulch เป็นโซนที่จำลองลักษณะเหมือนแร่ร้างกลางหุบเขาและผืนป่า มีเครื่องเล่นเพียงชนิดเดียว คือ รถไฟตะลุยเหมือง (Runaway Mine Cars หรือ Big Grizzly Mountain Coaster) ซึ่งเป็นเครื่องเล่นพิเศษสำหรับฮ่องกงดิสนีย์แลนด์โดยเฉพาะ

- Mystic Point ดินแดนแห่งป่าฝนที่เต็มไปด้วยความลึกลับ สนุกกับการนั่งรถเลื่อนผจญภัยในปราสาทผ่านห้องต่างๆที่ตกแต่งไว้อย่างสวยงาม หรือการมองภาพ 3 มิติ ผ่านรูขนาดเล็กๆ (Garden of Wonders) เป็นต้น

- Toy Story Land เป็นโซนที่จำลองบรรยากาศท้องทุ่งและเครื่องเล่นต่างๆตามการ์ตูนเรื่องทอยสตอรี

- Fantasyland เป็นโซนที่เหมาะสมสำหรับเด็กหรือหญิงสาว เนื่องจากเป็นดินแดนที่เต็มไปด้วยจินตนาการปราสาทเจ้าหญิงเทพนิยาย เครื่องเล่นจะเป็นแบบเบาๆและไม่หวาดเสียวมาก เช่น ม้าหมุนซินเดอเรลล่า (Cinderella Carousel) หรือชมการแสดงชุดต่างๆ เป็นต้น

- Tomorrowland ดินแดนแห่งโลกอนาคต ตะลุยไปกับแดนอวกาศซึ่งเต็มไปด้วยเครื่องเล่นหวาดเสียวเป็นจำนวนมาก เช่น รถไฟเหาะความเร็วสูง (Space Mountain) ปฏิบัติการยิงต่อสู้เก็บคะแนน กำจัดศัตรูกับเหล่าวายร้ายต่างๆ (Buzz Lightyear Astro Blasters) จากการ์ตูนทอยสตอรี รถไฟตะลุยอวกาศจากเรื่อง Star War หรือสนุกกับภาพจำลองไอรอนแมน 3 มิติ (Iron Man Experience)



ภาพที่ 10 Hong Kong Disneyland

ที่มา : <https://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/> (2560)

วิกตอเรีย พีค (Victoria Peak: The Peak)

จุดชมทิวทัศน์แบบพาโนรามาเมืองฮ่องกง Victoria Peak (The Peak) ตั้งอยู่บนยอดเขาวิกตอเรีย พีค (Victoria Peak) ในย่านเซ็นทรัลบนเกาะฮ่องกง ซึ่งเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในฝั่งของเกาะฮ่องกง สามารถมองเห็นอ่าว ต้นเขาหรือทิวทัศน์เมืองด้านล่างได้เกือบทั่วทั้งหมดยุคความสวยงามของตึกสูงต่างๆในช่วงพระอาทิตย์ตกดินหรือลับขอบฟ้า สัมผัสความสวยงาม

ของทิวทัศน์ ตึกสูง หรือชมการแสดง Symphony of Lights ที่สวยงามในอีกบรรยากาศหนึ่ง
ของเมืองฮ่องกง นอกจากนี้ด้านบนของ The Peak ก็ยังมีสถานที่เที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ได้แก่
Peak Tram, The Peak Tower, Sky Terrace 428, The Peak Tram Historical Gallery และเส้นทาง
ศึกษาธรรมชาติ



ภาพที่ 11 ทิวทัศน์เมืองฮ่องกงจาก The Peak

ที่มา : <https://expatliving.hk/> (2560)

- **Peak Tram** เป็นรถรางที่ใช้โดยสารขึ้นลง The Peak ทำให้สามารถมองเห็นทิวทัศน์
มุมสูง ซึ่งจะมีเหตุการณ์ที่เรียกว่า “The Peak Tram illusion” เกิดขึ้น กล่าวคือ ปกติเมื่อนั่งรถขึ้นเนิน
จะมองเห็นตึกสูงที่อยู่ไกลออกไปยังคงตั้งตรงปกติ แต่ที่พีคแทรม (Peak Tram) นั้น หากลองสังเกต
ทิวทัศน์ด้านขวามือ จะให้ความรู้สึกเหมือนตึกกำลังจะล้มเอียงไปด้านหน้า ถือเป็นปรากฏการณ์
ที่แปลกและไม่เหมือนรถรางที่อื่น (TalonTiew, 2560)



ภาพที่ 12 รถราง Peak Tram

ที่มา : <https://media.holidaypirates.com/> (2560)

- **The Peak Tower** อาคารสถาปัตยกรรมที่มีรูปทรงเป็นเอกลักษณ์ วางตัวอาคารตามแนวภูเขาและกำหนดความสูงของอาคารไม่เกินเส้นขอบภูเขาไว้ 428 เมตรจากระดับน้ำทะเล จึงเป็นที่มาของจุดชมวิวทิวทัศน์ด้านบน เรียกว่า Sky Terrace 428 ด้านในอาคาร The Peak Tower จะมีร้านค้า ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก รวมถึงพิพิธภัณฑ์หุ่น Madame Tussauds ซึ่งรวบรวมหุ่นขี้ผึ้ง ดารา หรือคนดังต่างๆจากทั่วโลกเอาไว้



ภาพที่ 13 อาคาร The Peak Tower

ที่มา : <http://www.letsdochina.com/> (2560)

- **Sky Terrace 428** เป็นจุดชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงามที่สุดของฮ่องกง เพราะสามารถมองเห็นได้รอบทิศ 360 องศา ซึ่งมีความสูงถึง 428 เมตรจากระดับน้ำทะเล สามารถชมทิวทัศน์เมืองฮ่องกงจากจุดนี้ได้ทั้งวัน โดยช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการมาชม คือ ตั้งแต่ตะวันใกล้ตกดิน ประมาณ 18.00 น. จนถึงช่วงค่ำที่ความสวยงามของเมืองฮ่องกงถูกแทนที่ด้วยแสงไฟจากตึกทั่วฮ่องกง



ภาพที่ 14 จุดชมทิวทัศน์ Sky Terrace 428

ที่มา : <https://upload.wikimedia.org/> (2560)

- **The Peak Tram Historical Gallery** เป็นสถานที่จัดแสดงประวัติความเป็นมาและอุปกรณ์เครื่องใช้ของรถรางในอดีต



ภาพที่ 15 สถานที่จัดแสดง The Peak Tram Historical Gallery

ที่มา : <https://img-cdn.hopetrip.com.hk/> (2560)

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับกลุ่ม Gen-Y พบว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ สรุปได้ดังนี้

รัตนาวดี ไสจุล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยว Gen-Y ชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยว Gen-Y ชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนและกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และนิยมพักค้างคืน พบว่า ส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม 4 - 5 คน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง 1,000 - 2,000 บาท กิจกรรมที่สนใจหรือเข้าร่วม คือ การล่องแก่งหรือล่องแพ มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนและตัดสใจท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มีความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย 2 ครั้งต่อปี มีช่วงเวลาที่นิยมท่องเที่ยว คือ ตามความสะดวก มีระยะเวลาโดยเฉลี่ย 1 วันจัดรายการเดินทางทั้งหมดด้วยตัวเอง ทราบข้อมูล

การท่องเที่ยวจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ มีสาเหตุการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ คือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยให้เลือกหลากหลาย นิยมเดินทางด้วยรถส่วนบุคคล (รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์) พักที่โรงแรมหรือรีสอร์ท มีการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก และจะให้คำแนะนำแก่บุคคลอื่น ๆ ให้มาท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านการจัดจำหน่ายบริการ และด้านกระบวนการ

TAN LAY YEN (2015) ได้ศึกษาเรื่อง “A Study of Generation Y Travel Behaviour In Malaysia” มีวัตถุประสงค์ศึกษารูปแบบพฤติกรรมท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ในมาเลเซีย เนื่องจาก Gen-Y เป็นกลุ่มพิเศษที่มีความคิดสร้างสรรค์ และเป็นรุ่นที่เติบโตมาในสภาพแวดล้อมที่เพียบพร้อมไปด้วยเทคโนโลยี โดยใช้ทฤษฎี push and pull factors ในการชี้ให้เห็นถึงแรงจูงใจการท่องเที่ยวของเจนวาย และพิจารณาพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างๆของกลุ่ม Gen-Y โดยวิธีเชิงปริมาณ จากนั้นจะปรากฏรูปแบบที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเจนวาย ผลการศึกษาพบว่ากลุ่ม Gen-Y มีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยว เพราะต้องการแสวงหาความรู้และพักผ่อน อีกทั้งยังพบว่า ต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย สถานที่ท่องเที่ยว และภูมิประเทศทิวทัศน์เป็นแรงจูงใจดึง (push factors) ที่สำคัญสำหรับเจนวาย โดยแรงผลักและแรงดึงเป็นพื้นฐานของรูปแบบพฤติกรรมที่ทำให้กลุ่ม Gen-Y ตัดสินใจเดินทาง นอกจากนี้การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ยังแสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเดินทางในช่วงปิดเทอม เข้าพักโรงแรม กินอาหารท้องถิ่น และเดินทางพร้อมกับครอบครัวหรือเพื่อน เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนคลายและสำรวจสถานที่ใหม่ๆ ซึ่งการเที่ยวชมหรือเยี่ยมชมสถานที่ที่เป็นกิจกรรมที่สื่อถึงการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y มากที่สุด โดยใช้อินเทอร์เน็ตในการวางแผนและหาข้อมูลการท่องเที่ยว เช่น Trip Advisor Groupon และ Air Asia เป็นต้น รวมถึงสอบถามและรับฟังคำแนะนำจากเพื่อน ดังนั้น การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า แรงผลักและแรงดึงทำให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวและเป็นตัวแสดงออกของพฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยวต่างๆด้วย

Joanna Kowalczyk-Aniol (2012) ได้ศึกษาเรื่อง “Tourism Trends Among Generation Y In Poland” พิจารณาจากชนิดของข้อมูลเชิงประจักษ์และแหล่งข้อมูลที่มีอยู่ โดยนำเสนอภายใต้การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหนุ่มสาวกลุ่ม Gen-Y อ้างอิงถึงการเปลี่ยนแปลงยุคสมัยของกลุ่มคนตามช่วงอายุหรือเจนเนอเรชันและประชากรศาสตร์ มุ่งเสนอการเลือกลักษณะการท่องเที่ยวและ

พฤติกรรมทั่วไปการวิเคราะห์จากการสังเกตแสดงให้เห็นว่า Gen-Y ทั่วโลกมีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน ความคล้ายคลึงนี้ยังเห็นได้ในการท่องเที่ยวใหม่ หรือเทรนด์การท่องเที่ยวหลังสมัยใหม่ เช่น Gap Year คือ การใช้เวลาประมาณหนึ่งเพื่อหยุดทุกอย่างแล้วใช้เวลานั้นออกเดินทางท่องโลกหาประสบการณ์ หรือการท่องเที่ยวในแบบที่เรียกว่า Couchsurfing คือ การเที่ยว ณ สถานที่หนึ่งๆ แล้วนอนกับคนท้องถิ่นหรือคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้นๆ แทนการนอนตามโรงแรม เป็นต้น เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เป็นอิสระ ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีความนิยมมากขึ้น ในทางกลับกัน นิสัยในการบริโภคของกลุ่ม Gen-Y ชื่นชอบในความสะดวกสบายและความบันเทิง เช่นเดียวกับการแนะนำจากครอบครัว เพื่อน หรือการสังเกตผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางบ่อยๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ดังแนวคิดของรัตนาวดี ไสจุล (2558) ว่ากลุ่ม Gen-Y มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีการศึกษาหรือสืบหาข้อมูลในการท่องเที่ยว ทั้งจากอินเทอร์เน็ตและจากคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักเพื่อวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าการร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวที่ถูกจำกัดด้วยเวลาและสถานที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เช่นเดียวกับแนวคิดของ TAN LAY YEN (2015) ซึ่งกล่าวว่า Gen-Y วางแผนและหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตและจากการสอบถามเพื่อน เป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและสำรวจเยี่ยมชมสถานที่ แต่มีแรงผลักดันทุนค่าใช้จ่าย สถานที่ท่องเที่ยว และภูมิประเทศเป็นตัวผลักดันให้เกิดแรงจูงใจ และ Joanna Kowalczyk-Aniol (2012) กล่าวว่า Gen-Y มีลักษณะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบอิสระ มุ่งเน้นที่ความสะดวกสบายและความบันเทิง สอบถามหรือสังเกตข้อมูลการท่องเที่ยวจากครอบครัว เพื่อนหรือผู้ร่วมเดินทาง

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกงของกลุ่ม Gen-Y” ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีการกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยเพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามความมุ่งหมายของงานวิจัย ดังนี้

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ด้านแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง จำนวน 101 ชุด

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง จากหน่วยงานการท่องเที่ยวฮ่องกง (HONG KONG TOURISM BOARD) และจากการเขียนเล่าประสบการณ์การเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกงผ่านเว็บไซต์ต่างๆ

2) ข้อมูลแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆที่มีผู้จัดทำและรวบรวมไว้จากหน่วยงานต่างๆ เช่น หนังสือ ผลงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ รวมถึงข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางการศึกษาและการสร้างแบบสอบถาม

3.2 ขั้นตอนการศึกษา

การศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกงของกลุ่ม Gen-Y มีวิธีในการศึกษาดังนี้

3.3.1 ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง ในการศึกษาขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวในฮ่องกง จากหน่วยงานการท่องเที่ยวฮ่องกง (HONG KONG TOURISM BOARD) และจากการเขียนเล่าประสบการณ์การเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกงผ่านเว็บไซต์ รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามและเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวมาศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในฮ่องกง และนำเสนอในรูปแบบแผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของฮ่องกง (Cartographic Method) ประกอบการบรรยาย

3.3.2 ทำการศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง ในการศึกษาขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ (E-Questionnaire) จากกลุ่ม Gen-Y ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ฮ่องกง จำนวน 101 คน จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยข้อมูลทางสถิติ และนำเสนอในรูปแบบตารางแสดงแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง

3.3.3 ทำการศึกษาเพื่อเสนอแนะการพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y โดยทำการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว รวมถึงแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง อาทิ แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปในฮ่องกง กิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งของหรือของที่ระลึกที่ซื้อ ถูหรือช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยวฮ่องกง สิ่งที่น่าสนใจสำหรับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวหรือที่พัก ย่านที่เป็นที่นิยม ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ เป็นต้น จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ พิจารณา และนำเสนอในรูปแบบแผนที่แสดงโปรแกรมและเส้นทาง การท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y ประกอบการบรรยาย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.4.1 แบบสอบถามออนไลน์ (E-Questionnaire)

3.4.2 โปรแกรม Numbers

3.4.3 แผนที่

3.4 เทคนิคในการวิเคราะห์

3.5.1 การวิเคราะห์ศึกษาแผนที่ (Cartographic Method)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

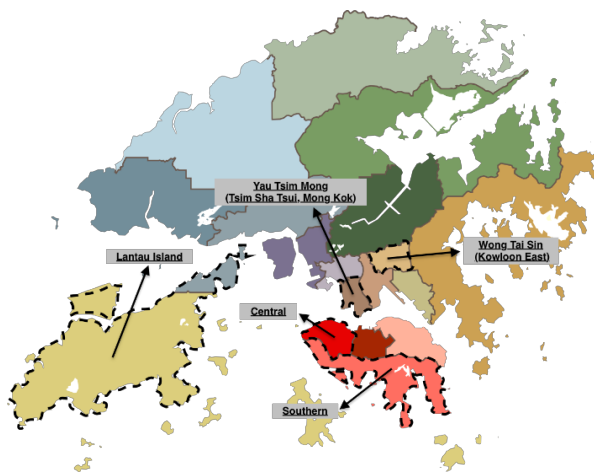
บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกงของกลุ่ม Gen-Y” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง ศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง อีกทั้งเพื่อเสนอแนะการพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y โดยสรุปผลการศึกษาตามประเด็นต่อไปนี้

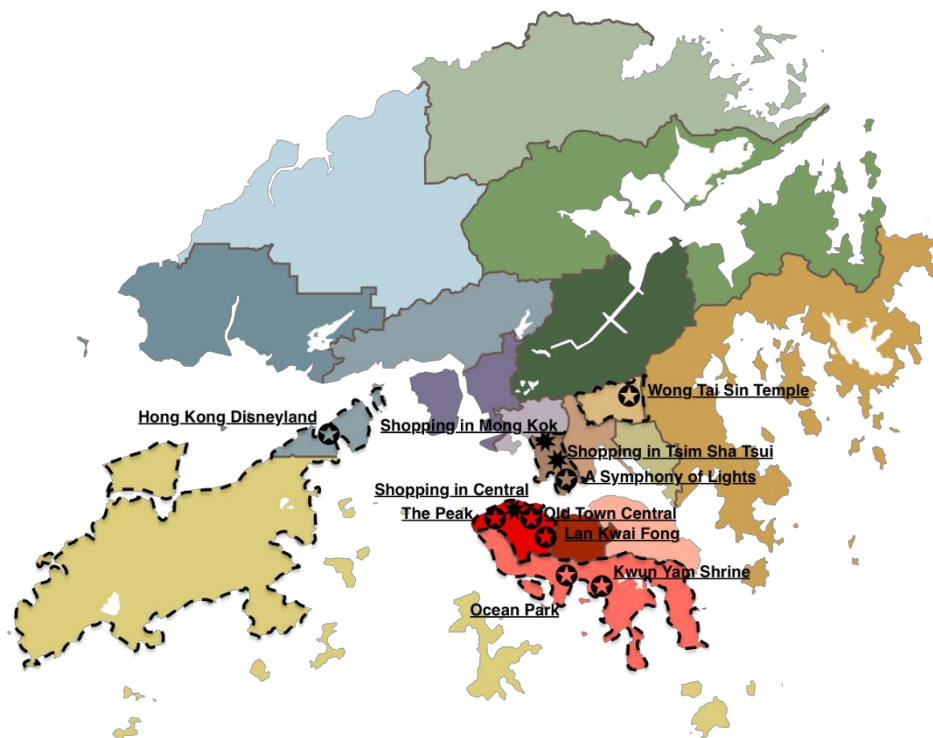
4.1 แหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง

จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง ได้ดำเนินการโดยรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวในฮ่องกงจากหน่วยงานการท่องเที่ยวฮ่องกง (HONG KONG TOURISM BOARD) และจากการเขียนเล่าประสบการณ์การเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกงผ่านทางเว็บไซต์ Pantip หรือ Blog รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามและเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 16 แผนที่แสดงที่ตั้งของย่านที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม Gen-Y

ที่มา : ผู้จัดทำ (2561)



ภาพที่ 17 แผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในกลุ่ม Gen-Y
ที่มา : ผู้จัดทำ (2561)

4.1.1 เกาะฮ่องกง (HONG KONG ISLAND)

ย่านเซ็นทรัล (CENTRAL)

1) วิกตอเรีย พีค (Victoria Peak: The Peak)

เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในฝั่งของเกาะฮ่องกง อยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะฮ่องกง ย่านเซ็นทรัล ความสูง 552 เมตร (1,811 ฟุต) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์และได้รับความนิยมสำหรับชมทิวทัศน์แบบพาโนรามาจากมุมสูงของฮ่องกงที่ยอดเขามุมที่สุด ด้วยทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้เกือบทั่วฮ่องกงทั้งตึกสูงระฟ้า สันเขา และอ่าววิกตอเรีย ซึ่งรวมถึงความสวยงามของฝั่งเกาลูนในบางส่วนอีกด้วย

ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการชมทิวทัศน์บนยอดเขาวิกตอเรีย พีค คือ ช่วงบ่ายแก่ๆจนถึงค่ำ เนื่องจากช่วงเวลานี้นักท่องเที่ยวจะได้ชมความสวยงามของฮ่องกงท่ามกลางแสงของท้องฟ้า ในช่วงที่ฟ้าสว่างจวบจนพระอาทิตย์ค่อยๆตกดินและฟ้ามืดในที่สุด ชมความสวยงามของแสงไฟจากตึกอาคารต่างๆ รวมถึงเป็นอีกจุดหนึ่งสำหรับชมการแสดง Symphony of Lights ในบรรยากาศที่ต่างจากการชมที่ฝั่งเกาลูน



ภาพที่ 18 ทิวทัศน์บนยอดเขาวิกตอเรีย พีค

ที่มา : <https://vizts.com/victoria-peak/> (2561)

ที่ตั้ง : Victoria Peak, The Peak, Hong Kong Island, Hong Kong

เว็บไซต์ : www.thepeak.com.hk

GPS : 22.275893, 114.145525

การเดินทาง แบ่งออกเป็น 2 วิธี ดังนี้

1. การเดินทางที่ต้องต่อรถราง Peak Tram เพื่อขึ้นไปยัง The Peak

- สามารถนั่ง Mass Transit Railway (MTR) ลงสถานี Central ทางออก J2 แล้วเลี้ยวขวาเพื่อเดินต่อไปยังสถานีรถราง Peak Tram Lower Terminus ซึ่งเป็นจุดซื้อขายตั๋วรถราง Peak Tram ระหว่างทางจะผ่าน Chater Garder ให้ข้ามสามแยกตรงถนน Queen's Road Central เพื่อไปยังถนน Garden Road สังเกตว่าจากตรงนั้นจะต้องเดินผ่าน Bank of China Tower และ Citibank Plaza ซึ่งอยู่ทางซ้ายมือ และ St John's Cathedral ทางขวามือก่อนที่จะถึงสถานีรถรางดังกล่าว ใช้เวลาเดินประมาณ 10 นาที

- นั่งรถบัสประจำทางสาย 15C จากท่ารถที่สถานี Central (ใกล้ท่าเรือสตาร์เฟอร์รี่ หมายเลข 5) ลงที่ Peak Tram Lower Terminus จุดซื้อขายตั๋วรถราง Peak Tram ค่าบริการ HK\$4.20 เด็ก (3 - 11 ปี) HK\$2.1 โดยจะให้บริการทุกๆ 15 - 20 นาที

หมายเหตุ

- ค่าบริการครึ่งราคาสำหรับเด็กที่อายุต่ำกว่า 12 ปี และผู้ใหญ่ที่อายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป
- จะมีรถบัสประจำทางเปิดประทุน (Open Top Sightseeing Tour Bus) ให้บริการทุกๆ ประมาณ 30 นาที แต่หากไม่พร้อมให้ใช้บริการจะมีรถโดยสารประจำทางปรับอากาศชั้นเดียวและสองชั้น (Double Deck หรือ Single Deck Air-conditioned Bus) ให้บริการแทน

2. เดินทางไปยัง The Peak โดยที่ไม่ต้องนั่งรถราง Peak Tram

- สามารถนั่งรถบัสประจำทางสาย 15 จากท่ารถที่ตึก Exchange Square (ใกล้กับ MTR Hong-Kong Station ทางออก D) โดยจะนั่งยาวไปจนถึงสาย ซึ่งจะจอดที่ The Peak บริเวณ The Peak Galleria ค่าบริการ HK\$9.80 โดยจะให้บริการทุกๆ 7 - 15 นาที
- นั่งมินิบัส สาย 1 จาก MTR สถานี Hong Kong ทางออก E ค่าบริการ HK\$9.20 โดยจะให้บริการทุกๆ 10 - 12 นาที

หมายเหตุ : การเดินทางขึ้นไปยัง The Peak โดยไม่ต้องโดยสารด้วยรถราง Peak Tram เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่แนะนำ นอกจากความสะดวกและค่าบริการที่ถูกลงแล้ว ยังหลีกเลี่ยงปัญหาความแออัดและจำนวนคนที่รอขึ้นโดยสาร Peak Tram ที่มีจำนวนมาก เนื่องจากคนต้องการโดยสาร Peak Tram มีจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงเวลาตั้งแต่บ่ายแก่ๆ หรือช่วงเย็นจนถึงค่ำขึ้นไป เพราะเป็นช่วงที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการชมทิวทัศน์ อาจต้องรอนานถึง 1 - 2 ชั่วโมง วิธีนี้จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว แต่เส้นทางจะคดเคี้ยวมากกว่า ดังนั้น เส้นทางนี้จึงอาจไม่เหมาะสำหรับผู้ที่มีเมารถ



ภาพที่ 19 แผนที่แสดงที่ตั้งของ Victoria Peak

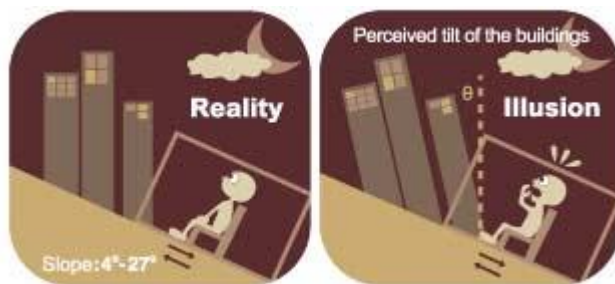
ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

นอกจากนี้ใน Victoria Peak ยังมี Peak Tram, The Peak Tower, Sky Terrace 428 และ The Peak Galleria ซึ่งตั้งอยู่บนยอดเขา Victoria Peak หรือ The Peak เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ควรพลาดสำหรับการท่องเที่ยวและเที่ยวชมทิวทัศน์ที่สวยงามของฮ่องกงเช่นกัน

Peak Tram

เป็นรถรางของฮ่องกงที่ควบคุมด้วยระบบไมโครโพรเซสเซอร์ สำหรับโดยสารนักท่องเที่ยวได้เข้านขึ้นและลงจาก The Peak โดยมีเส้นทางตรงจากย่าน Central ไปยังยอดเขา Victoria Peak หรือ The Peak รวมเป็นระยะทางกว่า 1.4 กิโลเมตร (0.89 ไมล์) ระดับความสูง 400 เมตร (1,312 ฟุต) สามารถมองเห็นทิวทัศน์ที่กว้างขวางของอ่าวท่าเรือและตึกสูงระฟ้าของฮ่องกง เป็นวิธีที่จะได้สัมผัสกับความงามที่นำมหัสจรรย์ของธรรมชาติและความเป็นเอกลักษณ์ที่งดงามของเมืองฮ่องกง สามารถบรรจุผู้โดยสารได้ประมาณ 120 คน

ความพิเศษของการนั่งรถราง **Peak Tram** คือ ปรากฏการณ์ The Peak Tram Illusion ซึ่งเกิดระหว่างนั่งรถรางขาขึ้นไปด้านบนยอดเขา The Peak เป็นปรากฏการณ์ที่นักท่องเที่ยวที่โดยสารรถรางนี้มองเห็นตึกอาคารภายนอกที่อยู่ด้านขวาของรถรางมีลักษณะล้มเอียงไปด้านหน้า (Psychological Science, 2013)



ภาพที่ 20 ภาพปรากฏการณ์ The Peak Tram Illusion

ที่มา : <https://www.thepeak.com.hk/> (2561)

คำแนะนำสำหรับการนั่ง Peak Tram : ขาขึ้นควรเลือกนั่งฝั่งขวาและขาลงควรเลือกนั่งฝั่งซ้ายของรถราง เนื่องจากเป็นฝั่งที่มองเห็นความสวยงามของทิวทัศน์และตึกสูงชันที่สุด

คำเตือน : ช่วงเวลาตั้งแต่บ่ายแก่ๆจนถึงค่ำ วันหยุดเสาร์อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่ The Peak เป็นจำนวนมาก เนื่องจากสามารถชมความสวยงามของทิวทัศน์ฮ่องกง ได้ทั้งช่วงที่ฟ้าสว่าง และช่วงที่ฟ้ามืด เปลี่ยนจากความสวยงามของฮ่องกงท่ามกลางแสงแดดของดวงอาทิตย์กลายเป็นความสวยงามท่ามกลางแสงไฟจากตึกสูงต่างๆ ดังนั้นอาจใช้เวลาในการรอคิวนานถึงชั่วโมง

ที่ตั้ง : Central, Hong Kong Island, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : ทุกวัน เวลา 7.00 - 24.00 น. โดยจะมีรถรางให้บริการทุกๆ 10 - 15 นาที

ค่าบริการ

ตั๋ว Peak Tram Sky Pass

ค่าบริการ	ตั๋วเที่ยวเดียว (Single)	ตั๋วไป - กลับ (Return)
เด็ก (3 - 11 ปี)	HK\$38	HK\$47
ผู้ใหญ่	HK\$84	HK\$99
ผู้สูงอายุ (ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป)	HK\$38	HK\$47

หมายเหตุ : เป็นตั๋ว Peak Tram & Sky Terrace 428 คือ สามารถใช้ขึ้นโดยสารรถราง Peak Tram และใช้เข้าชมทิวทัศน์ที่สวยงามของฮ่องกงจาก Sky Terrace 428

ตั๋ว Peak Tram tickets

ค่าบริการ	ตั๋วเที่ยวเดียว (Single)	ตั๋วไป - กลับ (Return)
เด็ก (3 - 11 ปี)	HK\$14	HK\$23
ผู้ใหญ่	HK\$37	HK\$52
ผู้สูงอายุ (ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป)	HK\$14	HK\$23

หมายเหตุ

- ค่าบริการอาจมีการเปลี่ยนแปลง ควรตรวจสอบจากเว็บไซต์ The Peak อีกครั้ง
- สามารถซื้อตั๋วโดยสารรถราง Peak Tram ได้ที่สถานี Peak Tram Lower Terminus ถนนการ์เด้น (Garden Road)

เบอร์โทรศัพท์ : +852 2522 0922

เว็บไซต์ : https://www.thepeak.com.hk/en/5_5_1.asp

GPS : 22.277683, 114.159191

- การเดินทาง นั่ง Mass Transit Railway (MTR) ลงสถานี Central ทางออก J2 แล้วเลี้ยวขวาเพื่อเดินต่อไปยังสถานีรถราง Peak Tram Lower Terminus ระหว่างทางจะผ่าน Chater Garden ให้ข้ามสามแยกตรงถนน Queen's Road Central เพื่อไปยังถนน Garden Road สังเกตว่าจากตรงนั้นจะต้องเดินผ่าน Bank of China Tower และ Citibank Plaza ซึ่งอยู่ทางซ้ายมือ และ St John's Cathedral ทางขวามือก่อนที่จะถึงสถานีรถราง ใช้เวลาเดินประมาณ 10 นาที
- นั่ง Mass Transit Railway (MTR) ลงสถานี Admiralty ทางออก C1 แล้วไปฝั่งห้าง Pacific Place จากนั้นต่อรถบัสประจำทาง สาย 56 ที่ป้าย Pacific Place ซึ่งอยู่หน้าห้าง นั่งไปป้ายเดียวแล้วลงที่ป้าย Hong Kong Park
- นั่งรถบัสประจำทางสาย 15C จากท่ารถที่สถานี Central (ใกล้ท่าเรือสตาร์เฟอร์รี่ หมายเลข 5) ลงที่ Peak Tram Lower Terminus ค่าบริการ HK\$4.20 โดยจะให้บริการทุกๆ 15 - 20 นาที

The Peak Tower

ตั้งอยู่บนยอดเขา The Peak ที่มีความสูงเหนือระดับน้ำทะเล 396 เมตร ออกแบบโดยสถาปนิกที่มีชื่อเสียงชาวอังกฤษ Terry Farrell เป็นอาคารสถาปัตยกรรมที่มีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์แห่งหนึ่งของฮ่องกง เป็นการออกแบบที่มีแนวคิดและสร้างผลงานใหม่ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสถาปัตยกรรมสไตล์โมเดิร์นที่ชัดเจน อาคารมีรูปทรงคล้ายครึ่งวงกลมที่หงายขึ้น ภายในประกอบด้วยร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร และสถานบันเทิงสำหรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุสโซ (Madame Tussauds Hong Kong) ที่สามารถพบหุ่นเสมือนจริงบุคคลในวงการหรือมีชื่อเสียง Madness 3D Adventure และ Sky Terrace 428 เป็นต้น



ภาพที่ 21 อาคาร The Peak Tower

ที่มา : <http://keywordsuggest.org/> (2561)

กิจกรรมภายใน The Peak Tower

ส่วนที่ 1 ร้านอาหาร (Restaurant)

(ชั้น P1, G Floor, L1, L2 และ L3)

เป็นการรับประทานอาหารพร้อมกับชมทิวทัศน์ของเมืองฮ่องกงจากบน The Peak ในส่วนนี้จะประกอบด้วยอาหารหลากหลายประเภทจากร้านอาหารที่มีเอกลักษณ์ทั้ง 4 ร้าน ได้แก่ Wildfire+ ร้านอาหารสไตล์อิตาเลียน Lu Feng ร้านอาหารสไตล์ฮ่องกง Fujiyama Mama ร้านอาหารสไตล์ญี่ปุ่น และ Bubba Gump Shrimp Co Restaurant & Market นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารและเครื่องดื่มอื่นๆอีกมาก เช่น Burger King ร้านเบอร์เกอร์ฟาสต์ฟู้ดสไตล์อเมริกัน ร้านกาแฟ Pacific Coffee ร้าน Hong Kong Day คาเฟ่สไตล์ฮ่องกง และ Mimi Desserts ร้านขนมและเครื่องดื่มสไตล์ฮ่องกง เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ร้านค้า (Shops)

(ชั้น P1, G Floor, L2 และ L3)

ในส่วนนี้สามารถหาซื้อสินค้าแฟชั่น เครื่องประดับ จิวเวลรี่ อุปกรณ์ต่างๆและของที่ระลึกได้ในชั้นดังกล่าว นอกจากนี้ที่ชั้น P1 ยังมีไปรษณีย์ (Peak Post Office) สำหรับให้นักท่องเที่ยวส่งโปสการ์ด เปิดให้บริการ วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 11.00 - 18.00 น. และวันเสาร์ เวลา 11.00 - 14.30 น. และ Travelex สำหรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เปิดให้บริการวันจันทร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 10.00 - 22.00 น.

ส่วนที่ 3 สถานบันเทิงต่างๆ (Entertainment Venue)

พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุสโซ (Madame Tussauds Hong Kong)

ตั้งอยู่ชั้น P1 ของ The Peak Tower ภายในพิพิธภัณฑ์รวบรวมหุ่นขี้ผึ้งของคนดังหรือคนสำคัญจากทั่วโลกมากกว่า 100 คน ที่มีความสูงและหน้าตาเหมือนตัวจริง โดยภายในพิพิธภัณฑ์แบ่งออกเป็น โซนตามประเภทของบุคคลต่างๆ ดังนี้

- **ผลงานศิลปะของคุนยาโยอิ คุซามะ (Yayoi Kusama Gallery)** เป็นธีมโซนหุ่นขี้ผึ้งศิลปินที่มีชื่อเสียงของญี่ปุ่น Yayoi Kusama ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนามของ "ราชินีลายจุด" ในโซนนี้ จะมีการออกแบบด้วยแนวความคิดแบบ self-obliteration หรือ การลบล้างตัวตน โดยมีสีเหลืองเป็นหลัก และเต็มไปด้วยลายจุดสีดำ เมื่อเข้าไปจะให้ความรู้สึกถึงการลบล้างตัวตนหรือการพรางตัวตนด้วยลายจุด
- **แฟชั่นโซน (Fashion Zone)** ในโซนนี้เป็นการทำงานร่วมกันกับนิตยสารแฟชั่น ELLE Hong Kong ที่มีการออกแบบให้เหมือนกับการถ่ายปกแบบคลาสสิก ภายในโซนนี้จะได้พบกับซูเปอร์สตาร์ หรือท็อปโมเดลต่างๆ เช่น Kendall Jenner, Victoria Beckham, Fan Bing Bing, Johnny Depp, Robert Pattinson, Angelababy (Yeung Wing), นิชคุณ หรเวชกุล เป็นต้น
- **ผู้นำและวีรบุรุษในประวัติศาสตร์ (Historical and National Heroes)** เป็นห้องที่มีความทันสมัย แต่ก็ยังคงมีความคลาสสิคร่วมอยู่ด้วย ในโซนนี้สามารถพบกับนักประวัติศาสตร์และผู้นำการเมืองที่มีชื่อเสียงของโลก รวมถึงผู้ที่มีชื่อเสียงในทางวิทยาศาสตร์และศิลปะระดับโลก เช่น Barack Obama, Queen Elizabeth II, Xi Jinping เป็นต้น

- **เสน่ห์แห่งฮ่องกง (Hong Kong Glamour)** ในโซนนี้จะได้พบกับดารานักร้องที่มีชื่อเสียงระดับโลก อย่างดาราสอลลิวูด และดาราที่มีชื่อเสียงของฮ่องกง เช่น Huang Xiaoming, Louis Koo, Aaron Kwok, Li Bingbing, Benedict Cumberbatch เป็นต้น
- **เว็ลด์ พรีเมียร์ (World Premiere)** ในโซนนี้จะสามารถพบกับดารานักแสดงฮอลลีวูด ในยุคขาวดำ ตลอดจนผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เอเชียและแอนิเมชัน เช่น Warcraft, Audrey Hepburn, Marilyn Monroe, Leon Lai, Varun Dhawan เป็นต้น
- **ศิลปะกังฟู (Kung Fu Zone)** ในโซนนี้จะได้เห็นสุดยอดนักกังฟูจากภาพยนตร์กังฟูหรือศิลปะการป้องกันตัว โดยมีการสร้างฉากที่เป็นการต่อสู้แบบคลาสสิกจากในภาพยนตร์ขึ้นใหม่ หุ่นในโซนนี้ เช่น Bruce Lee, Jackie Chan, Michelle Yeoh, Donnie Yen เป็นต้น
- **กระแสวิงนักร้องเกาหลี (K-wave Zone)** ในโซนนี้จะมีการจัดฉากหลังเป็นเมียงดง หรือย่านช้อปปิ้งที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของเกาหลี โดยในโซนนี้จะสามารถพบกับหุ่นของดาราหรือนักร้องที่มีชื่อเสียงของเกาหลีมากมาย เช่น Kim Soo-hyun, Choi Siwon, Lee Jong-suk, Park Hae-jin, Jung Yun-ho, Shim Chang-min, Bae Suzy เป็นต้น
- **แชมป์เปี้ยนในตำนาน (The Champions)** ในโซนนี้จะได้พบกับหุ่นของนักกีฬาดาวเด่นที่มีชื่อเสียง ทั้งนักกีฬาเหรียญโอลิมปิก ผู้เล่นของทีม หรือผู้ที่ทำลายสถิติในทางกีฬาต่างๆ เช่น Liu Xiang, Yao Ming, David Beckham, Stephen Curry เป็นต้น
- **สุดยอดคนดนตรี (Music Icons)** ในโซนนี้จะได้พบกับผู้ที่มีชื่อเสียงในทางดนตรี ทั้งผู้ที่เป็นตำนานในอดีตและปัจจุบันจากทั่วโลก เช่น Michael Jackson, Lady Gaga, G.E.M, Jay Chou, Miriam Yeung, Freddie Mercury, Teresa Teng เป็นต้น
- **ดินแดนแห่งแฟนตาซี (Animated World)** เป็นโซนที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ ซึ่งจะได้พบกับซูเปอร์ฮีโร่ เช่น Hulk, Iron Man หรือตัวการ์ตูนจากแอนิเมชัน เช่น Hello Kitty, Yo-Kai Watch, Balala the Fairies, McDull & Madame Mak เป็นต้น

คำแนะนำ : หากต้องการเข้าชมพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุสโซแนะนำให้ซื้อตั๋วเข้าออนไลน์จากเว็บไซต์ เนื่องจากมีค่าบริการถูกกว่าซื้อจากหน้าเคาน์เตอร์



ภาพที่ 22 พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุสโซ (Madame Tussauds Hong Kong)
ที่มา : <http://stylesatlife.com/> (2561)



ภาพที่ 23 หุ่น Park Hae-jin จาก K-wave Zone
ที่มา : <https://finance.yahoo.com/> (2561)

ที่ตั้ง : Shop P101, The Peak Tower, No. 128 Peak Road, The Peak, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ: ทุกวันวันจันทร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 10.00 - 22.00 น.

ค่าบริการพิพิธภัณฑน์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุสโซ

General Tickets

ค่าบริการ	Superstar Ticket		VIP Ticket	
	ราคาออนไลน์	ราคาเคาน์เตอร์	ราคาออนไลน์	ราคาเคาน์เตอร์
เด็ก (3 - 11 ปี)	HK\$220	HK\$365	HK\$350	HK\$470
ผู้ใหญ่ (ตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป)	HK\$270	HK\$430	HK\$390	HK\$535
ผู้สูงอายุ	HK\$220	HK\$365	HK\$350	HK\$470
รายละเอียด	- ฟรีคู่มือนำเที่ยว และรูปภาพ 6 รูป		- นั่งพิศนทรมโดยช่องทางพิเศษ VIP - ฟรีคู่มือนำเที่ยว รูปภาพ 6 รูป และของที่ระลึกพิเศษ	

Combo Tickets

ค่าบริการ	2-in-1 Combo		3-in-1 Combo		4-in-1 Combo	
	ราคาออนไลน์	ราคาเคาน์เตอร์	ราคาออนไลน์	ราคาเคาน์เตอร์	ราคาออนไลน์	ราคาเคาน์เตอร์
เด็ก (4 - 12 ปี)	HK\$210	HK\$320	HK\$235	HK\$291	HK\$550	HK\$623
ผู้ใหญ่ (ตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป)	HK\$305	HK\$417	HK\$325	HK\$407	HK\$550	HK\$623
ผู้สูงอายุ	HK\$210	HK\$320	HK\$235	HK\$291	HK\$550	HK\$623

รายละเอียด	- ตัวเข้า Madame Tussauds + ตัวไป-กลับ พิคเจอร์ - ฟรีคู่มือนำเที่ยว และอาหาร	- ตัวเข้า Madame Tussauds + ตัวไป-กลับ พิคเจอร์ + ตัว Sky Terrace 428 - นั่งพิคเจอร์โดยช่องทางพิเศษ - ฟรีคู่มือนำเที่ยว	- ลดสูงสุดร้อยละ 20 - ตัวเข้า Madame Tussauds + ตัวไป-กลับพิคเจอร์ + ตัว Sky Terrace 428 + นั่งรถ Big Bus ชมทิวทัศน์ฮ่องกง - นั่งพิคเจอร์โดยช่องทางพิเศษ
------------	---	---	--

หมายเหตุ : ค่าบริการอาจมีการเปลี่ยนแปลง ควรตรวจสอบจากเว็บไซต์ Madame Tussauds อีกครั้ง

เบอร์โทรศัพท์ : +852 2849 6966

เว็บไซต์ : <https://www.madametussauds.com/hong-kong/en/>

GPS : 22.271218, 114.149725

Madness 3D Adventure

ตั้งอยู่ชั้น L1 ของ The Peak Tower ภายในจะได้พบกับความสนุกของงานศิลปะ 3 มิติที่ถูกออกแบบโดยศิลปินท้องถิ่น เป็นการออกแบบที่ผสมผสานร่วมกับฉากที่มีชื่อเสียงของฮ่องกงให้นักท่องเที่ยวได้สนุกกับการถ่ายภาพเล่นที่ให้ความรู้สึกเหมือนจริงและเป็นเอกลักษณ์ของฮ่องกง

วันและเวลาเปิดทำการ : ทุกวัน เวลา 10.00 - 23.00 น.



ภาพที่ 24 Madness 3D Adventure

ที่มา : <http://www.metrodaily.hk/> (2561)

ที่ตั้ง : 128 Peak Road, Mid-Levels, Hong Kong Island, Hong Kong

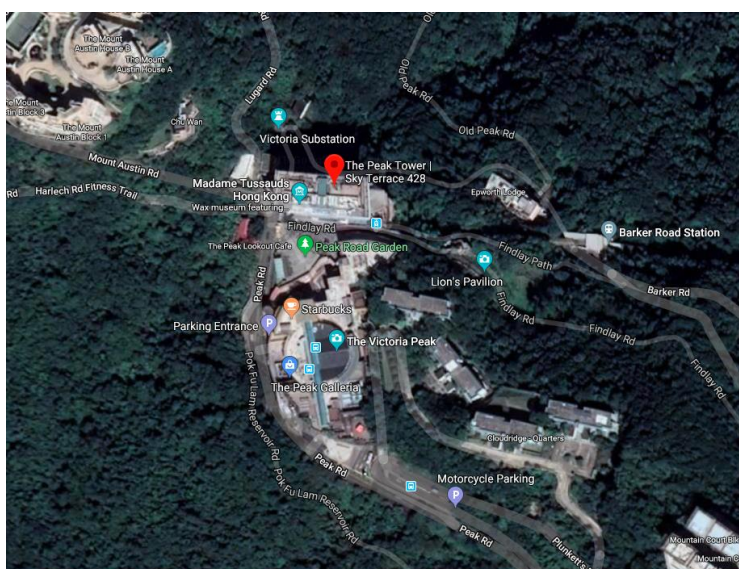
วันและเวลาเปิดทำการ : วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 10.00 - 23.00 น. และวันเสาร์ - อาทิตย์ หรือวันหยุด
นักขัตฤกษ์ เวลา 8.00 - 23.00 น.

ค่าบริการ : ไม่เสียค่าบริการ

เบอร์โทรศัพท์ : +852 2849 0668

เว็บไซต์ : https://www.thepeak.com.hk/en/1_2_1.asp

GPS : 22.271236, 114.149964



ภาพที่ 25 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ The Peak Tower

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

Sky Terrace 428

ตั้งอยู่บน The Peak Tower ที่ความสูงเหนือระดับน้ำทะเล 428 เมตร เป็นจุดชมทิวทัศน์ที่สูงที่สุดของฮ่องกง ในจุดนี้จะสามารถชมความสวยงามของฮ่องกงในตอนที่ฟ้าสว่างและฟ้ามืดได้แบบพาโนรามา หรือ 360 องศา

ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการชมทิวทัศน์บน Sky Terrace 428 คือ ช่วงบ่ายแก่ๆจนค่ำหรือช่วงพลบค่ำ ตั้งแต่ฟ้าสว่างจวบจนพระอาทิตย์ค่อยๆตกดินและฟ้ามืดในที่สุด เพราะจะสามารถชมความสวยงามของทิวทัศน์ได้หลากหลายมุมมอง ชมความสวยงามของตึกสูง อ่าววิกตอเรียและอื่นๆ เป็นทิวทัศน์ท่ามกลางท้องฟ้าที่สว่าง แต่เมื่อพระอาทิตย์ค่อยๆตกก็จะได้ชมทิวทัศน์ท่ามกลาง

แสงสีส้มของพระอาทิตย์ที่กำลังตกดินจวบจนพระอาทิตย์ตกดินแล้วก็จะได้เห็นทิวทัศน์ของฮ่องกงในอีกรูปแบบหนึ่ง คือ ความสวยงามของแสงไฟจากตึกอาคารต่างๆ ในยามค่ำคืนของฮ่องกง

ข้อควรระวัง : ควรเตรียมเสื้อหนาวหรืออุปกรณ์ช่วยให้ความอบอุ่นไปด้วย เนื่องจากในช่วงกลางคืนลมจะแรงมากพอสมควร

ที่ตั้ง : Hong Kong, 1 Lugard Road, The Peak

วันและเวลาเปิดทำการ : วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 10.00 - 23.00 น. และวันเสาร์ - อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 8.00 - 23.00 น.

ค่าบริการ

ตั๋ว Peak Tram Sky Pass (Peak Tram + Sky Terrace 428)

ค่าบริการ	ตั๋วเที่ยวเดียว (Single)	ตั๋วไป - กลับ (Return)
เด็ก (3 - 11 ปี)	HK\$38	HK\$47
ผู้ใหญ่	HK\$84	HK\$99
ผู้สูงอายุ (ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป)	HK\$38	HK\$47

หมายเหตุ : สามารถใช้ขึ้นโดยสารรถราง Peak Tram และใช้เข้า Sky Terrace 428

บัตรเข้าชม Sky Terrace 428 ทั่วไป

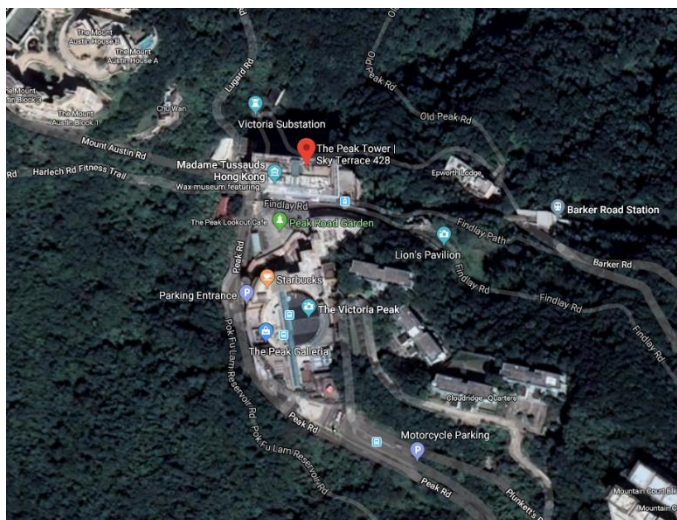
เด็ก (3 - 11 ปี)	HK\$26
ผู้ใหญ่	HK\$52
ผู้สูงอายุ (ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป)	HK\$26

หมายเหตุ : ค่าบริการอาจมีการเปลี่ยนแปลง ควรตรวจสอบจากเว็บไซต์ The Peak อีกครั้ง

เบอร์โทรศัพท์ : +852 2849 0668

เว็บไซต์ : https://www.thepeak.com.hk/en/5_2_1.asp

GPS : 22.271329, 114.149958



ภาพที่ 26 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Sky Terrace 428

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

2) ย่านโอลด์ทาวน์เซ็นทรัล (Old Town Central)

ตั้งอยู่บนถนนฮอลลีวูด (Hollywood road) ในย่านโอลด์ทาวน์เซ็นทรัล เป็นย่านคนเดินที่สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นฮ่องกงได้อย่างชัดเจน บ่งบอกถึงเมืองฮ่องกงที่มีลักษณะของการผสมผสานระหว่างความเป็นตะวันออกกับตะวันตก อดีตกับปัจจุบัน ประเพณีดั้งเดิมกับนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงความตื่นตาตื่นใจกับความสงบได้อย่างลงตัว สามารถพบกับร้านอาหาร ร้านค้า สตริทอาร์ต อาร์ตแกลเลอรี และประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมเก่าๆของฮ่องกงตามเส้นทางถนนหรือตอกซอยต่างๆ

เส้นทางการเดินในย่านโอลด์ทาวน์เซ็นทรัลแห่งนี้ แบ่งเป็น 4 ส่วน โดยจะอยู่ในขอบเขตพื้นที่ของ Wyndham Street, Caine Road, Possession Street, Queen's Road Central และ Hollywood Road ดังนี้

1. Heritage: Time Traveller เส้นทางเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ย้อนยุค เป็นการท่องเที่ยวในกาลเวลาเก่าๆของฮ่องกง ซึ่งย่านเซ็นทรัล (Central) และเซ็งหว่าน (Sheng Wan) ถือเป็นจุดกำเนิดเรื่องราวของฮ่องกงสมัยใหม่ ที่ซึ่งชาวจีนจำนวนมากได้อพยพมาตั้งถิ่นฐาน โดยเส้นทางที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ย้อนยุคนี้ จะทำให้ได้สัมผัสกับสถาปัตยกรรมหรืออาหาร รวมถึงวิถีชีวิตของคนในช่วงที่ฮ่องกงกำลังสร้างตัวขึ้นจนปัจจุบัน แหล่งท่องเที่ยว เช่น วัด Man Mo Temple ตั้งอยู่บนถนน Ladder Street เชื่อมต่อเข้ากับย่าน Sheung Wan ในสมัยนั้นถือว่าการเชื่อมต่อระหว่างความเป็นตะวันตก

เข้ากับความเป็นจีน ตกแต่งด้วยเสาหินแกรนิต กรอบประตูหินแกรนิต โลโก้แกะสลักและภาพจิตรกรรมฝาผนังโบราณ ภายในประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ตั้ววัด Man Mo ศาลเจ้า Lit Shing Kung และศาลเจ้า Kung Sor โดยตั้ววัด Man Mo มีไว้สำหรับไหว้สักการะพระเจ้าแห่งอักษรศาสตร์และพระเจ้าแห่งสงคราม ส่วนศาลเจ้า Lit Shing Kung ถูกสร้างขึ้นสำหรับเทพสวรรค์ทั้งหมด และศาลเจ้า Kung Sor สร้างขึ้นเพื่อเป็นสถานที่ประชุมสำหรับแก้ปัญหาภายในชุมชน เป็นต้น



ภาพที่ 27 Man Mo Temple

ที่มา : <http://www.strippedpixel.com/> (2561)



ภาพที่ 28 บริเวณภายในวัด Man Mo

ที่มา : <http://www.strippedpixel.com/> (2561)

2. Art: Crazy for Art เส้นทางเกี่ยวกับศิลปะ เป็นการท่องเที่ยวตามถนนและตรอกซอยที่เต็มไปด้วยงานศิลปะ สามารถพบเห็นได้ทั้งภาพจิตรกรรมฝาผนังบริเวณกำแพงต่างๆ หรืออาร์ตแกลเลอรีที่จัดแสดงผลงานศิลปะ ซึ่งมีทั้งศิลปะสมัยเก่าและสมัยใหม่ เช่น PMQ เป็นสถานที่จัดงานของศิลปินและดีไซเนอร์ของฮ่องกงที่มีความสามารถ นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่จัดงานเวิร์คช็อปที่จัดขึ้นตลอดทั้งปี เพื่อเปิดโอกาสให้ได้เข้าถึงงานศิลปะมากขึ้น เป็นต้น



ภาพที่ 29 PMQ Exhibition

ที่มา : <https://media.timeout.com/> (2561)



ภาพที่ 30 ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ Old Town Central

ที่มา : <https://prnewswire2-a.akamaihd.net/> (2561)

3. Dining: Tasting Hong Kong เส้นทางเกี่ยวกับอาหาร ภายในย่านโอลด์ทาวน์เซ็นทรัลแห่งนี้ จะเต็มไปด้วยร้านอาหารต่างจำนวนมาก มีทั้งอาหารท้องถิ่นดั้งเดิมและอาหารนานาชาติ รับประทานอาหารรสเลิศท่ามกลางบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์ของการผสมผสานระหว่าง ความดั้งเดิมกับสมัยใหม่ เช่น ร้าน Maison Libanaise ร้าน Tai Cheong Bakery เป็นต้น



ภาพที่ 31 ร้านอาหารใน Old Town Central

ที่มา : <http://www.discoverhongkong.com/> (2561)

4. Shopping: Treasure Hunt

เส้นทางเกี่ยวกับการช้อปปิ้ง ภายในย่านโอลด์ทาวน์เซ็นทรัลแห่งนี้ ตามบริเวณถนนและตรอกซอยนอกจากจะเต็มไปด้วยประวัติศาสตร์ ร้านอาหารและงานศิลปะต่างๆ ยังเต็มไปด้วยร้านค้าและตลาดจำนวนมาก ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบและต้องการช้อปปิ้งสินค้าที่มีสไตล์และแปลกใหม่ต่างๆ เนื่องจากร้านค้าต่างๆ ตกแต่งด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนใคร เช่น Lascar Upper Row ถนนเส้นนี้จะเต็มไปด้วยแผงร้านขายของวินเทจต่างๆ ทั้งเสื้อผ้า เครื่องประดับ หรืองานศิลปะเขียนพู่กันต่างๆ Tai Ping Shan และบริเวณ PoHo ถนนนี้กลายเป็นชุมชนใหม่แห่งใหม่ ที่สร้างโดยผู้คนที่มีความคิดสร้างสรรค์และมีสไตล์ เป็นต้น



ภาพที่ 32 ถนน Lascar Upper Row

ที่มา : <https://www.aspirantsg.com/> (2561)

คำแนะนำ : หากใครที่มีเวลาน้อยและไม่รู้จะเที่ยวที่ไหนในฮ่องกง โอลด์ทาวน์เซ็นทรัลแห่งนี้ถือเป็นทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมและคุ้มค่าสำหรับการท่องเที่ยวในวัน เนื่องจากเป็นเส้นทางเชื่อมต่อติดกัน ทำให้เดินทางง่ายและสะดวก และที่สำคัญ คือ เป็นสถานที่ที่มีครบทุกอย่าง ทั้งการกิน ช้อปปิ้ง เดินชมประวัติศาสตร์วัฒนธรรมหรือความดั้งเดิมของฮ่องกง รวมถึงงานศิลปะต่างๆ นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายภาพ เพื่อเก็บไว้เป็นความทรงจำที่ดีอีกด้วย

แผนที่แนะนำแหล่งท่องเที่ยวต่างๆโดย Hong Kong Tourism Board



ภาพที่ 33 แผนที่แนะนำเส้นทางการท่องเที่ยว Old Town Central

ที่มา : <http://m.discoverhongkong.com/> (2561)

หมายเหตุ : อาจมีแหล่งท่องเที่ยว ร้านค้า หรือร้านอาหารต่างๆเพิ่มขึ้นจากในแผนที่

ที่ตั้ง : Hong Kong Island, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : ทุกวัน แต่ละร้านมีเวลาเปิด-ปิดต่างกัน

เบอร์โทรศัพท์ : +852 2508 1234

เว็บไซต์ : <http://m.discoverhongkong.com/eng/neighbourhoods/old-town-central.jsp>

หรือ http://m.discoverhongkong.com/common/ebook/Old-Town-Central_booklet_EN.pdf

GPS : 22.282037, 114.155454

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) สาย Island ลงสถานี Central ทางออก B, C, D1, D2, E, F และ G หรือลงที่สถานี Sheung Wan ทางออก A1, A2, B,E1, E2 และ E3

3) ลานไควฟง (Lan Kwai Fong)

ย่านท่องเที่ยวสังสรรค์ที่มีชื่อเสียงในยามค่ำคืน โดยตั้งอยู่ในย่านเซ็นทรัล(Central) ของเกาะฮ่องกง ถนนเส้นนี้เริ่มขึ้นอย่างจริงจังตั้งแต่ช่วงปี 1870 ในฐานะย่านโคมแดง ต่อมาในช่วงปี 1900 ถนนรูปร่างตัวแอล(L) แห่งนี้ได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศของร้านค้าท้องถิ่นตามท้องถนนเป็นจำนวนมาก จนทำให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของฮ่องกง โดยลานไควฟงถือเป็นศูนย์กลางแห่งความรื่นเริงและความบันเทิงในยามค่ำคืน ได้สนุกสนานและเพลิดเพลินกับความบันเทิงทุกชนิด ทั้งการแสดงดนตรี แสงไฟ คลับ บาร์ ร้านอาหาร และร้านค้าต่างๆจำนวนมาก ท่ามกลางบรรยากาศยามค่ำคืนที่ครึกครื้นและมีชีวิตชีวาของลานไควฟงแห่งนี้ นอกจากนี้สถานที่แห่งนี้ยังเป็นสถานที่จัดงานคาร์นิวัลและเทศกาลงานเฉลิมฉลองต่างๆ เป็นประจำทุกปี เช่น เทศกาลฮาโลวีน คริสต์มาส ปีใหม่หรือเทศกาล Hong Kong WinterFest และเทศกาลเบียร์ที่ขึ้นชื่อเป็นอย่างมาก เป็นต้น

Hong Kong WinterFest โดยจัดในช่วงฤดูหนาวของทุกๆปี เป็นเทศกาลแห่งการเฉลิมฉลองเพื่อร่วมส่งท้ายปีเก่าและต้อนรับปีใหม่ที่จะมาถึง โดยจะมีการจัดบรรยากาศให้เข้ากับการเฉลิมฉลองในวันปีใหม่ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมพิเศษให้ได้รับร่วมสนุกและตื่นเต้นตื่นเต้นไปกับการเฉลิมฉลองปีใหม่อีกด้วย

เทศกาลเบียร์และดนตรี หรือ Lan Kwai Fong Beer and Music Fest โดยจะเริ่มประมาณเดือนกรกฎาคมของทุกปี เป็นงานเฉลิมฉลองในช่วงฤดูร้อนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของฮ่องกง โดยจะมีเบียร์แบรนด์ต่างๆจากทั่วโลกจำนวนมาก นอกจากนี้ภายในงานเทศกาลยังมีอาหาร เกม และเวทีการแสดงดนตรีต่างๆ เพื่อให้ความบันเทิงและสร้างความสนุกสนานให้กับผู้คนที่ในงาน

เอกลักษณ์ของลานไควฟงแห่งนี้ คือ ป้ายไฟสัญลักษณ์ต่างๆในย่านแห่งนี้ ซึ่งทำให้กลายเป็นเอกลักษณ์ของฮ่องกงที่ทุกคนคุ้นเคยกันดี ดังเห็นได้จากที่ปรากฏในภาพยนตร์หลายเรื่อง ทำให้กลายเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของเมืองฮ่องกงที่คนทั่วโลกรับรู้



ภาพที่ 34 ย่าน Lan Kwai Fong

ที่มา : <https://travelwithoctopus.weebly.com/> (2561)

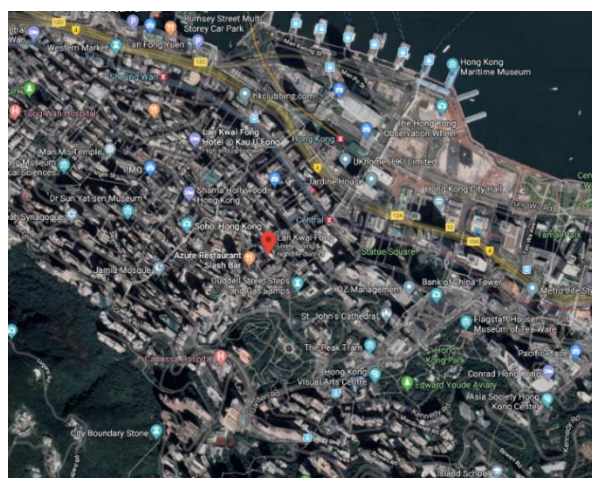
ที่ตั้ง : Central, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : ทุกวัน เวลา 12.00 - 02.00 น. (โดยประมาณ เนื่องจากแต่ละร้านมีเวลาเปิดปิดต่างกัน)

เว็บไซต์ : <https://www.lankwaifong.com>

GPS : 22.280837, 114.155671

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) ลงสถานี Central ทางออก E2 จากนั้นเดินไปทาง Theatre Lane และถนน D'Aguilar จะถึงย่านลานไควฟง



ภาพที่ 35 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Lan Kwai Fong

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

4) สถานที่ช้อปปิ้งย่านเซ็นทรัล

ตั้งอยู่ในย่านเซ็นทรัล(Central) มีแหล่งช้อปปิ้งและห้างสรรพสินค้าจำนวนมาก ซึ่งศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าในย่าน เช่น IFC Mall, Alexandra House, Prince's Building, The Landmark หรือถนน Queen's Road Central ซึ่งเป็นถนนเส้นหลักของการช้อปปิ้งในย่านเซ็นทรัล รวมถึงถนน Li Yuen ที่ขายสินค้าท้องถิ่น ซึ่งสามารถต่อรองราคาได้

โดยห้างสรรพสินค้า Lanmark นับว่าเป็นห้างสรรพสินค้าที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งของฮ่องกง ซึ่งเป็นแหล่งรวมแบรนด์หรูหราระดับโลก โดยประกอบด้วย 4 อาคารหลัก โดยสามารถเดินถึงกันด้วยสะพานเชื่อม ได้แก่ Landmark Chater, Landmark Ale Alexandra, Landmark Prince's และ Landmark Atrium อีกทั้งยังมีร้านอาหาร และร้านค้าอื่นๆอีกจำนวนมาก ทำให้ Landmark มีชื่อเสียงและมีคนไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงเทศกาลส่งท้ายปีใหม่ ซึ่งมีการจัดงานและตกแต่งบรรยากาศของห้างให้เข้ากับเทศกาล



ภาพที่ 36 ห้าง Landmark ในช่วงเทศกาลคริสต์มาส

ที่มา : <https://insideretail.hk/> (2561)

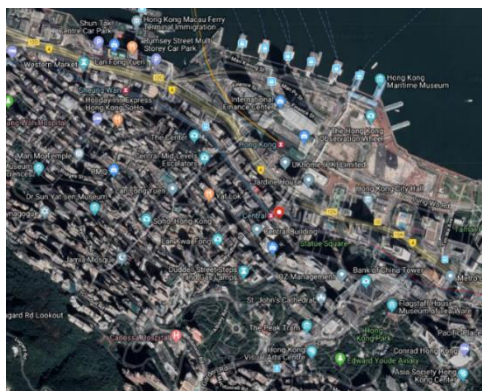
ที่ตั้ง : Queen's, 15 Queen's Road Central, Central, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : ทุกวัน เวลา 10.30 - 19.30 น. (โดยประมาณ เนื่องจากแต่ละร้านมีเวลาเปิด-ปิดต่างกัน)

เว็บไซต์ : <https://www.landmark.hk/en/default>

GPS : 22.280532, 114.157824

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) ลงสถานี Central ทางออก G



ภาพที่ 37 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของห้าง Landmark

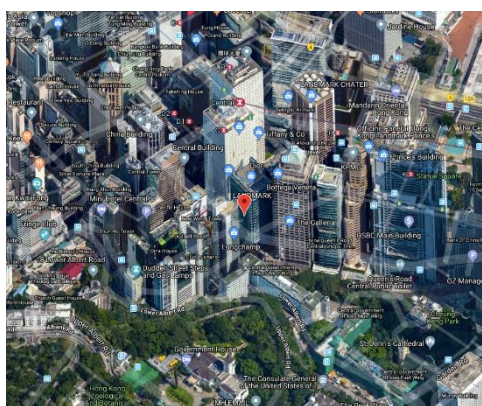
ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

ย่านเซ็นทรัลมีสินค้าแฟชั่นทุกประเภททั้งสำหรับสุภาพสตรีและสุภาพบุรุษ นับว่าเป็นศูนย์รวมของสินค้าหรูหราและสินค้าแฟชั่นต่างๆ โดยมีช้อปและแบรนด์สินค้าที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก เช่น MCM, Aidas, Zara, Dior, Gucci, Louis Vuitton, Balenciaga, Fendi, Prada, Saint Laurant, Dolce&Gabbana, Miu Miu, Burberry, Bvlgari, Coach, Armani เป็นต้น

ที่ตั้ง : Central, Hong Kong Island, Hong Kong

GPS : 22.281194, 114.157197

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) ลงสถานี Central ทางออก A, C, D1, D2 จากนั้นสามารถเดินไปเรื่อยๆตามเส้นทางถนนจะมีศูนย์การค้าและแหล่งช้อปปิ้งจำนวนมาก



ภาพที่ 38 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของสถานีที่ช้อปปิ้งย่านเซ็นทรัล

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

ย่านเซาท์เทิร์น (SOUTHERN)

1) โอเชียนปาร์ก (Ocean Park)

เป็นสวนสนุกกลางแจ้งและสวนน้ำขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของฮ่องกง ตั้งอยู่ทางฝั่งใต้ของเกาะฮ่องกง มีพื้นที่มากกว่า 915,000 ตารางเมตร เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 1977 ด้วยสน่ห์ของการรวมกันระหว่างสวนสนุกและสวนน้ำ ภายในเต็มไปด้วยเครื่องเล่น พิพิธภัณฑสัตว์และสวนสัตว์ต่างๆ จำนวนมาก เป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยความสนุกสนานและความตื่นเต้น นอกจากนี้ยังสามารถชมความน่ารักของสัตว์และเรียนรู้เกี่ยวกับสัตว์ต่างๆที่น่าสนใจได้อีกด้วย โดยสวนสนุกโอเชียนปาร์กแห่งนี้มีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์สัตว์ในฮ่องกงและเอเชีย รายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายบัตรเข้าชมและขายของที่ระลึกจะบริจาคเข้ามูลนิธิการอนุรักษ์โอเชียนปาร์กฮ่องกง เพื่อสนับสนุนโครงการอนุรักษ์สัตว์ป่า

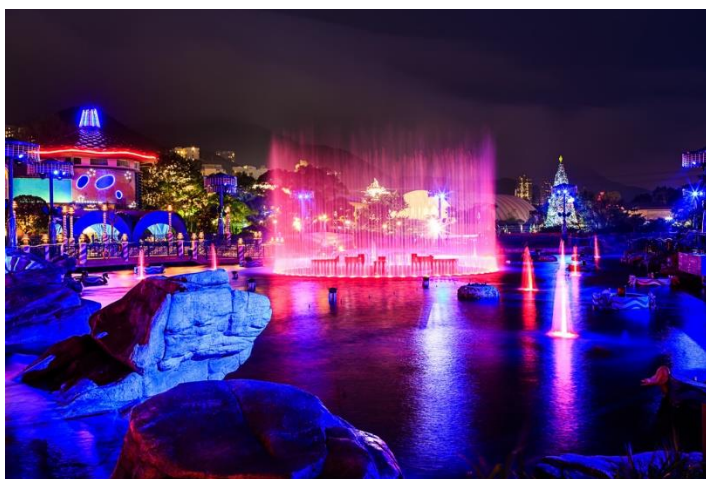
ภายใน Ocean Park จะแบ่งโซนหลักออกเป็น 2 โซน ได้แก่ The Waterfront และ The Summit ซึ่งทั้งสองโซนเชื่อมโยงระหว่างกันโดยกระเช้าลอยฟ้า (Cable Car) และรถไฟ Ocean Express เนื่องจากโซน The Waterfront จะตั้งอยู่บริเวณพื้นที่ต่ำริมฝั่ง แต่โซน The Summit จะตั้งอยู่อีกฝั่งบนแหลมสูงส่วนที่ยื่นลงไปในทะเล โดยภายในโอเชียนปาร์กแห่งนี้จะมี Wifi ที่ให้บริการฟรีแก่นักท่องเที่ยวทั่วทั้งบริเวณสวนสนุกและสวนสัตว์โอเชียนปาร์กแห่งนี้

แนะนำสำหรับนักท่องเที่ยวของโอเชียนปาร์ก คือ ควรดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน “Ocean Park Hong Kong” ในโทรศัพท์มือถือ เพื่อความสะดวกในการท่องเที่ยวในโอเชียนปาร์กแห่งนี้ เนื่องจากภายในแอปพลิเคชันจะมีข้อมูลเกี่ยวกับสวนสนุก กิจกรรม และเครื่องเล่นต่างๆ รวมถึงสามารถดูเวลาที่คิวของเครื่องเล่นและจองคิวเครื่องเล่นได้ โดยการสแกนบาร์โค้ดหลังบัตรเข้าสวนสนุก นอกจากนี้ยังสามารถดูแผนที่ได้ว่าตอนนี้กำลังอยู่ในส่วนไหนของโอเชียนปาร์กแห่งนี้ ทั้งนี้ต้องเชื่อมต่อกับ Wifi ของโอเชียนปาร์กเท่านั้นถึงจะสามารถเข้าถึงฟังก์ชันทุกอย่างของแอปพลิเคชันได้

โซน The Waterfront

กิจกรรมภายในโซนนี้จะเน้นเกี่ยวกับสัตว์และโชว์การแสดงเกี่ยวกับสัตว์มากกว่าเครื่องเล่น แบ่งออกเป็น 3 โซนย่อย ดังนี้

1. Aqua City โซนนี้จะเป็นโซนแรก ซึ่งเป็นบริเวณด้านหน้าและเป็นด้านขาเข้าและขาออกของ Ocean Park โดยจะเน้นเกี่ยวกับสัตว์น้ำหรือ โลกใต้ทะเล เป็นโซนที่นอกจากให้ความเพลิดเพลิน ยังได้รับความรู้อีกด้วย และในโซนนี้ยังมีน้ำพุ (Aqua City Lagoon) ซึ่งในช่วงกลางคืน เวลา 19.00 น. น้ำพุแห่งนี้จะเปลี่ยนจากน้ำพุธรรมดากลายเป็นการแสดง Symbio! เป็นการแสดงแบบมัลติมีเดีย ซึ่งนำสื่อต่างๆมาผสมผสานรวมกัน โดยการฉายแสงไฟบนม่านน้ำพุ แบบ 360 องศา ประกอบกับ เสียงเทคนิคการทำดอกไม้ไฟประดิษฐ์ และฉายภาพเคลื่อนไหวที่เป็นเรื่องราวการสู้กันระหว่างมังกรสองตัว ซึ่งเนื้อเรื่องเป็นสัญลักษณ์หรือแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างโลกกับมนุษย์ และความรับผิดชอบในการปกป้องโลก โดยจะแสดงยาว 15 นาที นอกจากนี้ยังมีร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก ให้เลือกซื้อของฝากหรือเพื่อเป็นที่ระลึกสำหรับการมา Ocean Park อีกด้วย



ภาพที่ 39 น้ำพุจากโซน Aqua City

ที่มา : [https://c1.staticflickr.com/ \(2561\)](https://c1.staticflickr.com/ (2561))

กิจกรรมหรือเครื่องเล่นที่น่าสนใจภายในโซนนี้

- **Adventures in Australia** ในโซนนี้จะจำลองสถานที่อยู่อาศัยของสัตว์ในทางตอนใต้ของประเทศออสเตรเลีย เป็นโซนที่ทำให้รู้สึกเสมือนได้ผจญภัยอยู่ในประเทศออสเตรเลีย โดยมีการฉายเรื่องราวประวัติศาสตร์ให้ได้ศึกษาเรียนรู้และได้สัมผัสวิถีชีวิตชนบทแบบรักษัธรรมชาติ นอกจากนี้ยังสามารถพบกับสัตว์ที่นำเข้ามาจากประเทศออสเตรเลียต่างๆ ได้แก่ หมีโคล่า จิงโจ้แคระ (Hopping Red-necked Wallabies) และลูกกาบารา หรือนกขยันหัวเราะ (Laughing Kookaburras) เพราะมีเสียงที่ดังและคล้ายเสียงหัวเราะ

- **The Grand Aquarium** เป็นพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำที่ภายในเต็มไปด้วยสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลหลากหลายชนิด โอกาสที่จะได้เปิดประสบการณ์ สํารวจชีวิตและได้ใกล้ชิดกับสิ่งมีชีวิตจำนวนมากที่อาศัยอยู่ใต้ทะเล ผ่านทางกระจกอะคริลิกสำหรับชมสัตว์น้ำขนาดใหญ่ กว้าง 13 เมตร มีอุโมงค์ให้เราเดินลอดแล้วได้เห็นสิ่งมีชีวิตได้ทำเลยข้ามไปมาข้างบนศีรษะเรา โดมพื้นที่ขนาด 5.5 เมตร แห่งนี้จะทำให้รู้สึกเสมือนได้สัมผัสกับโลกใต้ทะเล ดูสัตว์ที่อาศัยอยู่ตามแนวปะการัง ระบบนิเวศน์ที่สมบูรณ์และสวยงาม ปลาที่มีมากกว่า 400 สายพันธุ์ จำนวน 5,000 ตัว ปลิงทะเล ปลาดาว เป็นต้น



ภาพที่ 40 The Grand Aquarium

ที่มา : <https://www.oceanpark.com.hk/> (2561)

- **The Hong Kong Jockey Club Sichuan Treasures** ภายในโซนนี้จะเป็นที่อยู่ของลิงจอมุกเซดสีทอง (Golden Snub-nosed Monkey) จากมณฑลเสฉวน 2 ตัว ชื่อ Le Le กับ Qi Qi และแพนด้ายักษ์ ชื่อ An An ภายในจะได้ชมความน่ารักและการจัดแสดงโชว์ของสัตว์ทั้ง 2 ชนิด

ตารางการแสดงโชว์ของลิงสีทอง (Golden Monkey : Trainer's Talk) : เวลา 10.45 น. ยาว 15 - 30 นาที

ตารางการแสดงโชว์ของแพนด้ายักษ์ (Giant Panda : Trainer's Talk) : เวลา 15.00 น. ยาว 15 - 30 นาที

หมายเหตุ : เวลาการแสดงโชว์อาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ และความปลอดภัยของสัตว์

- ย่านเก๋าส่องกง (Old Hong Kong) ในโซนนี้จะจำลองสถานที่แบบดั้งเดิมอันเป็นแบบฉบับของฮ่องกงสมัยก่อน ในช่วงยุคทศวรรษ 50 - 70 ให้ได้สัมผัสบรรยากาศ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของฮ่องกงในสมัยก่อน ภายในจะเต็มไปด้วยร้านค้าต่างๆ ร้านอาหาร ร้านขนม ร้านขายของกิน ร้านขายของที่ระลึก หรือมุมสำหรับถ่ายภาพจำนวนมาก ให้เราได้รู้สึกเหมือนกลับไปอยู่ในวันวานของฮ่องกงอีกครั้ง แนะนำหากไปในช่วงเย็นหรือช่วงฟ้ามืดจะได้เห็นความสวยงามของย่านเก๋าส่องกงแห่งนี้ท่ามกลางแสงไฟจากร้านค้าต่างๆ



ภาพที่ 41 ภายใน โซน Old Hong Kong

ที่มา : <http://scribblinggeek.com/> (2561)

- **Sea Life Carousel** เครื่องเล่นเพียงชนิดเดียวในโซน Aqua City โดยเป็นม้าหมุนที่มาในธีมสัตว์ทะเลจากโซน The Grand Aquarium ซึ่งออกแบบที่หนึ่งเป็นรูปทรงลักษณะเลียนแบบสัตว์ต่างๆ เช่น ม้าน้ำ ปลาทอง โลมา ฉลาม เป็นต้น

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 107 ซม. น้ำหนักไม่เกิน 125 กก. โดยผู้ที่มีส่วนสูงต่ำกว่า 107 ซม. หรืออายุต่ำกว่า 5 ปี จะต้องมีผู้ใหญ่ นั่งด้วยบนเรือคอนโดลาหรือที่นั่งคู่



ภาพที่ 42 Sea Life Carousel

ที่มา : <http://www.justmuddlingthroughlife.com/> (2561)

2. Amazing Asian Animals ภายในจัดแสดงเกี่ยวกับสัตว์หลากหลายสายพันธุ์ของเอเชีย แม้แต่สัตว์บางชนิดที่หายากก็สามารถหาชมได้ในโซนแห่งนี้ สามารถเพลิดเพลินกับการชมสัตว์ สนุกกับเรียนรู้ชมการแสดงนิทรรศการ และการแสดงจากสัตว์ต่างๆที่อยู่ภายในโซนนี้



ภาพที่ 43 โซน Amazing Asian Animals

ที่มา : <http://www.papaticket.com/> (2561)

กิจกรรมหรือเครื่องเล่นที่น่าสนใจภายในโซนนี้

- **Amazing Bird Theatre** ภายในโซนนี้จะเต็มไปด้วยนกหลายหลายสายพันธุ์ ทั้งนกล่าเหยื่อ เช่น อินทรีทุ่งหญ้าสเตปป์ (Steppes Eagles) เหยี่ยว (Lanner Falcons) คาราคารา (Phalco boenus australis) แร้งไก่งวง (Turkey Vulture) รวมถึงนกชนิดอื่น ๆ ที่มีจำนวนมากกว่า 70 สายพันธุ์ มีการแสดง Emperors of the Sky เป็นโอกาสที่จะได้เห็นสัตว์เหล่านี้อย่างใกล้ชิด เรียนรู้วิธีการปกป้องและป้องกันถิ่นที่อยู่ของนกเหล่านี้จากสัตว์นักล่าที่อันตรายที่สุด

ตารางการแสดงโชว์ Emperors of the Sky : เวลา 13.30 และ 15.00 น. ยาว 20 นาที

- **Gator Marsh** ภายในโซนนี้จะได้เห็นและได้เรียนรู้เกี่ยวกับจระเข้จีนสายพันธุ์หนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการสูญพันธุ์ ที่เคยดำรงชีวิตของมันอยู่ท่ามกลางแม่น้ำแยงซีเกียง เผชิญกับการสูญเสียมหาแห่งที่อยู่อาศัย การถูกล่า เรียนรู้ถึงความเอาตัวรอดที่สามารถใช้ชีวิตอยู่ในป่าได้กว่า 50 ปี เป็นสายพันธุ์ที่ต้องการความช่วยเหลือในการคุ้มครองความปลอดภัย เพื่อไม่ให้สูญหายไปจากโลกและในอนาคต

- **Giant Panda Adventure** ภายในโซนนี้เป็นที่อยู่ของแพนด้ายักษ์ (Giant Pandas) 2 ตัว ชื่อ Ying Ying กับ Le Le ซึ่งมีถิ่นกำเนิดจากประเทศจีน นอกจากนี้ยังมีแพนด้าแดง (Red Pandas) ซาลาแมนเดอร์ยักษ์จีน (Chinese Giant Salamander) สัตว์สะเทินน้ำสะเทินบกที่ใหญ่ที่สุดในโลก เพลินเพลินกับความน่ารัก การแสดงโชว์ และเรียนรู้วิธีที่จะปกป้องสัตว์เหล่านี้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อพืชพรรณและสัตว์ประจำถิ่นที่อาศัยอยู่ในระบบนิเวศที่เปราะบางนั้นๆ ได้อีกด้วย

ตารางการแสดงโชว์ของแพนด้าแดง (Red Pandas : Trainer's Talk) : เวลา 14.00 น.

ตารางการแสดงโชว์ของแพนด้ายักษ์ (Giant Pandas : Trainer's Talk) : เวลา 14.20 น.

ตารางการแสดงโชว์ซาลาแมนเดอร์ยักษ์จีน (Chinese Giant Salamander : Trainer's Talk) : เวลา 14.30 น.

ตารางการแสดงให้อาหารแพนด้าแดง (Red Pandas Feeding) : เวลา 10.00, 12.00, 14.00 และ 17.00 น.

- **Panda Village** ภายในโซนนี้จะได้เพลิดเพลินกับนกหายาก นากเล็กเล็บสั้น (Asian Small-clawed Otters) น้อยแสนฉลาด และภายในยังมีการแสดงโชว์สาธิตการล่าสัตว์รับชมความน่ารัก และความเฉลียวฉลาดของนากน้อยเหล่านี้

ตารางการแสดงให้อาหารนากน้อย (Otter Feeding) : เวลา 14.15 และ 22.15 น. ยาว 10 นาที

ตารางการแสดงโชว์ของนากน้อย (Otter : Animal Fun Talk) : เวลา 17.45 และ 23.45 น. ยาว 15 นาที

- **Goldfish Treasures** ภายในโซนนี้จะเพลิดเพลินไปกับปลาทองคำกว่า 100 สายพันธุ์ สัมผัสกับบรรยากาศตู้ปลาที่มีรูปแบบความเป็นจีน และเรียนรู้เกี่ยวกับความสำคัญของปลาทองในวัฒนธรรมจีน

3. Whiskers Harbour เป็นโซนที่เหมาะสมสำหรับเด็ก เพราะภายในเต็มไปด้วยเครื่องเล่นเบาๆจำนวนมาก

กิจกรรมหรือเครื่องเล่นที่น่าสนใจภายในโซนนี้

- **Toto The Loco** เป็นการนั่งเครื่องเล่นรถไฟผ่านป่าเล็กๆ เคล้าคลอกับเสียงดนตรีที่จะทำให้ผู้เล่นได้เพลิดเพลินตลอดเส้นทางรถไฟขบวนนี้

- **Merry Go Round** เป็นเครื่องเล่นม้าหมุนที่มีเสน่ห์ด้วยการออกแบบที่นั่งเป็นม้า มีความเป็นคลาสสิกและสีสันทันทีสดใส

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 107 ซม. น้ำหนักไม่เกิน 77 กก. โดยผู้ที่มีส่วนสูงต่ำกว่า 107 ซม. หรืออายุน้อย จะต้องเป็นผู้ที่อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และมีส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 107 ซม. นั่งไปด้วย



ภาพที่ 44 Merry Go Round

ที่มา : <https://www.oceanpark.com.hk/> (2561)

- **Clown A Round** เครื่องเล่นชนิดนี้ออกแบบรูปทรงลักษณะเลียนแบบแมลงเต่าทอง เป็นเครื่องเล่นสำหรับเด็ก ให้เด็กๆ ได้สนุกสนานไปกับแมลงเต่าทองที่หมุนเหินขึ้นลงกลางอากาศสลับไปมา

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่เกิน 152.5 ซม. และอายุตั้งแต่ 2 - 11 ปี



ภาพที่ 45 Clown A Round

ที่มา : <https://www.oceanpark.com.hk/> (2561)

- **Castle of Redd** เครื่องเล่นชนิดนี้เหมาะสำหรับเด็ก มีลักษณะเป็นปราสาทขนาดเล็กที่มีเส้นทางวกวนคล้ายเขาวงกต ให้เด็กๆ ได้สนุกและเพลิดเพลินกับการสำรวจปราสาท และหาทางออกจากปราสาท

- **Balloons Up-Up-And-Away** เป็นชิงช้าสวรรค์ที่มีขนาดไม่ได้ใหญ่และสูงมาก โดยออกแบบกระเช้านั่งเป็นลักษณะรูปทรงบอลูนที่มีสีสันสดใสสวยงาม

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 91 ซม. และอายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป โดยผู้ที่สูงน้อยกว่า 91 ซม. จะต้องเป็นผู้ที่อายุตั้งแต่ 15 ปี และส่วนสูง 91 ซม.ขึ้นไปนั่งไปด้วย



ภาพที่ 46 Balloons Up-Up-And-Away

ที่มา : <https://www.oceanpark.com.hk/> (2561)

- **Frog Hopper** เครื่องเล่นชนิดนี้จะมีลักษณะตามชื่อเครื่องเล่น คือ Frog Hopper เครื่องเล่นที่ออกแบบที่นั่งเป็นลักษณะเลียนแบบกบ โดยเครื่องเล่นชนิดนี้จะให้ความรู้สึกเหมือนขึ้นไปในที่สูงและตกลงมาเหมือนกับกบที่กระโดดขึ้นลง โดยให้ความสนุกสนานและความตื่นเต้นกับผู้เล่น

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 91 ซม.ขึ้นไป

- **Jungle of Giants** สนามเด็กเล่นที่จะทำให้เด็กๆ ได้สนุกกับการผจญภัยต่างๆ ทั้งการปีนป่าย และสไลด์เดอร์

- **Bouncer House** เครื่องเล่นชนิดนี้ลักษณะคล้ายบ้านลม ให้ผู้เล่นได้เพลิดเพลินกับการกระโดดสูง หรือกระโดดข้ามสิ่งต่างๆ เป็นเครื่องเล่นที่ทำให้สนุกกับยืดแขนยืดขาอย่างเต็มที่และใช้พลังในการกระโดดอย่างเต็มที่

- **Whiskers Harbour Games Zone** เป็นเกมโซนที่เต็มไปด้วยเครื่องเล่นต่างๆ เช่น ปาลูกโป่ง โยนบอลลงห่วง ซึ่งแต่ละเครื่องเล่นก็จะมีรางวัลพิเศษให้สำหรับผู้เล่นที่สามารถเล่นได้ตามกติกาที่กำหนดเอาไว้

- **Whiskers Theatre** เป็นโรงละครที่ให้ผู้ชมได้สนุกและเพลิดเพลินกับการแสดงที่เกี่ยวกับสัตว์น้ำ และได้เรียนรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทะเล มีการเชิญผู้ชมให้มาร่วมสนุกกับเพลงและเต้นรำไปด้วยกัน

ตารางการแสดงโชว์ Whiskers Express & the Miraculous Journey : เวลา 12.00, 14.30, 16.00 และ 17.30 น. ยาว 20 นาที



ภาพที่ 47 Whiskers Theatre

ที่มา : <https://www.oceanpark.com.hk/> (2561)

โซน The Summit

กิจกรรมภายในโซนนี้จะเต็มไปด้วยเครื่องเล่นจำนวนมาก แบ่งออกเป็น 5 โซนย่อย ดังนี้

1. Polar Adventure ภายในโซนนี้จะได้สำรวจและเรียนรู้เกี่ยวกับชีวิตของสัตว์ที่อาศัยอยู่ในขั้วโลกเหนือและขั้วโลกใต้ เช่น เพนกวิน สิงโตทะเลแปซิฟิกเขี้ยวยาว แมวน้ำจุด จิ้งจอกอาร์กติก นกฮูกหิมะ และสัตว์อื่นๆอีกจำนวนมาก โดยภายในโซนนี้จะมีเครื่องเล่นเพียงชนิดเดียว คือ Arctic Blast และภายในโซนนี้ยังมีร้านขายของที่ระลึก และร้านอาหารอีกด้วย

กิจกรรมหรือเครื่องเล่นที่น่าสนใจภายในโซนนี้

- **Arctic Blast** เป็นเครื่องเล่นรถไฟเหาะ ที่ไม่ได้โลดโผนมาก แต่ก็ยังคงความเสียวและความตื่นเต้นเอาไว้เช่นเดิม

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 100 ซม. และอายุไม่ต่ำกว่า 4 ปี โดยเด็กที่มีอายุ 4 - 6 ปี หรือสูง 100 - 120 ซม. จะต้องนั่งแถวเดียวกับผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี และสูงตั้งแต่ 120 ซม. ขึ้นไป

- **Arctic Fox Den** ภายในโซนนี้จะได้เห็นความน่ารักของจิ้งจอกอาร์กติก (Arctic Fox Den) ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการดำรงชีวิต เนื่องจากจิ้งจอกอาร์กติกเป็นสัตว์ที่น่าสนใจ สามารถปรับสภาพให้ดำรงอยู่ในสภาพอากาศที่หนาวจัดได้ดี มีระบบการปรับอุณหภูมิที่สามารถควบคุมความร้อนภายในร่างกายได้ โดยในฤดูหนาวจะมีขนสีขาวฟู และจะเปลี่ยนสีขนเป็นสีน้ำตาลเข้มเมื่อถึงฤดูร้อน นอกจากนี้ยังมีการแสดงที่ให้ผู้ชมได้ใกล้ชิดกับจิ้งจอกชนิดนี้

ตารางการแสดงโชว์ Arctic Fox (Animal Fun Talk) : เวลา 14.30 น. ยาว 15 - 20 นาที

หมายเหตุ : เวลาการแสดงโชว์อาจเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ และความปลอดภัยของสัตว์

- **North Pole Encounter** ภายในจะได้พบกับความน่ารักของวอลรัส 2 ตัว จากแปซิฟิก (Pacific Walrus) ชมความแสนรู้และฉลาดของนกฮูกหิมะ (Snowy Owl) ซึ่งภายในโซนนี้จะมีอุณหภูมิที่ต่ำมากประมาณ 15 - 17 องศาเซลเซียส และภายในยังมีการแสดง ให้ผู้ชมได้ชมความน่ารัก และเรียนรู้ถึงผลกระทบของการกระทำของเรา และวิธีที่จะปกป้องสัตว์เหล่านี้

ตารางการแสดงโชว์ Walrus (Animal Fun Talk) : เวลา 14.00 และ 17.00 น. ยาว 15 - 20 นาที

ตารางการแสดงโชว์ North Pole Animals (Animal Fun Talk) : เวลา 13.30 และ 16.30 น. ยาว 10 นาที

- **South Pole Spectacular** ภายในจะได้พบกับเพนกวิน 3 สายพันธุ์ กว่า 90 ตัว ทั้ง เพนกวินราชา หรือ เพนกวินกษัตริย์ (King Penguin) เพนกวินสายพันธุ์ที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลก ร็อคฮอปเปอร์ เพนกวิน (Southern Rockhopper Penguin) หนึ่งในเพนกวินสายพันธุ์ที่เล็กที่สุดในโลกและชอบกระโดดตามขอบหินต่างๆ และเพนกวินเจนทู (Gentoo Penguin) เพนกวินที่มีลักษณะเด่น คือ แถบสีขาวที่คาด

บริเวณตา ซึ่งภายในโซนนี้จะมีอุณหภูมิที่ต่ำมากประมาณ 8 - 10 องศาเซลเซียส และภายในยังสามารถให้อาหาร ชมการแสดง และชมความน่ารักของเพนกวินอย่างใกล้ชิดได้อีกด้วย

ตารางการแสดงให้อาหารเพนกวิน (Penguin Feeding) : เวลา 12.00 และ 15.30 น.

2. Rainforest ในโซนนี้จะเป็นโซนเล็ก ภายในเต็มไปด้วยพืชไม้นานาพรรณของป่าฝนเขตร้อนและสัตว์หลากหลายชนิด มีบรรยากาศของธรรมชาติ ซึ่งภายในโซนนี้จะมีเครื่องเล่นเพียงชนิดเดียว คือ The Rapids และภายในโซนนี้ยังร้านอาหารของที่ระลึกต่างๆอีกด้วย



ภาพที่ 48 โซน Rainforest

ที่มา : <http://www.papaticket.com/> (2561)

กิจกรรมหรือเครื่องเล่นที่น่าสนใจภายในโซนนี้

- **Expedition Trail** ระหว่างเส้นทางการเดินภายในโซนนี้ จะได้พบกับสิ่งมีชีวิตหรือสัตว์ต่างๆ ทั้งสัตว์น่ารัก และสัตว์แปลก เช่น นกทูแคนที่ตัวใหญ่อ่างทูแคน (Toco Toucan) และเล็กที่สุดอย่างอาราซารี (The Green Aracari) กบลูกศรพิษ คิงคาจูหรือหมีน้ำผึ้ง(Kinkajou) ลิงปิกมีมาร์โมเซต (Pygmy Marmoset) ปลาอะราไพมาหรือปลาช่อนยักษ์อเมซอน(Arapaima) และหนูที่ใหญ่ที่สุดในโลกอย่างแคพิบารา(Capybara) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการแสดงให้ผู้ชมได้เรียนรู้ และได้ใกล้ชิดกับสัตว์ต่างๆ ในโซนนี้อีกด้วย

ตารางการแสดงโชว์สลอธและคิงคาจู (Sloth/Kinkajou : Animal Fun Talk) : เวลา 14.15 น.
ยาว 15 - 30 นาที

ตารางการแสดงโชว์ปลาน้ำจืด สัตว์เลื้อยคลาน และสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ : เวลา 14.30 น.
ยาว 15 - 30 นาที

ตารางการแสดงโชว์นกมาคอว์ (Macaw : Animal Fun Talk) : เวลา 15.00 น. ยาว 15 - 30 นาที
หมายเหตุ : เวลาการแสดงโชว์อาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ และความปลอดภัย
ของสัตว์

- **The Rapids** เป็นล่องแก่งที่ไหลไปตามสายน้ำเชี่ยวรอบบริเวณ โชน Rainforest ให้ผู้เล่นได้สนุกกับการผจญภัยไปในป่าลึก ซึ่งระหว่างทางยังมีเซอร์ไพรส์ต่างๆให้ทุกคนได้รู้สึกสนุกและเพลิดเพลินไปกับเครื่องเล่นนี้ ระยะทาง 3.2 เมตร มี 9 ที่นั่ง

ข้อกำหนดและคำแนะนำสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 120 ซม. และควรเตรียมชุดกันฝนไปด้วย

3. Marine World ภายในโชนนี้จะเต็มไปด้วยเครื่องเล่นจำนวนมาก ซึ่งเป็นเครื่องเล่นที่สนุก ทำทายและตื่นเต้น นอกจากนี้ยังมีการแสดงของเหล่าสัตว์น้ำแสนน่ารักให้ได้ชม และร้านขายของที่ระลึกให้เลือกซื้อของฝากหรือของที่ระลึกอีกด้วย

กิจกรรมหรือเครื่องเล่นที่น่าสนใจภายในโชนนี้

- **Ocean Park Tower** เป็นหอสำหรับชมทิวทัศน์ สูง 72 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล 200 เมตร โดยสามารถมองเห็นทั่ว 360 องศา มองเห็น โชน Marine World ทั้งหมด และทัศนียภาพต่างๆ

ข้อกำหนด : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 122 ซม. โดยผู้ที่มีส่วนสูงต่ำกว่า 122 ซม. จะต้องขึ้นไปพร้อมกับผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี และสูงตั้งแต่ 122 ซม.ขึ้นไป

- **Ocean Theatre** ภายในจะได้พบกับ โลมา และแมวน้ำ เพลิดเพลินกับความน่ารักและรับชมการแสดงที่จัดขึ้นเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกใกล้ชิด เข้าใจและเรียนรู้ถึงความสำคัญของมหาสมุทร ย้ำเตือนให้เห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ ปกป้องและดูแลสัตว์เหล่านี้

ตารางการแสดงโชว์โลมา (Dolphin : Trainer's Talk) : เวลา 16.00 น. ยาว 15 - 20 นาที

ตารางการแสดงโชว์ Ocean Wonders : เวลา 12.00, 14.00, 15.30 และ 17.00 น. ยาว 20 นาที

- **Chinese Sturgeon Aquarium Yangtze** Exploration เป็นพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำปลาเตอร์เจียนจีน สถานที่ที่จะทำให้ได้เพลิดเพลินกับการชมปลาเตอร์เจียนจีนว่าขีไปมา และได้รับความรู้เกี่ยวกับปลาชนิดนี้

ตารางการแสดงโชว์ของปลาเตอร์เจียนจีน (Chinese Sturgeon : Trainer's Talk) : เวลา 14.30 น. ยาว 15 - 30 นาที

หมายเหตุ : เวลาการแสดงอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ และความปลอดภัยของสัตว์

- **Pacific Pier** ภายในโซนนี้จะได้พบกับแมวน้ำ และสิงโตทะเล ได้ชมความน่ารักและความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับวิธีที่จะปกป้องและรักษาสัตว์เหล่านี้

ตารางการแสดงสิงโตทะเลและแมวน้ำ (Sea Lion & Seal : Animal Fun Talk) : เวลา 12.30 และ 14.20 น. ยาว 10 นาที

- **Sea Jelly Spectacular** ภายในโซนนี้จะได้พบกับแมงกะพรุนกว่า 1,000 ตัว ที่อาศัยอยู่ในตู้ที่ถูกออกแบบด้วยสื่อมัลติมีเดียชนิดต่างๆ เช่น แสงไฟ เสียงเพลง และเอฟเฟ็กต์ต่างๆ ให้ผู้ชมได้สัมผัสและเพลิดเพลินกับโลกของแมงกะพรุนที่เรืองแสงสวยงามภายในตู้โชว์

ตารางการแสดง Sea Jelly (Trainer's Talk) : เวลา 11.30 น. ยาว 15 - 30 นาที

หมายเหตุ : เวลาการแสดงอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ และความปลอดภัยของสัตว์



ภาพที่ 49 Sea Jelly Spectacular

ที่มา : <https://www.oceanpark.com.hk/> (2561)

- **Shark Mystique** ภายในโซนนี้จะได้พบกับสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในทะเลน้ำลึก เช่น ฉลาม ซอว์ฟิช (Sawfish) หรือฉลามที่มีงอยปากคล้ายใบเลื่อย ซีบร้า ชาร์ค (Zebra Shark) หรือฉลามที่มีจุดบนลำตัว

คล้ายเสือควา โดยผู้ชมจะสามารถเพลิดเพลินกับสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลเหล่านี้ 360 องศา นอกจากนี้ยังมีความรู้ และเกมต่างๆ ให้ได้ร่วมสนุกอีกด้วย

ตารางการแสดง Shark & Ray (Trainer's Talk) : เวลา 11.30 น. ยาว 15 - 30 นาที

หมายเหตุ : เวลาการแสดงอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ และความปลอดภัยของสัตว์

- **Crazy Galleon** เป็นเครื่องเล่นที่มีลักษณะเป็นเรือใบขนาดใหญ่ โยกแกว่งไปมาด้วยความเร็ว ให้ผู้เล่น ได้สัมผัสกับความสนุกสนานและความตื่นเต้น

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 122 ซม.

- **Eagle** เป็นเครื่องเล่นที่ทำให้ผู้เล่นรู้สึกตื่นเต้น ทำท่ายและหวาดเสียวกับความหมุนด้วยความเร็ว สูงขึ้นสู่ท้องฟ้า และแยกออกจากกัน โดยจะหมุนด้วยความเร็วกลาง 8 รอบต่อนาที และหมุนด้วยความเร็วที่น่าตกใจ 22 รอบต่อนาที ซึ่งกระเช้าที่แขวนไว้ เพื่อเป็นที่นั่งของผู้เล่นจะเหวี่ยงหมุนขึ้นไป สูงสุดที่ความสูง 23.5 เมตร

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 122 ซม.



ภาพที่ 50 Eagle

ที่มา : <https://www.oceanpark.com.hk/> (2561)

- **Ferris Wheel** เป็นชิงช้าสวรรค์ที่มีความสูง 27 เมตร เครื่องเล่นที่จะทำให้ได้สัมผัสกับความสวยงาม ของทิวทัศน์แบบพาโนรามาและบรรยากาศสุดโรแมนติก

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 152 ซม. หากสูงไม่เกิน 152 ซม. จะต้อง มีผู้ที่อายุตั้งแต่ 15 ปี และสูงตั้งแต่ 152 ซม.ขึ้นไป นั่งในกระเช้าชิงช้าไปด้วย

- **Flying Swing** เป็นเครื่องเล่นที่จะทำให้ผู้เล่นได้สนุกกับการนั่งเก้าอี้ที่จะพาหะและเหวี่ยงหมุนไปรอบๆอย่างรวดเร็ว ยาว 2 นาที ซึ่งความสูงของที่นั่งประมาณ 7 เมตร ความเร็วในการหมุน คือ 11 รอบต่อนาที

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 152 ซม. และอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป

- **Marine World Games Zone** เป็นเกมโซนที่เต็มไปด้วยเครื่องเล่นต่างๆ ซึ่งจะมีรางวัลพิเศษให้สำหรับผู้เล่นที่สามารถเล่นได้ตามกติกาที่กำหนดเอาไว้ เช่น ตูกตา เป็นต้น

- **The Abyss** เป็นเครื่องเล่นที่มีลักษณะทิ้งดิ่งลงมาเพียงเวลาไม่กี่วินาทีด้วยความเร็วจากความสูงที่เทียบเท่ากับตึก 20 ชั้น ให้ผู้เล่นได้สัมผัสถึงความตื่นเต้นและความหวาดเสียว

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 132 ซม.

- **The dragon** เครื่องเล่นชนิดนี้เป็นรถไฟเหาะความเร็วสูง ที่เพิ่มความตื่นเต้นด้วยการตีลังกาแบบ 360 องศา เป็นเครื่องเล่นเครื่องหนึ่งที่ท้าทาย และให้ผู้เล่นได้สัมผัสถึงความตื่นเต้นและหวาดเสียวแบบขีดสุด

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 132 ซม.

4. Adventure Land โซนนี้จะเป็นโซนเล็กๆ ภายในจะมีเครื่องเล่นไม่กี่ชนิดเท่านั้น

กิจกรรมหรือเครื่องเล่นที่น่าสนใจภายในโซนนี้

- **Escalator** เป็นบันไดเลื่อนที่เชื่อมระหว่างโซน Marine World กับโซน Adventure Land แห่งนี้ โดยมีลักษณะเป็นอุโมงค์ใสที่มีความยาว 225 เมตร หรือยาวที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลก ซึ่งระหว่างทางจะได้สัมผัสกับธรรมชาติที่ร่มรื่นและสวยงามอีกด้วย

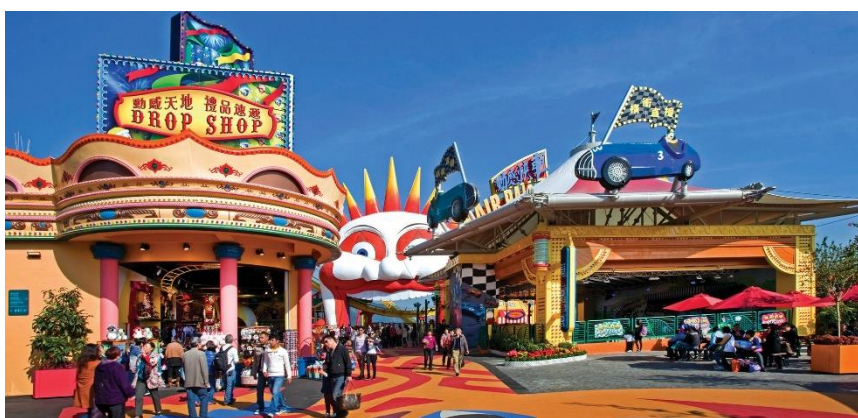
- **Mine Train** เครื่องเล่นชนิดนี้ คือ รถไฟเหมืองแร่ เป็นรถไฟเหาะที่แม้ไม่ได้หวาดเสียวเท่ากับรถไฟเหาะในโซนอื่นๆ แต่ก็ยังคงความสนุกสนานไว้ได้อยู่ มีทั้งการหมุน ทะยานขึ้นและดิ่งลงบนทางหน้าผาสูง ซึ่งมีระยะทางความยาว 85 เมตร นอกจากนี้เครื่องเล่น Mine Train หรือรถไฟเหมืองแร่ ยังมีอุปกรณ์เสริมอย่างแว่น VR เป็นระบบที่เลียนแบบภาพเสมือนจริง ที่สนับสนุนโดย Samsung

ให้ผู้เล่นได้สัมผัสถึงความตื่นเต้นและความสนุกสนานมากยิ่งขึ้น ซึ่งการเล่นแบบมีอุปกรณ์เสริมนี้ มีข้อกำหนดและข้อห้ามสำหรับผู้เล่นบางคน ดังนั้นควรศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์ของ Ocean Park ก่อน
ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 122 ซม.

- **Raging River** เครื่องเล่นชนิดนี้ คือ ล่องแก่ง ที่จะพาให้ผู้เล่นได้สัมผัสกับความสนุกสนานและความตื่นเต้น พุ่งทะยานสู่ผืนน้ำด้านล่าง ผจญภัยไปตามเส้นทางจำลองของน้ำตกป่าเขตร้อน ขนบข้างด้วยช่องหุบเขาลึก

ข้อกำหนดและคำแนะนำสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 122 ซม. และอายุตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป โดยผู้ที่มีส่วนสูงต่ำกว่า 122 ซม. จะต้องมีผู้ที่อายุตั้งแต่ 15 ปี และสูงตั้งแต่ 122 ซม. ขึ้นไป นั่งไปด้วย และควรเตรียมชุดกันฝนไปด้วย เนื่องจากอาจจะเปียกจากน้ำที่กระเซ็นใส่

5. **Thrill Mountain** ภายในโซนนี้มีเครื่องเล่นที่สนุกสนาน ตื่นเต้นและท้าทายเป็นจำนวนมาก ซึ่งมากกว่าโซนอื่นๆที่กล่าวมาข้างต้น โดยภายในจะตกแต่งด้วยธีมการเฉลิมฉลอง ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศของการเฉลิมฉลอง ความรื่นเริงต่างๆ ซึ่งภายในยังมีร้านขายของที่ระลึกให้เลือกซื้อของฝากและของที่ระลึกต่างๆ รวมถึงร้านอาหาร และเครื่องดื่มต่างๆ



ภาพที่ 51 โซน Thrill Mountain

ที่มา : <http://www.leighorange.com/> (2561)

- **Bumper Blaster** เครื่องเล่นชนิด คือ รถบัมพ์ ให้ผู้เล่นได้สัมผัสความสนุกสนานกับการขับรถไปปะทะกับผู้เล่นคนอื่นๆ

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : เด็กส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 120 ซม. ผู้ใหญ่ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 145 ซม. และอายุตั้งแต่ 8 ปี หรือ 12 ปีขึ้นไป

- **Hair Raiser** เครื่องเล่นชนิดนี้ คือ รถไฟเหาะที่ไม่มีพื้น ที่ให้ผู้เล่นได้สัมผัสถึงสนุกสนานและความหวาดเสียวขั้นสุด เนื่องจากเป็นรถไฟเหาะที่ขึ้นชื่อว่าอยู่สูงที่สุดในเขตทะเลจีนใต้ เพราะตั้งอยู่บนเขาริมหน้าผา ทำให้เวลาเล่นผู้เล่นรู้สึกเหมือนห้อยตัวอยู่เหนือหน้าผา และเนื่องด้วยคุณสมบัติของรถไฟเหาะที่ไม่มีพื้นนี้ จึงทำให้พุ่งตัวเร็วกว่า เสียวกว่า และตื่นเต้นกว่ารถไฟเหาะอื่นๆ

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 144 ซม.

- **Rev Booster** เครื่องเล่นชนิดนี้เป็นเครื่องเล่นที่สามารถเล่นได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ซึ่งมีลักษณะเป็นที่นั่งและหมุนวนรอบไปเรื่อยๆ จะทำให้ผู้เล่นได้สัมผัสถึงแรงหมุนรอบวงโคจรที่มีถึง 3 ระดับ โดยจะโยกตามเสียงของคนตรี และเท้าของผู้เล่นจะไม่ติดอยู่กับพื้น เนื่องจากจะถูกเหวี่ยงขึ้นลงตลอดเวลา

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 130 ซม. โดยผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 12 ปีจะต้องมีผู้ที่อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป นั่งไปด้วย

- **The Flash** เป็นเครื่องเล่นที่มีรูปทรงลักษณะเลียนแบบสายฟ้า ซึ่งนับเป็นเครื่องเล่นที่ให้ความรู้สึกหวาดเสียวและตื่นเต้นมากที่สุดชนิดหนึ่ง โดยจะเหวี่ยงไปมาอย่างรวดเร็ว เป็นเครื่องเล่นที่มีวงเหวี่ยงสูงถึง 22 เมตร แรงโน้มถ่วง 3.9 กรัม และมีความเร็วสูงสุด 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง โดยจะหมุน 360 องศา

คำแนะนำและข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงอยู่ระหว่าง 137 - 195 ซม. และอายุตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป เครื่องเล่นชนิดนี้ไม่เหมาะสำหรับผู้ที่เป็นโรคหัวใจหรือผู้ที่มีความกลัวสูง

- **Whirly Bird** เครื่องเล่นชนิดนี้จะมีลักษณะคล้ายม้าหมุน แต่เป็นลักษณะของม้าหมุนลอยฟ้า ซึ่งมีการออกแบบที่นั่งเป็นเครื่องบินสไตล์วินเทจ โดยจะทำให้ผู้เล่นได้สนุกสนานและสัมผัสกับความตื่นเต้น เครื่องเล่นที่จะพาหมุนวนไปรอบๆด้วยความเร็วที่ไม่มากเกินไป ซึ่งสามารถเห็นทิวทัศน์ที่สูงจากพื้นดินประมาณ 30 เมตร นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องเล่นที่มีจอยสติ๊ก(Joystick) สำหรับปรับระดับควบคุมการบินได้อีกด้วย

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 122 ซม.



ภาพที่ 52 Whirly Bird

ที่มา : <http://www2.hkia.net/> (2561)

ที่ตั้ง : Ocean Park, Aberdeen, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 10.00 - 18.00 น. และวันเสาร์ - อาทิตย์ หรือวันหยุด
นักขัตฤกษ์ เวลา 10.00 - 19.00 น.

ค่าบริการ

บัตรเข้า Ocean Park ทั่วไป

เด็ก (3 - 11 ปี)	HK\$240
ผู้ใหญ่ (ตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป)	HK\$480

หมายเหตุ : สามารถเล่นเครื่องเล่นได้ทุกชนิด และใช้สิ่งอำนวยความสะดวก ชมการแสดง และ
นิทรรศการต่างๆ ได้ทุกอย่าง ยกเว้นการเล่นเกมที่ต้องใช้ทักษะ หรือตู้เกมหยอดเหรียญที่ต้องเก็บ
ค่าเข้าชมหรือค่าบริการเพิ่มเป็นกรณีพิเศษ

บัตร Ocean Fast Track

Ocean FasTrack (7)	Ocean FasTrack (All)
HK\$250	HK\$350
<p>*สามารถใช้ได้ 7 อย่างจากเครื่องเล่นทั้งหมด ดังนี้</p> <p>ฝั่ง The Waterfront ได้แก่ Cable Car (Single Trip), Ocean Express (Single Trip), The Grand Aquarium</p> <p>ฝั่ง The Summit ได้แก่ Cable Car (Single Trip), Ocean Express (Single Trip), South Pole Spectacular, Shark Mystique, Ferris Wheel, Arctic Blast, The Dragon, Hair Raiser, The Rapids, Raging River, The Abyss</p>	<p>*สามารถใช้ได้กับสถานที่และเครื่องเล่นทั้งหมด ดังนี้</p> <p>ฝั่ง The Waterfront ได้แก่ Cable Car (Single Trip), Ocean Express (Single Trip), The Grand Aquarium</p> <p>ฝั่ง The Summit ได้แก่ Cable Car (Single Trip), Ocean Express (Single Trip), South Pole Spectacular, Shark Mystique, Ferris Wheel, Arctic Blast, The Dragon, Hair Raiser, The Rapids, Raging River, The Abyss รวมถึงเครื่องเล่น VR Mine Train</p>

หมายเหตุ : ราคาเดียวกันทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ซึ่งราคาบัตร Ocean FasTrack ดังกล่าวไม่รวมบัตรเข้าสวนสนุก

เบอร์โทรศัพท์ : +852 3923 2323

เว็บไซต์ : <https://www.oceanpark.com.hk>

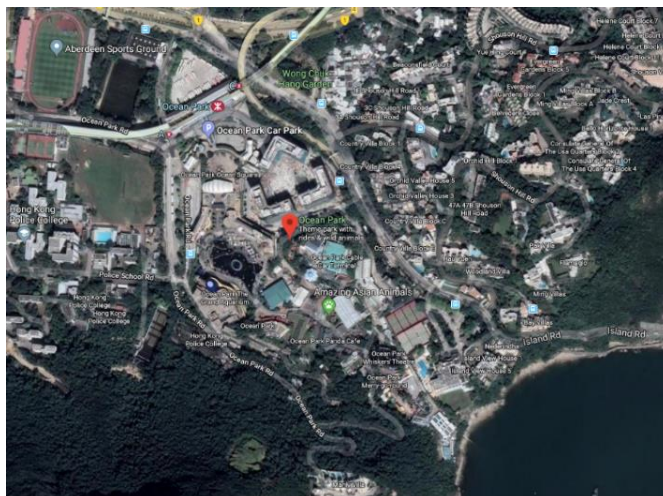
GPS : 22.246661, 114.175724

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) สาย South Island ลงสถานี Ocean Park ทางออก B

หมายเหตุ

- เด็กอายุต่ำกว่า 3 ปี เข้าฟรี
- ไม่อนุญาตให้นำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสวนสนุก
- ไม่อนุญาตให้นำกระเป๋าสัมภาระต่างๆที่มีขนาดใหญ่กว่า 56 ซม. x 36 ซม. x 23 ซม. เข้าในสวนสนุก สามารถนำฝากที่เคาน์เตอร์รับฝากกระเป๋าที่ The Waterfront

- กรุณาตรวจสอบวันและเวลาการปิดปรับปรุงเครื่องเล่นจากเว็บไซต์ของโอเชียนปาร์คก่อนใช้บริการ และอาจมีปัญหาเรื่องสภาพอากาศ การซ่อมบำรุงเครื่องเล่นหรือสถานที่ หรือสาเหตุใดก็ตาม ทำให้เครื่องเล่นถูกระงับหรือมีการยกเลิกโดยไม่มีการแจ้งล่วงหน้า
- ค่าบริการอาจมีการเปลี่ยนแปลง ควรตรวจสอบจากเว็บไซต์ Ocean Park อีกครั้ง



ภาพที่ 53 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Ocean Park

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

2) ศาลเจ้าแม่กวนอิมรีพัลส์ เบย์ (Kwun Yam Shrine)

ศาลเจ้าแม่กวนอิม ตั้งอยู่บริเวณหาดรีพัลส์ เบย์ (Repulse Bay) สร้างขึ้นในปี 1993 เป็นวัดแห่งหนึ่งในฮ่องกงที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับสำหรับการไหว้สักการะและขอพร ซึ่งทุกจุดในวัดสามารถไหว้และขอพรได้ เชื่อว่ามีความศักดิ์สิทธิ์มาก ขอพรสิ่งใดก็จะสมหวังสมปรารถนาทุกเรื่อง ทั้งเรื่องสุขภาพ ความร่ำรวย ความรัก หรือขอให้มีลูก ภายในวัดแห่งนี้มีรูปปั้นเจ้าแม่กวนอิม เจ้าแม่ทับทิม ทินโหว่ (Kwam Yam & Tin Hau) ขนาดใหญ่หันหน้าออกสู่ทะเล นอกจากนี้ยังมีรูปปั้นเทพเจ้าและรูปเคารพต่างๆอีกจำนวนมาก ซึ่งรูปปั้นของเทพแต่ละองค์จะมีการไหว้สักการะที่แตกต่างกัน

วิธีการไหว้สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งที่ต้องทำสำหรับการขอพรในวัดเจ้าแม่กวนอิม ณ หาดรีพัสต์ เบย์

- เดินเข้าวัดด้วยเท้าซ้าย ออกด้วยเท้าขวา เป็นเคล็ดลับที่ชาวฮ่องกงและชาวจีนบอกว่าคุณคล้ายกับการเดินตามเข็มนาฬิกา สื่อถึงการทำให้ชีวิตเจริญก้าวหน้านั่นเอง
- ลูบลูกแก้วในปากสิงโต ซึ่งตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าวัด เพื่อให้มีแต่ความโชคดี มีโชคลาภทั้งตัวเองและครอบครัว
- ไหว้ขอพรต่อเจ้าแม่กวนอิมองค์ใหญ่ โดยเจ้าแม่กวนอิมถือเป็นหนึ่งในเทพที่ชาวฮ่องกงและชาวจีนให้ความเคารพนับถือ โดยเฉพาะที่วัดเจ้าแม่กวนอิม บริเวณหาดรีพัสต์ เบย์ของเกาะฮ่องกงแห่งนี้ที่มีความศักดิ์สิทธิ์มาก ไม่ว่าขอพรอันใดก็สมหวังสมความปรารถนาทุกประการ โดยการขอพรต้องยืนบริเวณตรงพระพักตร์ท่าน โดยบริเวณนั้นจะมีบทสวดภาษาไทยตั้งไว้ด้วย
- ไหว้ขอพรเจ้าแม่ทับทิม โดยเจ้าแม่ทับทิมถือเป็นเทพเจ้าแห่งท้องทะเล เนื่องจากในอดีตชาวฮ่องกงประกอบอาชีพประมงเป็นหลัก จึงนับถือเจ้าแม่ทับทิมมาก เชื่อกันว่าจะช่วยปกป้องรักษายามที่ต้องออกเดินเรือให้เดินทางปลอดภัย นอกจากนั้นยังเสริมพลังในด้านกิจการค้าขายอีกด้วย
- พระยูลี ตั้งอยู่บริเวณด้านหลังของเจ้าแม่ทับทิม โดยเชื่อกันว่าจะประทานพรเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ
- ไหว้ขอโชคลาภจากเทพเจ้าไฉ่ซิงเอี้ยะ ประดิษฐานอยู่ตรงด้านหน้าพระพักตร์ของเจ้าแม่กวนอิมองค์ใหญ่ เชื่อกันว่าเทพเจ้าไฉ่ซิงเอี้ยะเป็นเทพเจ้าแห่งโชคลาภและความมั่งคั่งร่ำรวย โดยวิธีการขอพรจากท่าน คือ ให้นำธนบัตรหนึ่งร้อย ธนบัตรหนึ่งพัน หรือธนบัตรที่มีตัวเลขนำโชค จากนั้นอธิษฐานถึงโชคลาภแล้วนำไปลูบบริเวณเคราขององค์เทพตั้งแต่ด้านบนลงมาด้านล่างแล้วนำเก็บเข้ากระเป๋า ทั้งนี้หากผู้ใดไม่มีธนบัตรก็สามารถตั้งจิตอธิษฐานแล้วใช้มือลูบตามวิธีดังกล่าวได้เช่นกัน
- ขอลูกจากพระสังกัจจายน์ คนฮ่องกงเชื่อว่าหากใช้มือลูบที่ท้องของท่าน หากขอลูกชายให้ลูบท้องทางด้านขวา หากขอลูกสาวให้ลูบท้องทางด้านซ้าย จากนั้นให้อธิษฐานขอลูก เชื่อว่าพรนี้จะสมดังปรารถนา

- สะพานอายุยืน เป็นสะพานสีแดงสดที่อยู่ปลายหาดออกแบบด้วยสไตล์จีน เชื่อกันว่าหากเดินข้ามสะพานนี้ไปจะทำให้อายุยืนขึ้นอีก 3 ปี โดยจะต้องก้าวเท้าซ้ายเดินขึ้นสะพานข้ามไปยังอีกฝั่งเท่านั้น และเมื่อข้ามไปแล้วห้ามเดินกลับทางเดิมเด็ดขาด แต่ให้เดินกลับตามทางเดินอีกฝั่งหนึ่ง



ภาพที่ 54 สะพานแดง วัด Kwun Yam Shrine

ที่มา : <https://p21chong.files.wordpress.com/> (2561)

- ไหว้ขอพรเทพเจ้าแห่งความรัก เมื่อข้ามสะพานสีแดงไปแล้วจะพบกับเทพเจ้าแห่งความรัก หรือเทพเจ้าคู่ครอง เป็นชายชราถือสมุดเล่มสีแดง สามารถขอพรได้ทั้งผู้ที่มีคู่แล้วหรือผู้ที่ยังไม่มีคู่ โดยผู้ที่มีคู่แล้วให้นำระหว่างกลางของสิ่งใดทั้งสองตัวที่อยู่หน้าของท่าน ใครที่มาด้วยกันให้นำด้วยกันแล้วอธิษฐาน เพื่อให้ชีวิตรักและชีวิตคู่ราบรื่น อยู่ด้วยกันไปนานๆ แต่ถ้ามาคนเดียวให้นำหนึ่งแล้วนึกถึงอีกคนพร้อมอธิษฐานถึงสิ่งดีๆ ส่วนผู้ที่ยังไม่มีคู่แต่แอบชอบเขาอยู่ ให้เอามือลูบที่บริเวณหินสีดำพร้อมกับอธิษฐานให้สมหวังกับความรัก ส่วนคนที่ยังไม่เจอคนที่ถูกใจ ให้เขียนชื่อตัวเองโดยใช้นิ้วเขียนลงไปบนสมุดที่เทพเจ้าแห่งความรักถืออยู่ เชื่อกันว่าท่านจะประทานคู่ให้
- โยนเหรียญเสี่ยงทาย บริเวณเดียวกันกับเทพเจ้าแห่งความรักจะมีรูปปั้นปลาตัวใหญ่สีเหลืองตั้งอยู่ เชื่อกันว่าหากโยนเหรียญเข้าปากปลาได้ในครั้งแรก คำอธิษฐานที่ขอพรไว้กับเจ้าแม่กวนอิมจะประสบผลสำเร็จดังใจปรารถนา
- รูปปั้นแพะ สื่อถึงอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เชื่อว่าหากอธิษฐานขอพรจะสมหวังสมปรารถนาในทุกเรื่อง
- รูปปั้นเต่าประมงตกปลา หากขอพรกับท่าน เชื่อกันว่าจะทำให้มีกำไรและร่ำรวย เหมือนกับเต่าที่จับปลาได้จำนวนมาก

- ศาลาแห่งศิริมงคล เป็นศาลาทรง 8 เหลี่ยม เชื่อว่าหากตั้งจิตอธิษฐานขอพรตรงจุดกึ่งกลางของศาลา จากนั้นนำมือทั้งสองไปลูบที่ป้ายหินแกะสลักสีแดง วาดมือเป็นรูปเลข 8 แล้วกวักมือเข้าหาตัว จะทำให้โชคดีไม่สิ้นสุด เนื่องจากคนจีนเชื่อว่าเลขแปดเป็นเลขมงคลเหมือนตัว Infinity ซึ่งมีความหมายว่าไม่สิ้นสุด



ภาพที่ 55 Kwun Yam Shrine

ที่มา : <http://www.hongkongpackage.net/> (2561)

ที่ตั้ง : Stanley, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : ทุกวัน เวลา 20.00 น. ความยาวประมาณ 15 นาที

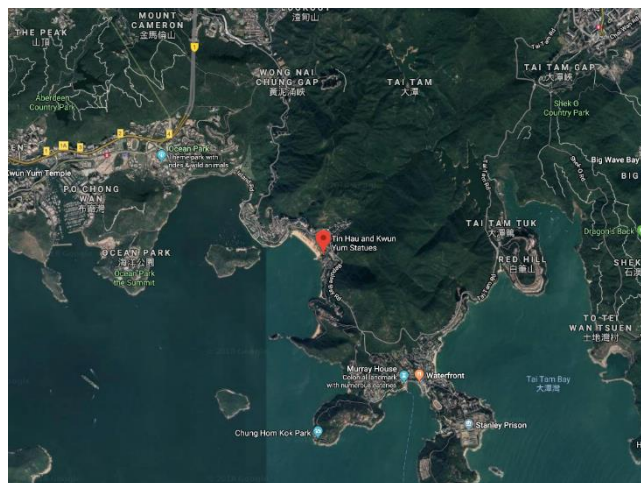
ค่าบริการ : เข้าชมฟรี

เบอร์โทรศัพท์ : +852 2508 1234

GPS : 22.234769, 114.198482

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) สายสีแดงลงสถานี Central ทางออก A มาถึง Bus Station ใต้ตึก Exchange Square นั่งรถบัสสาย 6, 6A, 6X, 66, 260 และสายที่ผ่าน 65, 73, 973 ลงป้ายรถเมล์ Repulse Bay Beach ประมาณ 25 นาที จากนั้นเดินลงมายังหาดรีพัลส์ เบย์ แล้วเดินไปทางซ้าย จนสุดหาดประมาณ 300 เมตร จะเป็นที่ตั้งของศาลเจ้าแม่กวนอิม

หมายเหตุ : รถบัสสาย 6X เป็นสายที่วิ่งทางตรงที่สุด



ภาพที่ 56 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Kwun Yam Shrine

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

4.1.2 เกาลูน (KOWLOON)

ย่านจิมซาจอย (TSIM SHA TSUI)

1) การแสดงมัลติมีเดีย แสง สี เสียง (A Symphony of Lights: SoL)

เป็นการแสดงมัลติมีเดีย แสง สี เสียงกลางแจ้งที่ได้รับการบันทึกจาก Guinness Worlds Record ว่าเป็น “การแสดงแสง สี เสียงถาวรกลางแจ้งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของโลก” ตั้งอยู่ในย่านจิมซาจอย(Tsim Sha Tsui) ของฝั่งเกาลูน โดยตั้งอยู่บริเวณเลียบอ่าววิกตอเรีย(Victoria Harbour) เดิมทีเชื่อว่าการแสดง A Symphony of Lights ไม่ได้มีขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว แต่เนื่องจากความเชื่อเรื่องศาสตร์ฮวงจุ้ย เพราะเชื่อว่าการแสดงแสง สี ในยามค่ำคืน เป็นการกระตุ้นพลังของฮวงจุ้ยได้ดี ซึ่งการกระตุ้นพลังนี้ เพื่อต้องการให้กิจการเจริญรุ่งเรือง อีกทั้งเวลาสองทุ่มตรง คือ 8.00 PM ซึ่งเลข 8 ถือเป็นเลขมงคลของชาวจีน จากนั้นมีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมและสนใจเป็นจำนวนมาก ทำให้ภายหลังกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของฮ่องกง

A Symphony of Lights หรือ SoL เป็นการแสดงยามค่ำคืนที่ใช้การยิงแสงเลเซอร์ไปยังตึกสูงที่ประดับไฟกว่า 40 แห่งให้มีชีวิตชีวาขึ้นมา นอกจากนี้ยังเพิ่มความสวยและความยิ่งใหญ่ของการแสดงด้วยเสียงเพลง คำบรรยาย และพลุจำนวนหลากสีจำนวนมาก ทั้งนี้การแสดงจะมีทั้งหมด 5 ชุด แต่ละชุดจะมีธีมการแสดงที่แตกต่างกัน โดยเรียงตามลำดับการแสดง ดังนี้

- **ชุดที่ 1 Awakening** หรือ การตื่นตัวเติบโต เป็นแสงเลเซอร์สีรุ้ง เพื่อสื่อความหมายถึงการเติบโตและความเจริญรุ่งเรืองของฮ่องกง
- **ชุดที่ 2 Energy** หรือ พลังอำนาจ เป็นการยิงแสงสีขึ้นฟ้า พร้อมกวาดลำแสงเลเซอร์ข้ามท้องฟ้า เพื่อแสดงถึงพลังงานหรือความมีชีวิตชีวาของฮ่องกง
- **ชุดที่ 3 Heritage** หรือ มรดกทางวัฒนธรรม เป็นการยิงแสงด้วยสีนำโชคอย่างสีทองและสีแดงท่ามกลางบทเพลงที่บรรเลงด้วยเครื่องดนตรีจีน เพื่อแสดงว่าฮ่องกงเป็นมรดกของโลกและมีประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์
- **ชุดที่ 4 Partnership** หรือ ความร่วมมือ เป็นการยิงแสงกวาดทั่วทั้งอ่าว เพื่อแสดงถึงความเชื่อมโยงของทั้งสองฝั่ง ซึ่งสื่อถึงความเป็นพันธมิตรของทั้ง 2 ฝั่งของอ่าว หรือการร่วมมือร่วมใจเป็นหนึ่งเดียวกัน
- **ชุดที่ 5 Celebration** หรือ การเฉลิมฉลอง เป็นการยิงแสงประกอบกับจังหวะเพลงที่มีความสนุกสนาน เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองให้กับความสำเร็จจากการร่วมมือกัน ทำให้ฮ่องกงกลายเป็นที่ยิ่งใหญ่และมีอำนาจรุ่งเรือง

ซึ่งการแสดงทั้งหมด 5 ชุดนี้ เป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้ฮ่องกงยิ่งใหญ่จนถึงปัจจุบันนี้ โดยในช่วงแรกของการบรรยายจะเป็นการแนะนำแต่ละตึก และเมื่อถูกแนะนำแต่ละตึกจะมีไฟกระพริบเสมือนเป็นการทักทายต่อผู้ชม จากนั้นจะเป็นเพลงบรรเลงจนกระทั่งจบการแสดง

ตารางเวลาสำหรับคำบรรยายการแสดง

- ภาษาอังกฤษ : วันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์
- ภาษาโปรตุเกส : วันอังคาร วันพฤหัสบดี และวันเสาร์
- ภาษาจีน : วันอาทิตย์

จุดชมที่แนะนำสำหรับการชม Symphony of Lights ดังนี้

1. บริเวณเลียบอ่าววิกตอเรียตั้งแต่ Avenue of Stars จนถึงพิพิธภัณฑ์ Hong Kong Museum of Art, Hong Kong Cultural Centre และหอนาฬิกา (Clock Tower)
2. แถวท่าเรือเฟอร์รี่ทางออกห่าง Harbour City จะมีคาดฟ้าชั้นลอยอยู่
3. ด้านนอกของ Golden Bauhinia Square ย่าน Wanchai จากฝั่งเกาะฮ่องกง

4. ล่องเรือเพื่อชมการแสดง เช่น Aqualuna Symphony of Lights Cruise, Harbour Cruise-Bauhinia, Watertours of Hong Kong เป็นต้น

ช่วงที่แนะนำสำหรับการชม A Symphony of Lights คือ วันตรุษจีน เนื่องจากเป็นวันสำคัญของชาวจีน จึงจะมีการแสดงที่เป็นโชว์ชุดพิเศษ จุดพลุที่ยิ่งใหญ่และสวยงาม ดังนั้น A Symphony of Lights แห่งนี้ จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่แนะนำสำหรับช่วงปีใหม่ หรือนับถอยหลังเข้าสู่ปีใหม่ (Countdown) เพราะความอลังการและยิ่งใหญ่ของแสง สี เสียง และพลุต่างๆ



ภาพที่ 57 A Symphony of Lights (SoL)

ที่มา : <https://www.laservision.com.au/> (2561)

ที่ตั้ง : เลียบอ่าววิกตอเรีย, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : ทุกวัน เวลา 20.00 น. ความยาวประมาณ 15 นาที

ค่าบริการ : เข้าชมฟรี

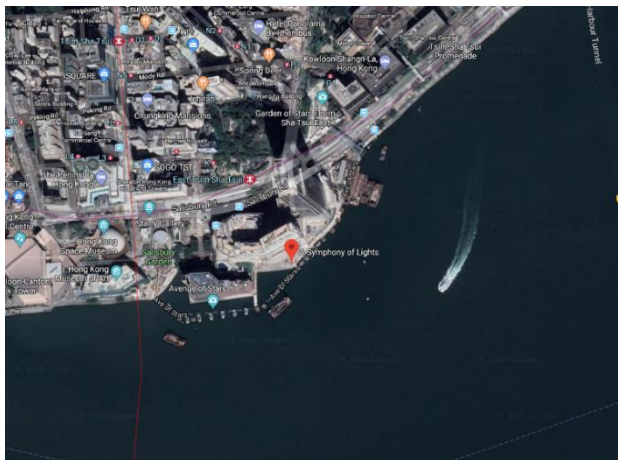
เบอร์โทรศัพท์ : +852 2508 1234

เว็บไซต์ : <http://www.tourism.gov.hk/symphony/eindex.html>

GPS : 22.293232, 114.174813

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) ลงสถานี Tsim Sha Tsui หรือสถานี East Tsim Sha Tsui ทางออก L6 หรือ E จากนั้นเดินต่อตามป้ายบอกทิศทางอีกประมาณ 5 นาที

หมายเหตุ : การแสดงจะถูกระงับและยกเลิกหากมีการแจ้งเตือนภัยไซโคลนที่ระดับความรุนแรง ตั้งแต่ 3 ขึ้นไป หรือการแจ้งเตือนภัยพายุฝน แม้การเตือนภัยจะถูกยกเลิกก่อนถึงเวลาการแสดงก็ตาม นอกจากนี้การแสดงอาจถูกยกเลิกด้วยเหตุฉุกเฉิน โดยไม่มีการแจ้งล่วงหน้าเช่นกัน



ภาพที่ 58 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ A Symphony of Lights (SoL)

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

3) ถนนนาธาน (Nathan Road)

เป็นถนนซอปปิงเส้นหลักของย่านจิมซาโจ้ย(Tsim Sha Tsui) โดยถนนนาธานเส้นนี้เป็นถนนเส้นใหญ่ที่เชื่อมหรือแยกย่อยออกไปถนนต่างๆตลอดสายของถนน โดยจะลากผ่านตลอดแนวย่านจิมซาโจ้ย และยาวไปถึงย่านอื่นๆของเกาลูน ทั้งนี้ ร้านค้าส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานีจิมซาโจ้ย โดยมีร้านค้าเรียงยาวตลอดเส้นทางเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 59 Nathan Road

ที่มา : <http://www.noholidaynolife.com/> (2561)

ที่ตั้ง : Nathan Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : ทุกวัน เวลา 12.00 - 21.00 น. (โดยประมาณ เนื่องจากแต่ละร้านมีเวลาเปิด-ปิดต่างกัน)

เว็บไซต์ : <http://www.nathan-road.hk>

GPS : 22.310585, 114.171060

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) สาย Tsuen Wan (สีแดง) ลงสถานี Tsim Sha Tsui ทางออก A1, A2, C1, C2, D1, E, F, G หรือ H



ภาพที่ 60 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Nathan Road

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

4) ถนนกรนวิลล์และแคมรอน (Granville & Cameron Road)

ถนนกรนวิลล์และแคมรอนเป็นถนนสายช้อปปิ้งที่แยกออกมาจากถนนนาธาน(Nathan Road) โดยถนนทั้งสองเส้นนี้จะขนานกัน เต็มไปด้วยร้านค้าต่างๆที่เป็นแบรนด์ท้องถิ่น ราคาปานกลาง มีทั้งสินค้าแฟชั่น แบรนด์ท้องถิ่นจากดีไซน์เนอร์ชาวฮ่องกง แบรนด์ที่ไม่ใช่แบรนด์ไฮเอนด์ รวมถึงร้านอาหารต่างๆ จึงนับว่าเป็นถนนอีกเส้นหนึ่งที่ไม่ควรพลาดสำหรับนักช้อปปิ้งที่มีงบประมาณไม่มากหรือจำกัด เนื่องจากสินค้าของถนนเส้นนี้ล้วนเป็นสินค้าที่ผู้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่า

แนะนำ : ให้เดินเข้าถนน Cameron ก่อน จากนั้นเลี้ยวซ้ายเข้าถนน Camarvon ซึ่งเป็นถนนสาย
 ซ้อปิ้งที่แยกย่อยออกไปเช่นเดียวกัน จากนั้นเดินตรงไปจะตัดกับถนน Granville พอดี หากเดินตาม
 เส้นทางนี้จะทำให้เดินช้อปปิ้งได้ทั่วกว่า



ภาพที่ 61 Granville & Cameron Road

ที่มา : <https://upload.wikimedia.org/> (2561)

ที่ตั้ง : Granville & Cameron Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : ทุกวัน เวลา 10.00 - 22.00 น. (โดยประมาณ เนื่องจากแต่ละร้านมีเวลาเปิด-ปิด
 ต่างกัน)

GPS : 22.300311, 114.175333 (Granville Road)

GPS : 22.299118, 114.174171 (Cameron Road)

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) ลงสถานี Tsim Sha Tsui หรือสถานี East Tsim Sha Tsui
 ทางออก B1



ภาพที่ 62 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Granville & Cameron Road

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

ย่านมงก๊ก (MONG KOK)

สถานที่ช้อปปิ้งย่านมงก๊ก

ตั้งอยู่บนฝั่งเกาลูน เป็นย่านที่เต็มไปด้วยตรอกซอยที่มีเอกลักษณ์ รวมทั้งตลาดเก่าๆที่สะท้อนวิถีชีวิตคนท้องถิ่น ถือเป็นย่านที่มีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของฮ่องกง โดยเฉพาะเป็นย่านแห่งการช้อปปิ้ง มีถนนสายช้อปปิ้งที่ทั้งสองข้างทางและตามตรอกซอยเต็มไปด้วยร้านค้า และร้านอาหารจำนวนมาก ถนนแต่ละสายจะถูกจัดแบ่งตามประเภทของสินค้า เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องสำอาง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ของเล่น เป็นต้น ทำให้สะดวกต่อการเลือกซื้อมากขึ้น โดยสินค้าเหล่านี้มีราคาที่ไม่แพงเกินไป และสามารถต่อรองราคาได้ นอกจากตลาดหรือถนนคนเดินย่านช้อปปิ้งต่างๆเหล่านี้ ในย่านมงก๊กยังมีศูนย์การค้า Langham Place เป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ 15 ชั้น ภายในมีสินค้าทุกประเภทและทุกวัย ทั้งสินค้าแบรนด์เนม สินค้าแบรนด์ดีไซเนอร์ชาวฮ่องกง รวมถึงแบรนด์ท้องถิ่นที่ราคาไม่แพง



ภาพที่ 63 ศูนย์การค้า Langham Place

ที่มา : <http://www.langhamplace.com.hk/en/> (2561)



ภาพที่ 64 สถานที่ช้อปปิ้งย่านมงก๊ก

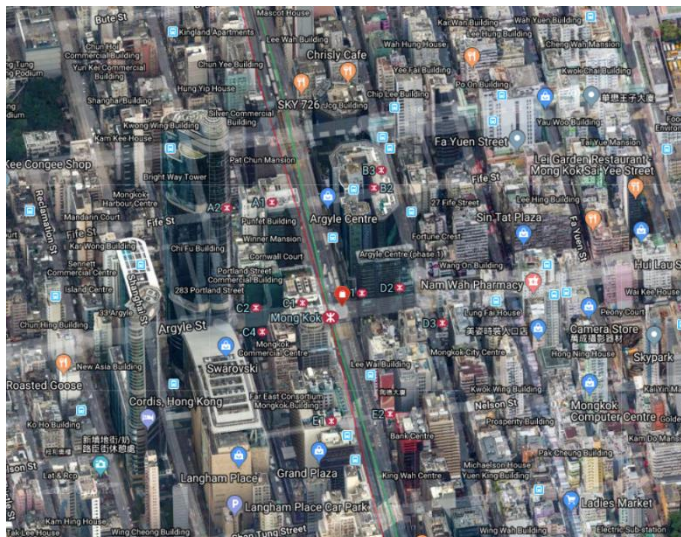
ที่มา : <http://www.hk-mongkok.com/> (2561)

ที่ตั้ง : Mong Kok, Kowloon, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : 11.00 - 23.00 (โดยประมาณ เนื่องจากแต่ละร้านมีเวลาเปิด-ปิดต่างกัน)

GPS : 22.320365, 114.169773

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) ลงสถานี Mong Kok ทางออก A1, A2, C1, C2, D1 และ D2 จากนั้นสามารถเดินไปเรื่อยๆตามเส้นทางถนนจะมีศูนย์การค้าและแหล่งช้อปปิ้งจำนวนมาก



ภาพที่ 65 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ช้อปปิ้งย่านมงก๊ก

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

ย่านเกาลูนตะวันออก (KOWLOON EAST)

วัดห้วงไท่จิ้น (Wong Tai Sin Temple)

วัดจิ้นโบราณที่ตั้งอยู่บนเกาลูนตะวันออก สร้างขึ้นตั้งแต่ปี 1915 เป็นวัดที่มีชื่อเสียงและคนนิยมไปกราบไหว้ขอพรเป็นจำนวนมาก ประมาณ 10,000 คนต่อวัน โดยวัดห้วงไท่จิ้นแห่งนี้เป็นวัดที่นำความเชื่อของทั้งศาสนาพุทธ ขงจื้อ และลัทธิเต๋า ซึ่งก็นำมาใช้กับสถาปัตยกรรมและการตกแต่งภายในเช่นกัน โดยสถาปัตยกรรมหรือตัวอาคารของวัดจะมีเอกลักษณ์แบบวัดจิ้นในสมัยก่อน เสาสีแดงขนาดใหญ่ หลังคาสีทอง ใต้หลังคาตกแต่งด้วยการเขียนลายไม้สีฟ้าแบบจีนกับตัวอักษรสีเหลืองทอง ลานด้านในวัดจะมีแท่นสีแดงสำหรับนั่งคุกเข่ากราบไหว้สักการะและขอพร ด้านบนมีการประดับโคมลอยสวยงามจำนวนมาก นอกจากนี้ยังถูกออกแบบตามหลักฮวงจุ้ย สังเกตได้จากโครงสร้างของวัดที่ประกอบด้วยธาตุทั้ง 5 คือ พลับพลา Bronze Pavillion เป็นธาตุโลหะ โถง Archives Hall เป็นธาตุไม้ น้ำพุ Yuk Yik Fountain เป็นธาตุน้ำ ศาลเจ้า Yue Heung Shrine เป็นธาตุไฟ และกำแพง Earth Wall เป็นธาตุดิน

โดยวัดห่องไท่ซินแห่งนี้เป็นวัดที่คนฮ่องกงเลื่อมใสมาเป็นระยะเวลาหลายปี โดยเชื่อว่าพรที่ขอจะสมหวังทุกเรื่อง ทั้งเรื่องสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บ ความเจริญรุ่งเรืองในอาชีพการงาน และครอบครัว นอกจากนี้ยังเชื่อว่าผลคำทำนายของการเสี่ยงเซียมซีตรงมาก ซึ่งเซียมซีของที่วัดแห่งนี้มีข้อความอธิบายผลเป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษเท่านั้น สามารถรับผลดวงคำทำนายได้ที่ด้านหน้าวัดหรือบริเวณที่ขายรูปเทียน นอกจากนี้บริเวณรอบวัดยังมีวิหารศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ให้สักการะอีกเช่นกัน เช่น วิหารขงจื้อ เทพเจ้ากวนอู เป็นต้น



ภาพที่ 66 วัดห่องไท่ซิน (Wong Tai Sin Temple)

ที่มา : <https://ilovehongkong.org/> (2561)

วิธีสักการะเทพเจ้าต่างๆในวัดห่องไท่ซิน (Wong Tai Sin Temple)

- จุดแรก เริ่มจากซุ้มประตูวัดด้านหน้าสุด ซึ่งจะมีสิงโตคู่ตั้งอยู่ทั้ง 2 ฟัน โดยสิงโตตัวผู้จะเหยียบลูกโลก ส่วนตัวเมียเหยียบลูกสิงห์ ทั้งนี้ตามความเชื่อของจีนเชื่อว่าสิงโตจะช่วยปัดเป่าสิ่งไม่ดีออกไป ดังนั้นการลูบคลำเท้าของสิงโตทั้งคู่จะช่วยให้ครอบครัวอยู่เย็นเป็นสุข
- จุดที่สอง เมื่อผ่านซุ้มประตูและขึ้นบันได จะพบกับรูปปั้นเทพประจำนัก্ষัตรทั้ง 12 ปีนัก্ষัตร ในจุดนี้ให้จุดธูป 9 ดอก จากนั้นไหว้องค์เทพเจ้าหวังต้าเซียนก่อนเป็นอันดับแรก แล้วค่อยไหว้เทพเจ้าประจำปีนัก্ষัตร
- จุดที่สาม เป็นศาลเจ้าแม่กวนอิม สำหรับการไหว้เจ้าแม่กวนอิมให้ใช้ธูป 3 ดอก จากนั้นปักธูปใส่ลงในกระถางซึ่งอยู่บริเวณด้านหน้า

- จุดที่สี่เป็นจุดสุดท้าย ในจุดนี้จะเห็นรูปปั้นบ่าวสาวถูกผูกกันด้วยเชือกแดง ตรงกลาง คือ ผู้เฒ่าจันทรา ซึ่งถือเป็นเทพเจ้าแห่งความรัก โดยเชื่อกันว่าสมุดที่ผู้เฒ่าถือในมือ คือบัญชีรายชื่อคู่รักที่จะได้รับคำอวยพรให้อยู่คู่กันอย่างร่มเย็นเป็นสุข ซึ่งจะปรากฏด้วยยามค่ำคืนภายใต้แสงจันทร์ เป็นเทพเจ้าผู้เป็นอมตะที่อาศัยอยู่บนดวงจันทร์ และลงมาโลกมนุษย์เพื่อผูกค้ายดวงชะตาระหว่างคู่รัก ในจุดนี้ให้พันค้ายแดงบนมือตามคำแนะนำจากป้ายที่อยู่บริเวณด้านหน้าแล้วให้ผู้เฒ่าจันทรา จากนั้น ถ้าเป็นผู้หญิงให้ไปขอพรกับเจ้าสาวแล้วไปลูบเท้าเจ้าบ่าว 3 ครั้ง ส่วนผู้ชายให้ไปขอพรกับเจ้าบ่าวแล้วไปลูบที่เท้าของเจ้าสาว 3 ครั้งเช่นกัน สุดท้ายให้นำค้ายแดงที่พันมือเมื่อครูไปผูกไว้กับเชือกจะถือว่าเสร็จพิธีในการสักการะที่วัดแห่งนี้

หมายเหตุ : ตำแหน่งแก่นบน คือ บริเวณหน้าศาลเทพเจ้าหวังต้าเซียน ตรงตำแหน่งเสี้ยงเซียมซี นอกจากนี้ห้ามถ่ายภาพบริเวณข้างในวัด โดยบริเวณนอกสามารถถ่ายภาพได้ปกติ

ด้านหลังของวัดเป็นสวนแห่งความ โชคดี(Good Wish Garden) ซึ่งจำลองเลียนแบบมาจากพระราชวังฤดูร้อนในปักกิ่ง เป็นสวนสไตล์จีนแบบดั้งเดิม มีบ่อน้ำและศาลาทอดยาวเป็นทางขนานไปกับสวน



ภาพที่ 67 Good Wish Garden

ที่มา : <https://upload.wikimedia.org/> (2561)

ที่ตั้ง : 2 Chuk Yuen Village, Wong Tai Sin, Kowloon, Hong Kong

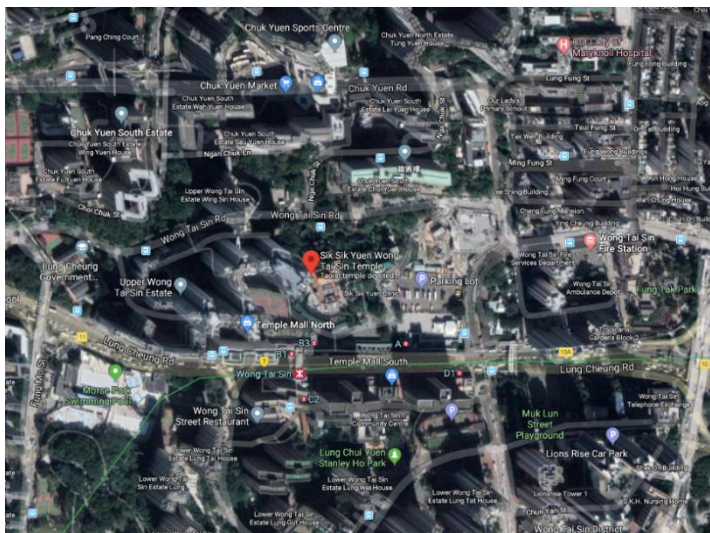
วันและเวลาเปิดทำการ : ทุกวัน เวลา 7.00 - 17.00 น. ส่วนสวน Good Wish Garden เปิดให้บริการเวลา 9.00 - 17.00 น.

เบอร์โทรศัพท์ : +852 2327 8141

เว็บไซต์ : www.siksikyuen.org.hk

GPS : 22.342962, 114.192981

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) สาย Kwun Tong ลงสถานี Wong Tai Sin ทางออก B2 จากนั้นเดินอีกประมาณ 3 นาที



ภาพที่ 68 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Wong Tai Sin Temple

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

4.1.3 เกาะลันเตา (LANTAU ISLAND)

ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ (Hong Kong Disneyland)

เป็นสวนสนุกหรือดินแดนในฝันของหลายๆคน ตั้งอยู่ทางเหนือของเกาะลันเตา (Lantau Island) บนชายหาดอ่าวเพนนีส์ (Penny's Bay) ก่อตั้งโดยบริษัทวอลท์ ดิสนีย์ คอมพานี (Walt Disney Company) โดยความคิดของคุณวอลท์ ดิสนีย์ ที่ต้องการสร้าง “สวนสนุกของครอบครัวที่ซึ่งพ่อแม่และเด็กๆ สามารถทำกิจกรรมสนุกๆร่วมกันได้” เป็นสวนสนุกดิสนีย์แลนด์แห่งที่ 2 ของทวีปเอเชียต่อจากประเทศญี่ปุ่น และเปิดอย่างเป็นทางการวันที่ 12 กันยายน 2005 ภายในดิสนีย์แลนด์หรืออาณาจักร

แห่งเวทย์มนตร์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากเทพนิยายในฝันแห่งนี้ได้รวบรวมความสนุกสนาน ความตื่นเต้น และความรื่นเริงต่างๆเอาไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินกับตัวละครดิสนีย์ การแสดง เครื่องเล่น และกิจกรรมความบันเทิงต่างๆ นอกจากนี้ยังมีร้านขนม ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก อีกจำนวนมาก

เสน่ห์และความพิเศษของดิสนีย์แลนด์แห่งนี้ คือ จะถูกแบ่งออกเป็น 7 โซนหลัก ซึ่งในแต่ละโซนจะถูกจัดเป็นธีมต่างๆ และเครื่องเล่นบางชนิดเป็นเครื่องเล่นที่มีพิเศษเฉพาะฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ ที่เดียวเท่านั้น นอกจากนี้ในวันพิเศษต่างๆดิสนีย์แลนด์แห่งนี้จะมีการจัดกิจกรรมพิเศษหรือจัดบรรยากาศให้เข้ากับเทศกาล เพื่อให้ทุกคนได้ร่วมเฉลิมฉลองและสนุกสนานด้วยกันในวันพิเศษ

แนะนำสำหรับนักท่องเที่ยวของฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ คือ ควรรอคิวโหลดแอปพลิเคชัน “Hong Kong Disneyland” ในโทรศัพท์มือถือ เพื่อความสะดวกในการท่องเที่ยวในฮ่องกงดิสนีย์แลนด์แห่งนี้ เนื่องจากภายในแอปพลิเคชันจะมีข้อมูลเกี่ยวกับสวนสนุก กิจกรรม และเครื่องเล่นต่างๆ รวมถึงตรวจสอบเวลารอของเครื่องเล่นทำการจองต่างๆ หาตำแหน่งสถานที่และเวลาที่ปรากฏตัวของตัวละครตัวดิสนีย์ และสามารถหาตำแหน่งของตัวเอง รวมถึงตำแหน่งของสถานที่ต่างๆที่อยู่บริเวณใกล้กับตำแหน่งที่เราอยู่

7 โซนหลัก ได้แก่ Main Street U.S.A., Adventureland, Grizzly Gulch, Mystic Point, Toy Story Land, Fantasyland และ Tomorrowland

1. เมน สตรีท ยูเอสเอ (Main Street U.S.A.) เมื่อเดินเข้าไปในสวนสนุกจะเจอโซนนี้เป็นโซนแรกและเชื่อมไปยังโซนอื่นๆ โดยจะตกแต่งด้วยธีมบรรยากาศของอเมริกัน ภายในจะไม่มีเครื่องเล่น แต่จะเต็มไปด้วยร้านขายของที่ระลึกสำหรับดิสนีย์แลนด์ และร้านอาหาร ไฮไลต์ในโซนนี้ คือ เป็นสถานที่ที่รวมในการจัดกิจกรรมต่าง รวมถึงเป็นสถานที่ในการชมขบวนพาเหรด นอกจากนี้ยังสามารถพบกับความน่ารักและร่วมถ่ายภาพกับตัวละครดิสนีย์จำนวนมาก และยังมีรถขนส่งต่างๆสำหรับชมทิวทัศน์โดยรอบของดิสนีย์แลนด์ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

ตัวละครที่จะได้พบในโซนนี้ ได้แก่ กูฟฟี(Goofy) ชิปแอนด์เดล(Chip 'n Dale) ดัฟฟี(Duffy the Disney Bear) เชลลี่เมย์(Shelliemay) เจลาโทนี่(Gelatoni) สเตลล่าลู(StellaLou) มิกกี้เมาส์(Mickey Mouse) มินนี่เมาส์(Minnie Mouse) พลูโต(Pluto) โดนัลด์ดั๊ก(Donald Duck) เดซี่ดั๊ก(Daisy Duck) เบย์แม็กซ์(Baymax) ซินเดอเรลล่า(Cinderella) เจ้าหญิงเบลล์(Belle) สโนว์ไวท์(Snow White) เจ้าหญิงออโรรา(Aurora) อันนา(Anna) เอลซ่า(Elsa) เจ้าหญิงน้อยโซเฟีย(Sofia)



ภาพที่ 69 Main Street U.S.A.

ที่มา : [\(https://www.flickr.com/photos/\(2561\)\)](https://www.flickr.com/photos/(2561))

กิจกรรมและเครื่องเล่นที่น่าสนใจในโซนนี้

- **Royal Princess Garden** ภายในนี้จะเป็น โซนที่เกี่ยวกับเจ้าหญิง จะได้พบกับตัวละครเจ้าหญิงดิสนีย์ ทั้งสโนว์ไวท์ ออโรรา โซเฟีย ซินเดอเรลล่า อันนา เบลล์ และเอลซ่า นอกจากนี้ยังมีร้านขายของกระจุกกระจิกเกี่ยวกับเจ้าหญิง และบิบบิดี บ็อบบิดี บูติก (Bibbidi Bobbidi Boutique) เป็นพื้นที่ที่ให้สนุกกับการแปลงโฉมตัวเองเป็นเจ้าหญิงในเทพนิยาย

- **Animation Academy** ภายในเป็นที่เรียนรู้เกี่ยวกับการวาดตัวการ์ตูนดิสนีย์ โดยจะมีผู้ฝึกสอนให้เคล็ดลับ คำแนะนำและเทคนิคพื้นฐานในการวาดรูป ซึ่งไม่จำกัดอายุ ผู้ที่สนใจสามารถเข้าเรียนได้ทุกเพศและทุกวัย

หมายเหตุ : สามารถตรวจสอบตารางเวลาเรียนที่ทางเข้าแอนิเมชัน อะคาเดมี่ และสำหรับการสอน จะไม่มีภาษาอังกฤษ เนื่องจากเปิดสอนเป็นภาษาทวิตเตอร์เท่านั้น

การชมขบวนพาเหรด

- ขบวนพาเหรดชุด **Flights of Fantasy Parade**

ที่ Main Street U.S.A เวลาแสดง 16.00 น. ความยาว 35 นาที

การแสดงขบวนพาเหรดในช่วงกลางวัน ขบวนพาเหรดเต็มไปด้วยตัวละครดิสนีย์จากเรื่องต่างๆ นักแสดงกายกรรมและนักแสดงผาดโผนกลางอากาศที่ออกมาร่วมเดินขบวน เป็นการเดินขบวนพาเหรดที่ทำให้ผู้ชมเต็มไปด้วยความสนุก ความสุข ความตื่นเต้นและรู้สึกมีส่วนร่วมกับการเดินขบวนด้วยการชวนผู้ชมให้เดินร่าด้วยกันกับเหล่าตัวละครตลอดเส้นทาง



ภาพที่ 70 ขบวนพาเหรดชุด Flights of Fantasy Parade

ที่มา : <http://lukeandthetempleoffun.blogspot.com/> (2561)

- ขบวนพาเหรดชุด **Disney Paint the Night**

ที่ Main Street U.S.A เวลาแสดง 19.30 น. ความยาว 30 นาที

เพิ่มสีสันยามค่ำคืนในฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ด้วยขบวนการแสดงและเดินร่าของนักแสดงตัวละครดิสนีย์และรถพาเหรดต่างๆที่ประดับตกแต่งด้วยไฟ LED ยามค่ำคืน ผสมผสานกลายเป็นการแสดงที่เต็มไปด้วยแสงสีและเสียงที่แต่งแต้มสีสันให้ดิสนีย์แลนด์แห่งนี้เต็มไปด้วยความสนุกและความงดงามสุดตระการตา



ภาพที่ 71 ขบวนพาเหรดชุด Disney Paint the Night

ที่มา : <http://www.dplusguide.com/> (2561)

2. แอดเวนเจอร์แลนด์ (Adventureland) จะตกแต่งด้วยธีมบรรยากาศที่เป็นป่า ลูๆ โดยกิจกรรมการแสดงและเครื่องเล่นในโซนนี้จะเกี่ยวกับการผจญภัย นอกจากนี้ สามารถพบและร่วมถ่ายภาพกับตัวละครต่างๆ ซึ่งตัวละครที่จะได้พบในโซนนี้ ได้แก่ ทีชาล่า(T'Challa) จาก Black Panther และ โมอาน่า(Moana)

กิจกรรมและเครื่องเล่นที่น่าสนใจในโซนนี้

- **Jungle River Cruise** ได้แรงบันดาลใจจากภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลของดิสนีย์เรื่อง True-Life Adventureds เป็นเครื่องเล่นที่ทำให้ได้สำรวจและสนุกกับการผจญภัยตลอดเส้นทางการเดินทางทางลำน้ำ ซึ่งตลอดเส้นทางจะได้พบกับความตื่นเต้น ความลึ้นระทึกต่างๆ ยาว 8 นาที ได้พบกับโขลงช้างและฮิปโปในสระน้ำ งูจางและแมงมุมยักษ์ กอริลล่าที่คอยทำลายค่ายพัก หรือเผชิญหน้ากับนักล่าค่าหัว และโตรกผาในตำนาน

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

หมายเหตุ : ตลอดทั้งการเดินทางผจญภัยนี้จะมีผู้บรรยายเรื่องต่างๆ ทั้งความรู้และความสนุกสนานจากเรื่องเล่าตลกๆ โดยคำบรรยายมีทั้งภาษาควางตุ้ง จีนกลาง และภาษาอังกฤษ โดยเลือกเข้าแถวตามภาษาของคำบรรยายที่ต้องการ

- **Liki Tikis** เป็นพื้นที่เล่นน้ำที่ได้รับแรงบันดาลใจจากอารยธรรมโพลินีเซีย เป็นสถานที่สำหรับผู้ที่ต้องการผ่อนคลายและพักผ่อน โดยลิกี้ ทิกี้ส์แห่งนี้จะมีเสาไม้หลายต้นตั้งกระจายกันอยู่ แต่ละต้นจะมีน้ำพุฉีดออกมา ให้ผู้คนที่สนุกสนาน เพลิดเพลินและผ่อนคลายไปกับสายน้ำที่ฉีดไปมา ท่ามกลางเสียงกลองพื้นเมืองที่ตีเป็นจังหวะ

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

- **Rafts to Tarzan's Treehouse** เป็นแพท่อนซุงสำหรับโดยสารผู้คนที่ไปยัง Tarzan's Treehouse หรือบ้านต้นไม้ของทาร์ซาน

เวลาเปิดทำการ : 10.30 - 18.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

- **Tarzan's Treehouse** ภายในที่แห่งนี้จะทำให้ผู้คนที่เพลิดเพลินกับการผจญภัยสำรวจบ้านจำลองของทาร์ซาน โดยจะอยู่เป็นเกาะตรงกลางแม่น้ำท่ามกลางป่าไม้ ภายในบ้านจะแบ่งเป็นห้องต่างๆ ได้แก่ ห้องเรียน ภายในจะมีสมุดวาดเขียน แสดงเรื่องราวชีวิตของทาร์ซาน รวมถึงวิธีการที่ทำให้เขารอดจากเซเบอร์หรือเสือคาบคัวร์าย ต่อมาเป็นห้องทดลอง ภายในจะมีชุดเครื่องมือวิทยาศาสตร์ รวมถึงตะเกียงวิเศษซึ่งจะแสดงภาพชีวิตของทาร์ซานให้เราได้เห็น และสุดท้ายห้องครัว ภายในจะมีอุปกรณ์ครัวเรือนต่างๆที่ใช้ทำเป็นเครื่องดนตรี เพื่อสร้างเสียงและสร้างควมรื่นเริงสำหรับมื้ออาหาร นอกจากนี้ยังสามารถชมทิวทัศน์ในมุมสูงจากที่บ้านทาร์ซานแห่งนี้ได้อีกด้วย

เวลาเปิดทำการ : 10.30 - 18.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

การชมการแสดง

- **การแสดงชุด Festival of The Lion King**

ที่ Adventureland เวลาแสดง 12.00, 14.00, 16.30, 18.00 น. ความยาว 30 นาที

เฟสตีวัล ออฟ เดอะ ไลออน คิง เป็นการแสดงที่มีทั้งการเต้นรำและการแสดงกายกรรมผาดโผน รวมทั้งการเต้นคองไฟ เต้นซิมบ้า ทิโมน และพุ่มบ้าตามเสียงเพลงร่วมกับตัวละครสัตว์ต่างๆ



ภาพที่ 72 การแสดงชุด Festival of The Lion King

ที่มา : <http://story.tourders.com/> (2561)

3. Grizzly Gulch เป็นโซนที่ตกแต่งด้วยธีมบรรยากาศของเหมืองแร่ จำลองเหมืองแร่ร้างกลางหุบเขา และผืนป่า ภายในโซนนี้มีเครื่องเล่นเพียงชนิดเดียว คือ Runaway Mine Cars นอกจากนั้นจะเป็นสถานที่สำหรับพักผ่อน ผ่อนคลายและถ่ายรูป

กิจกรรมและเครื่องเล่นที่น่าสนใจในโซนนี้

- **Big Grizzly Mountain Runaway Mine Cars** เป็นเครื่องเล่นรถไฟเหาะ โดยมีเส้นทางเข้าและออกในถ้ำผ่านภูเขา ทั้งตัวลงเนินเขา และลอดผ่านเมืองเหมืองทองคำ เป็นการผจญภัยที่ทำให้ผู้เล่นได้สนุกสนานไปกับความตื่นเต้น และความหวาดเสียวของเครื่องเล่นรถเครื่องนี้

เวลาเปิดทำการ : 10.30 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 112 ซม. ช่วงอายุ ได้แก่ เด็กโต วัยรุ่น และผู้ใหญ่



ภาพที่ 73 Big Grizzly Mountain Runaway Mine Cars

ที่มา : <http://www.leparcorama.com/> / (2561)

4. Mystic Point เป็นโซนที่ไม่ได้มีเครื่องเล่นที่ตื่นเต้นและหวาดเสียว เน้นตกแต่งด้วยธีมบรรยากาศ ลึกลับน่าค้นหา มีสถานที่สำหรับถ่ายภาพกับวัตถุโบราณต่างๆ เช่น Mystic Point Freight Depot หรือ มิสติก พอยท์ เฟรจ์ท ดีโป ที่มีสีเขียวของโพเซคอน และภาพสลักมาลัยของกษัตริย์ป่ากาล ให้ถ่ายภาพ เป็นต้น

กิจกรรมและเครื่องเล่นที่น่าสนใจในโซนนี้

- **Garden of Wonders** สวนหย่อมสำหรับเล่นพักผ่อนที่มีประติมากรรมที่ภายในมีลักษณะรูปทรงโบราณจำนวนมาก ซึ่งจะมีแผ่นป้ายหรือแท่นที่มีช่องหรือรูสำหรับส่อง หากส่องผ่านเข้าไปในรูนั้น จะมองเห็นประติมากรรมที่อยู่ด้านหลังหรือภาพโมเสคจำลองต่างๆด้านหน้าเป็นภาพลวงตา 3 มิติ ทั้งนี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินและสนุกกับการถ่ายภาพ 3 มิติเล่น

เวลาเปิดทำการ : 10.30 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

- **Mystic Manor** นั่งรถพลังงานแม่เหล็กไฟฟ้าสำรวจพิพิธภัณฑลึกลับ ภายในเต็มไปด้วยสิ่งประหลาด แปลกประหลาดหรือวัตถุโบราณที่มีชีวิตเคลื่อนไหวได้ โดยผู้เล่นจะได้ผจญภัยผ่านห้องต่างๆในพิพิธภัณฑลึกลับและนำหลอกหลอนแห่งนี้ ท่ามกลางเสียงของดนตรีที่หลอน และบรรยากาศที่ลึกลับ

เวลาเปิดทำการ : 10.30 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง



ภาพที่ 74 Mystic Manor

ที่มา : <http://i843.photobucket.com/> (2561)

5. ทอย สตอรี แลนด์ (Toy Story Land) ตกแต่งธีมบรรยากาศท้องทุ่งตามแอนิเมชันเรื่องทอย สตอรี โดยภายในโซนนี้จะมีเครื่องเล่นและตัวละครจากเรื่องทอย สตอรี ให้ได้พูดคุยและถ่ายภาพ ซึ่งตัวละครที่จะได้พบในโซนนี้ ได้แก่ ู้ดดี(Woody) เจสซี่(Jessie) และหุ่นบ๊ช ไลท์เยียร์(Buzz Lightyear)



ภาพที่ 75 โซน Toy Story Land

ที่มา : <http://luxurylaunches.com/> (2561)

กิจกรรมและเครื่องเล่นที่น่าสนใจในโซนนี้

- **Barrel of Fun** เป็นจุดสำหรับถ่ายภาพและพูดคุยเล่นสนุกกับ ู้ดดีและเจสซี่ เพื่อเก็บไว้เป็นความทรงจำที่ดีสำหรับโซนทอย สตอรี แลนด์แห่งนี้

เวลาเปิดทำการ : 10.30 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

- **RC Racer** เป็นเครื่องเล่นที่เลียนแบบมาจากของเล่นของแอนดี้หรือเด็กชายจากทอย สตอรี่ ให้ผู้เล่นได้หวาดเสียวและตื่นเต้นด้วยความเร็วขณะเครื่องเล่นแล่นขึ้นและลง โดยเครื่องเล่นจะแล่นขึ้นและลงไปตามเส้นทางของท่อครึ่งวงกลมลาดชัน สูง 27 เมตร นอกจากนี้บริเวณหน้าทางเข้าเครื่องเล่นจะมีรถอาร์ซีจำลองที่สามารถนั่งเบาะของรถอาร์ซีและถ่ายภาพเก็บไว้เป็นที่ระลึกได้

เวลาเปิดทำการ : 10.30 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 120 ซม. ช่วงอายุ ได้แก่ เด็ก โต วัยรุ่น และผู้ใหญ่

- **Slinky Dog Spin** เป็นหมาน้อยที่มีลำตัวเป็นสปริงจากเรื่องทอย สตอรี่ โดยเครื่องเล่นชนิดนี้ไม่น่ากลัวและหวาดเสียวเกินไป เป็นเครื่องเล่นที่ให้ความสนุกและความตื่นเต้นปานกลาง โดยจะให้ขึ้นไปนั่งบนที่นั่ง และเครื่องเล่นนี้จะหมุนช้าๆขึ้นลงเข้าไปมาเป็นวงกลม ซึ่งมีลักษณะเหมือนสุนัขที่วิ่งไล่จับหางของตัวเอง

เวลาเปิดทำการ : 10.30 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง



ภาพที่ 76 Slinky Dog Spin

ที่มา : <https://www.abcactionnews.com/> (2561)

- **Toy Soldier Parachute Drop** เครื่องเล่นที่เลียนแบบมาจากของเล่นฐานทัพชุดทหารของแอนดี้หรือเด็กชายจากทอย สตอรี่ เป็นเครื่องเล่นที่ให้ความรู้สึกเหมือนกระโดดร่ม โดยให้ผู้เล่นนั่งบนกระเช้าที่นั่ง

ซึ่งออกแบบให้เหมือนกับร่มที่ทหารกระโดด โดยประดับโครงหลังคาด้วยสีเขียวลายพราง กระเช้าหนึ่งสามารถนั่งได้ 6 คน แบ่งเป็นฝั่งละ 3 คน และเครื่องเล่นจะดึงเราขึ้นไป และปล่อยลงมาจากที่สูง 25 เมตร ด้วยความเร็วปานกลาง จากเครื่องเล่นนี้จึงสามารถที่จะมองทิวทัศน์ได้ด้วย

เวลาเปิดทำการ : 10.30 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 81 ซม. ช่วงอายุ ได้แก่ เด็กเล็ก เด็กโตวัยรุ่น และผู้ใหญ่

6. แฟนตาซีแลนด์ (Fantasyland) เป็นโซนที่เน้นตกแต่งด้วยธีมบรรยากาศของเทพนิยาย เหมาะสำหรับเด็กหรือหญิงสาวที่ชื่นชอบเจ้าหญิงในเทพนิยายต่างๆ โดยเครื่องเล่นภายในโซนนี้จะเป็นแบบเบาๆ ไม่หวาดเสียวหรือน่าตื่นเต้นมากเกินไป นอกจากนี้ สามารถพบและร่วมถ่ายภาพกับตัวละครต่างๆ ซึ่งตัวละครที่จะได้พบในโซนนี้ ได้แก่ ทิงเกอร์เบลล์(Tinker Bell) และราพันเซล(Rapunzel)

กิจกรรมและเครื่องเล่นที่น่าสนใจในโซนนี้

- **The Many Adventures of Winnie the Pooh** เป็นเครื่องเล่นช้าๆ ที่ให้ผู้เล่นนั่งอยู่ใน โถงยักษ์ขนาด 6 คน และเคลื่อนหมุนไปตามราง เป็นการผจญภัยตามฉากแต่ต่างๆตามหนังสือนิทานคลาสสิก โดยต้องไปตามเส้นทางยาวประมาณ 4 นาที ท่ามกลางบทเพลงคลาสสิกของดิสนีย์ ให้ผู้เล่นได้เพลิดเพลินและสนุกสนานไปในแต่ละฉาก และจะมีการถ่ายภาพที่ผลของผู้เล่นขณะที่อยู่ใน โถงน้ำผึ้ง ซึ่งสามารถซื้อภาพดังกล่าวได้ในภายหลังการเล่นเครื่องเล่น

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

- **Dumbo the Flying Elephant** เป็นเครื่องเล่นที่ให้ผู้เล่นได้สนุกกับการนั่งบนที่นั่งช้างคัมโบ้ จากนั้นเครื่องเล่นจะเหินขึ้นจากพื้นดินและเริ่มบินวนปรับระดับไปรอบๆ ท่ามกลางน้ำพุที่อยู่ด้านล่างของเครื่องเล่น นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายภาพร่วมกับช้างคัมโบ้จำลองที่มีเรือกอน โคล่าคัมโบ้ตั้งอยู่ถัดจากเครื่องเล่น เพื่อเป็นความทรงจำระหว่างเครื่องเล่นนี้

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

- **ป่าเทพนิยาย (Fairy Tale Forest)** ภายในโซนนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินกับการเดินสำรวจป่าเทพนิยายแห่งนี้ ที่ภายในจะมีการฉากจำลอง รวมถึงตู้เพลงที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับเทพนิยายต่างๆ จากเทพนิยายของดิสนีย์ ทั้งเรื่องราฟันทันเซล เจ้าหญิงผมยาวกับโจรซ่าจอมแสบ(Tangled) สโนว์ไวท์กับคนแคระทั้งเจ็ด(Snow White and the Seven Dwarfs) โฉมงามกับเจ้าชายอสูร(Beauty and the Beast) ซินเดอเรลล่า(Cinderella) และเงือกน้อยผจญภัย(The Little Mermaid) และสามารถพบและถ่ายภาพร่วมกับตัวละครทิงเกอร์เบลล์ที่อยู่ภายในป่าเทพนิยายแห่งนี้อีกด้วย

เวลาเปิดทำการ : 16.00 - 19.30 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

- **Mickey's PhilharMagic** เป็นโรงละครขนาด 492 ที่นั่ง ที่ให้ผู้คนได้เพลิดเพลินกับภาพยนตร์คอนเสิร์ตคลาสสิก 3 มิติ ร่วมกับเทคนิคพิเศษต่างๆกับการเล่าเรื่องบนจอไร้รอยต่อ กว้าง 150 ฟุต โดยจะมีแว่นตาให้สวมใส่ จะทำให้เห็นภาพ 3 มิติ ที่เสมือนตัวจริง ความยาวนาน 10 นาที เป็นภาพยนตร์เพลงดิสนีย์คลาสสิก แอนิเมชัน บทเพลง และงานแสดงพิเศษ ที่จะมีฉากภาพ 3 มิติผลัดเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ได้แก่ ฉากห้องอาหารของเจ้าชายอสูร ฉากถ้ำใต้สมุทรของแอเรียล ฉากแอฟริกาของซิมบา ฉากลอนดอนยามราตรีของปีเตอร์แพน และฉากอกรายาของอะลาดิน

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

- **Cinderella Carousel** เป็นม้าหมุนที่มีการออกแบบสไตล์คลาสสิก ให้เพลิดเพลินกับการนั่งม้าหมุนที่มีแกะสลักแทนไม้เป็นรูปม้าหรือวงล้อแกะสลักตกแต่งด้วยสีอันสวยงาม ขับเคลื่อนหมุนวนไปเรื่อยๆ ท่ามกลางบทเพลงและบรรยากาศที่โรแมนติก เสมือนท่องเที่ยวอยู่ในเทพนิยาย

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง



ภาพที่ 77 Cinderella Carousel

ที่มา : <https://www.athappenings.com/> (2561)

- **It's a small world** เป็นการล่องเรือผจญภัยผ่านห้องต่างๆ ที่แต่ละห้องจะมีธีมที่แตกต่างกันไป โดยเป็นการเดินทางยาวประมาณ 9 นาที ท่ามกลางบทเพลงคลาสสิก เพลิดเพลินกับการชมฉากที่ตกแต่งอย่างสวยงาม รวมถึงสิ่งของหรือหุ่นประดิษฐ์ต่างๆ ที่มีไฮไลต์เป็นหุ่นประดิษฐ์ที่สวมชุดพื้นเมืองประจำแต่ละชาติจากทั่วโลก พบกับวัฒนธรรมหลากหลายจากดินแดนต่างๆ เช่น ขั้วโลกเหนือ ยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา อเมริกา เอเชีย หมู่เกาะแปซิฟิก เป็นต้น

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง



ภาพที่ 78 It's a small world

ที่มา : <https://secure.parksandresorts.wdprimedia.com/> (2561)

- สถานีแฟนตาซีแลนด์ (Hong Kong Disneyland Railroad) เป็นรถจักรไพล์ไฟฟ้าสำหรับโดยสารนักท่องเที่ยวจากสถานีแฟนตาซีแลนด์หรือจากโซนแฟนตาซีนี้ไปส่งยังสถานีเมนสตรีท ยูเอสเอ ใช้เวลาประมาณ 20 นาที โดยระหว่างทางสามารถที่จะถ่ายภาพและชมความสวยงามของสวนสนุกและทิวทัศน์เพื่อเก็บไว้เป็นความทรงจำสำหรับการท่องเที่ยวในที่แห่งนี้

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 18.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง

- Mad Hatter Tea Cups เครื่องเล่นชนิดนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากฉาก Mad Tea Party ในภาพยนตร์เรื่องอลิซในแดนมหัศจรรย์(Alice in Wonderland) เป็นเครื่องเล่นที่ให้ผู้เล่นนั่งในถ้วยชายักษ์หลากสีขนาดใหญ่ จากนั้นถ้วยชาจะหมุนอัตโนมัติไปมาบนถาดแทนวงใต้โครงหลังคาที่ประดับด้วยโคมไฟกระดาษ 50 ดวง ท่ามกลางบทเพลงเฉลิมฉลองจากอลิซในแดนมหัศจรรย์ ความสนุกอีกหนึ่งสิ่งของเครื่องเล่นชนิดนี้ คือ ผู้เล่นสามารถหมุนพวงมาลัย เพื่อช่วยควบคุมทิศทางและความเร็วในการหมุนได้ นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายภาพในถ้วยชาจำลองที่ตั้งอยู่หน้าเครื่องเล่น เพื่อเก็บไว้เป็นความทรงจำสำหรับการท่องเที่ยวในแฟนตาซีแลนด์แห่งนี้ได้อีกด้วย

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดที่นั่งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง



ภาพที่ 79 Mad Hatter Tea Cups

ที่มา : <http://wide-wallpapers.net/> (2561)

7. ทูมอร์โรว์แลนด์ (Tomorrowland) เป็นโซนที่เน้นตกแต่งด้วยธีมโลกอนาคต หรือดินแดนอวกาศ ภายในโซนนี้จะเน้นเครื่องเล่นหวาดเสียวเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ สามารถพบและร่วมถ่ายภาพกับ ตัวละครต่างๆ ซึ่งตัวละครที่จะได้พบในโซนนี้ ได้แก่ ชิวแบคคา(Chewbacca) หุ่นบีบีเอท(BB-8) หุ่นอาร์ทูดีทู(R2-D2) ในโซน Star Wars และไอรอนแมน(Iron Man) ในโซน Iron Man Experience



ภาพที่ 80 โซน Tomorrowland

ที่มา : <http://www.disneyphotoblography.com/> (2561)

กิจกรรมและเครื่องเล่นที่น่าสนใจในโซนนี้

- **Hyperspace Mountain** เป็นเครื่องเล่นในธีมภาพยนตร์ Star Wars ที่จะทำใหู้รู้สึกเหมือนเข้าไปอยู่ในอวกาศ ผจญภัยไปกับการนั่งยานอวกาศ และเผชิญหน้ากับสงครามอวกาศ ตื่นเต้นและหวาดเสียวไปกับการต่อสู้และการโจมตีจากยานอื่นๆ

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 102 ซม. ช่วงอายุ ได้แก่ เด็กโต วัยรุ่น และผู้ใหญ่

- **Iron Man Experience** เป็นเครื่องเล่นในธีมมาร์เวล(Marvel) โดยภายในจะเป็นห้องนิทรรศการแสดงเกี่ยวกับ Iron Man ทั้งชุดของ Iron Man ผลงานหรือเทคโนโลยีต่างๆของสตาร์ค รวมถึงภาพจำลอง Iron Man แบบ 3 มิติ ที่จะเปลี่ยนให้คุณใส่ชุดเกราะโลหะกลายเป็น Iron Man นอกจากนี้ยังสามารถเพลิดเพลินและตื่นตาตื่นใจไปกับการบินขึ้นสู่ท้องฟ้าด้วยแว่นตา StarkVision ได้สัมผัสความรู้สึกของการทดลองเป็น Iron Man

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 102 ซม. ช่วงอายุ ได้แก่ เด็กโต วัยรุ่น และผู้ใหญ่

- **Orbitron** เป็นเครื่องเล่นที่ออกแบบเป็นลักษณะเลียนแบบยานอวกาศท่ามกลาง Galaxy ต่างๆ เป็นเครื่องเล่นที่มีความเร็วระดับปานกลาง สนุกไปกับการผจญภัยสู่อวกาศ ให้ผู้เล่นนั่งบนยานอวกาศ จากนั้นเครื่องเล่นจะนำจานบินยกตัวสูงขึ้นและเร่งตัวหมุนเข้าไปรอบกลุ่มดาวเคราะห์ต่างๆ ให้ความรู้สึกเสมือนขับเคลื่อนยานท่ามกลางดาวเคราะห์ต่างๆ

เวลาเปิดทำการ : 10.00 - 21.00 น.

ข้อกำหนดสำหรับเครื่องเล่นชนิดนี้ : ไม่มีกำหนดทั้งน้ำหนัก ช่วงอายุและส่วนสูง



ภาพที่ 81 Orbitron

ที่มา : <http://www.asiatravel.com/> (2561)

นอกจากนี้แต่ละโซนของสวนสนุกยังมีร้านค้าสำหรับขายของกระจุกกระจิก หรือของที่ระลึกต่างๆเกี่ยวกับดิสนีย์แลนด์ เช่น เครื่องแต่งตัวและเครื่องประดับ พวงกุญแจ เข็มกลัด ของเล่น ตุ๊กตา อุปกรณ์เครื่องเขียน อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารต่างๆจำนวนมาก ทั้งอาหารมังสวิรัต จีน ตะวันตก นานาชาติ รวมถึงขนมเบเกอรี่(Bakery) หรือของว่างต่างๆ ซึ่งแต่ละร้านก็จะมีตกแต่งหรือการออกแบบตามเอกลักษณ์ของแต่ละโซนที่ร้านตั้งอยู่ เช่น ร้าน Expo Shop จากโซน Tomorrowland ที่ร้านค้ามีรูปทรงอาคารที่แปลกประหลาด มีการตกแต่งด้วยแสงไฟที่เสมือนกับโลกอนาคต หรือร้านอาหารปลาซ่า อินน์(Plaza Inn) จากโซน Main Street U.S.A. เป็นร้านอาหารกลางแจ้งที่มีการออกแบบอาคารและตกแต่งร้านค้าด้วยสไตล์ยุควิคตอเรีย เป็นต้น

ที่ตั้ง : Lantau Island, Hong Kong

วันและเวลาเปิดทำการ : วันจันทร์ - พุธ สบตี เวลา 10.00 – 21.15 น. และวันศุกร์ - อาทิตย์ เวลา 10.30 - 20.00 น.

ค่าบริการ	1-Day ticket	2-Day ticket
ผู้ใหญ่ (12 - 64 ปี)	HK\$619	HK\$689
เด็ก (3 - 11 ปี)	HK\$458	HK\$508
ผู้สูงอายุ (ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป)	HK\$100	HK\$170

หมายเหตุ : ค่าบริการอาจเปลี่ยนแปลง ควรตรวจสอบจากเว็บไซต์ Hong Kong Disneyland อีกครั้ง

เบอร์โทรศัพท์ : +852 3550 3388

เว็บไซต์ : <https://www.hongkongdisneyland.com>

GPS : 22.313324, 114.043064

การเดินทาง : นั่ง Mass Transit Railway (MTR) ขึ้นสาย Disneyland Resort ที่สถานี Sunny Bay เพื่อมาลงที่ Disneyland Resort โดยจะมีรถไฟที่วิ่งจากสถานี Sunny Bay ไปและกลับจากฮ่องกงดิสนีย์แลนด์รีสอร์ทเป็นประจำทุกวัน ตั้งแต่เช้าตรู่จนถึงกลางดึก

สถานที่ซื้อตั๋วเข้าสวนสนุกฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ : สถานี MTR สาย Tung Chung

แผนเตอร์ออกบัตรด่วนฮ่องกงดิสนีย์แลนด์

- วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ตั้งแต่ 9.00 - 18.00 น.
- วันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการ ตั้งแต่ 9.00 - 17.00 น.



ภาพที่ 82 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Hong Kong Disneyland

ที่มา : <https://www.google.co.th> (2561)

4.2 แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง

จากการศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง ได้ผลการศึกษาจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ (E-Questionnaire) จากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง จำนวน 101 คน โดยการวิเคราะห์จะใช้รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนเป็นตัวกำหนดในการแบ่งข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ได้ผลการศึกษา ดังนี้

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ส่วน ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะ แรงจูงใจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และข้อมูลจุดเด่นในการท่องเที่ยวฮ่องกง

คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว

สามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

- เพศ พบว่าโดยภาพรวมของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 101 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 93.07 และเป็นเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.93 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ประกอบด้วย เพศหญิง ร้อยละ 89.36 และเพศชาย ร้อยละ 10.64 ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ประกอบด้วย เพศหญิง ร้อยละ 96.30 และเพศชาย 3.70 ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 1

- อายุ พบว่าโดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น Gen-Y ตอนต้น ซึ่งอยู่ในช่วงอายุประมาณ 18 - 24 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 89.11 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 79.63 และจำนวนส่วนน้อยที่เหลืออีกร้อยละ 20.37 เป็น Gen-Y ตอนปลาย ซึ่งอยู่ในช่วงอายุประมาณ 25 - 38 ปี ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 1

- อาชีพ พบว่าโดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น Gen-Y ที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 81.19 ซึ่งเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทเป็นส่วนมาก

จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 64.81 ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ อายุ และอาชีพ

ข้อมูล	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
เพศ						
ชาย	5	10.64	2	3.70	7	6.93
หญิง	42	89.36	52	96.30	94	93.07
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
อายุ						
Gen-Y ตอนต้น (18 - 24 ปี)	47	100.00	43	79.63	90	89.11
Gen-Y ตอนปลาย (25 - 38 ปี)	-	-	11	20.37	11	10.89
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
อาชีพ						
นักเรียน/นักศึกษา	47	100.00	35	64.81	82	81.19
แม่บ้าน	-	-	2	3.70	2	1.98
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-	-	2	3.70	2	1.98
พนักงานเอกชน	-	-	9	16.67	9	8.91
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	-	-	5	9.26	5	4.95
ฟรีแลนซ์	-	-	1	1.85	1	0.99
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า โดยภาพรวมคุณลักษณะนักท่องเที่ยวของประชากรกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง ที่มีอายุอยู่ในช่วง Gen-Y ตอนต้น หรือประมาณ 18 - 24 ปี และยังคงมีอาชีพเป็นนักเรียน หรือนักศึกษา โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นเป็นส่วนใหญ่

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมมีเหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียดเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 81 คน ประกอบด้วยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 48.15 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 51.85 รองลงมา คือ สร้างประสบการณ์ชีวิต สัมผัสบรรยากาศและเปิดมุมมองใหม่ๆ จำนวน 74 คน ประกอบด้วยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 50.00

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ชีวิต สัมผัสบรรยากาศและเปิดมุมมองใหม่ๆมากที่สุด ร้อยละ 50 รองลงมา คือ พักผ่อนและผ่อนคลายความเครียด ร้อยละ 48.15 ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป มีเหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด ร้อยละ 51.81 รองลงมา คือ สร้างประสบการณ์ชีวิต สัมผัสบรรยากาศและเปิดมุมมองใหม่ๆ ร้อยละ 50.00

จะเห็นได้ว่าเหตุผลอันดับแรกในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน และสัดส่วนค่าร้อยละของผู้ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่ต้องการช้อปปิ้ง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เนื่องจากรายได้ที่มากกว่า ดังนั้นการหาความสุขจากการช้อปปิ้งจึงเป็นเหตุผลหนึ่งในการตัดสินใจท่องเที่ยวของกลุ่มนี้ เพื่อตอบแทนความเหนื่อยล้าที่ตนต้องเผชิญมาตลอดทั้งปี ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
พักผ่อน/ผ่อนคลายความเครียด	39	48.15	42	51.85	81	100.00
สร้างประสบการณ์ชีวิต สัมผัส บรรยากาศและเปิดมุมมองใหม่ๆ	37	50.00	37	50.00	74	100.00
ต้องการสัมผัสและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ความเป็นท้องถิ่น รูปแบบการดำเนินชีวิต ต่างๆที่หลากหลายของที่นั้นๆ	19	44.19	24	55.81	43	100.00
ค้นหาแรงบันดาลใจ/สร้างความทรงจำที่ ดี	17	53.13	15	46.88	32	100.00
จาก Social Media หรือสื่อประเภทต่างๆ เช่น Instagram Facebook Twitter เป็นต้น	9	56.25	7	43.75	16	100.00
อิทธิพลจากคนใกล้ชิด เช่น การบอกเล่า ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว จากเพื่อน เป็นต้น	5	41.67	7	58.33	12	100.00
ต้องการช้อปปิ้ง	16	38.10	26	61.90	42	100.00
ติดต่อธุรกิจ	-	-	-	-	-	-
ตามไอดอล (idol)	1	100.00	-	-	1	100.00
เปลี่ยนที่คุยกับเพื่อน	1	100.00	-	-	1	100.00
เปลี่ยนเครื่องจากอเมริกา	1	100.00	-	-	1	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมมีเหตุผลหลักที่เลือกฮ่องกงเป็นเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากฮ่องกงมีการคมนาคมง่าย สะดวกและรวดเร็วมากที่สุด จำนวน 47 คน ประกอบด้วยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 53.00 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 48.81 รองลงมา คือ แหล่งช้อปปิ้งมีจำนวนมาก จำนวน 42 คน ประกอบด้วยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 33.00 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 66.67 จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าสัดส่วนค่าร้อยละของข้อมูลในการเลือกฮ่องกงเพราะมีแหล่งช้อปปิ้งจำนวนมากของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกันอย่างชัดเจน เนื่องจากรายได้ที่ต่างกันของทั้ง 2 กลุ่ม โอกาสที่ผู้มีรายได้มากกว่าจะใช้เงินในการซื้อของจึงมีจำนวนมาก เพราะไม่ต้องกังวลถึงเรื่องจำนวนเงินที่ตนมี ดังนั้นแหล่งช้อปปิ้งจึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นสำหรับผู้ที่มีรายได้สูงมากกว่า

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีเหตุผลหลักที่เลือกฮ่องกง เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและสวยงาม การคมนาคมง่าย สะดวกและรวดเร็วมากที่สุด ร้อยละ 53.00 รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายถูกและคุ้มค่าในการเดินทาง ร้อยละ 44.00 ส่วนผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกฮ่องกงเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว เนื่องจากมีแหล่งช้อปปิ้งจำนวนมาก ร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายที่ถูก คุ้มค่าในการเดินทาง และการคมนาคมที่ง่าย สะดวกและรวดเร็ว ร้อยละ 56.41 และ 46.81 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าเหตุผลอันดับแรกในการเลือกฮ่องกงเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน แต่ทั้ง 2 กลุ่มต่างให้ความสำคัญในด้านค่าใช้จ่ายที่ถูกและความคุ้มค่ากับด้านการคมนาคมเช่นเดียวกัน ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เหตุผลหลักที่เลือกฮ่องกงในการเดินทางท่องเที่ยว

เหตุผลหลักที่เลือกฮ่องกงในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ค่าใช้จ่ายถูก/คุ้มค่าในการเดินทาง	17	43.59	22	56.41	39	100.00
อาหารอร่อย	7	30.43	16	69.57	23	100.00

ตารางที่ 3 เหตุผลหลักที่เลือกฮ่องกงในการเดินทางท่องเที่ยว (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและสวยงาม	20	52.63	18	47.37	38	100.00
แหล่งช้อปปิ้งมีจำนวนมาก	14	33.33	28	66.67	42	100.00
สินค้าในแหล่งช้อปปิ้งราคาถูก	12	48.00	13	52.00	25	100.00
มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	5	38.46	8	61.54	13	100.00
การคมนาคมง่าย สะดวกและรวดเร็ว	25	53.19	22	46.81	47	100.00
มีวัฒนธรรมที่หลากหลายและผู้คนเป็นมิตร	12	54.55	10	45.45	22	100.00
มีมุมมองให้ถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ที่หลากหลาย	14	51.85	13	48.15	27	100.00
ช่วงเทศกาล เช่น คริสต์มาส ปีใหม่ ตรุษจีน เป็นต้น	3	33.33	6	66.67	9	100.00
มีโปรแกรมการท่องเที่ยว 2 เมืองที่คุ้ม เช่น ฮ่องกง-เซินเจิ้น ฮ่องกง-มาเก๊า เป็นต้น	10	41.67	14	58.33	24	100.00
เดินทางไปกับครอบครัว	1	100.00	-	-	1	100.00
Night Life ของฮ่องกงดีมาก	-	-	1	100.00	1	100.00
อยากไปดูฮ่องกงว่ามีการดำเนินชีวิตอย่างไร เนื่องจากขนาดพื้นที่มีขนาดเล็ก และประชากรจำนวนมาก และต้องการดูความทันสมัยของฮ่องกง	-	-	1	100.00	1	100.00
มีเพื่อนฮ่องกง	1	100.00	-	-	1	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมค้นหาข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 99 คน โดยใช้ช่องทางจาก Facebook มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง โดยแหล่งการค้นหาข้อมูลของกลุ่มผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับจากช่องทาง Facebook คิดเป็นร้อยละ 48.48 ส่วนกลุ่มผู้มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 51.52 อันดับสอง คือ Webpage โดยแหล่งการค้นหาข้อมูลของกลุ่มผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับจากช่องทาง Webpage คิดเป็นร้อยละ 43.33 ส่วนกลุ่มผู้มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 56.67 และอันดับสาม คือ Instagram โดยแหล่งการค้นหาข้อมูลของกลุ่มผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับจากช่องทาง Instagram คิดเป็นร้อยละ 61.29 ส่วนกลุ่มผู้มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.71

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าสัดส่วนค่าร้อยละของข้อมูลที่ใช้ช่องทางการค้นหาจาก Instagram ของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เข้าถึงช่องทางนี้ได้มากกว่า อาจเนื่องจากผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุน้อย และจากการค้นหาข้อมูลพบว่า กว่าครึ่งหนึ่งของบัญชีผู้ใช้งาน Instagram คือ ผู้ใช้ที่มีอายุน้อยหรือยังเป็นวัยรุ่นอยู่ เป็นโซเชียลมีเดียที่ตอบสนองต่อกลุ่มวัยรุ่นและมีบทบาทในการใช้ชีวิตของกลุ่มวัยรุ่นเป็นอย่างมาก เนื่องจากใช้งานง่าย สะดวก และไม่ยุ่งยาก ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แหล่งการค้นหาข้อมูลต่างๆในการเดินทางท่องเที่ยว

แหล่งการค้นหาข้อมูลต่างๆในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
อินเทอร์เน็ต	45	45.45	54	54.55	99	100.00
- Facebook	32	48.48	34	51.52	66	100.00
- Instagram	19	61.29	12	38.71	31	100.00
- Twitter	7	63.64	4	36.36	11	100.00

ตารางที่ 4 แหล่งการค้นหาข้อมูลต่างๆในการเดินทางท่องเที่ยว (ต่อ)

- Webpage	26	43.33	34	56.67	60	100.00
- Pantip	2	50.00	2	50.00	4	100.00
- Google	2	25.00	6	75.00	8	100.00
- Youtube	-	-	1	100.00	1	100.00
โทรทัศน์	4	80.00	1	20.00	5	100.00
นิตยสาร	5	62.50	3	37.50	8	100.00
โบรชัวร์	4	40.00	6	60.00	10	100.00
ป้ายประชาสัมพันธ์	3	60.00	2	40.00	5	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า โดยภาพรวมของประชากรกลุ่มตัวอย่าง Gen-Y ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียด และต้องการสร้างประสบการณ์ สัมผัสบรรยากาศและเปิดมุมมองใหม่ๆ ในสิ่งที่ไม่เคยเจอในชีวิตหรือจากสถานที่ที่ตนอยู่เป็นส่วนใหญ่ โดยแรงจูงใจที่ทำให้เลือกช่องทางเป็นเป้าหมายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากการคมนาคมที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และแหล่งช้อปปิ้งที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต โดยช่องทาง Facebook และพบว่าในปัจจุบัน ไม่มีการใช้วิทยุเป็นช่องทางสำหรับการรับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามจากการเปรียบเทียบตามกลุ่มรายได้พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มมีเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน โดยกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการเดินทางเพื่อสร้างประสบการณ์ชีวิต สัมผัสบรรยากาศและเปิดมุมมองใหม่ๆ ต่างจากกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ที่ตัดสินใจเดินทางเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียด และมีเหตุผลในการเดินทางเพื่อช้อปปิ้งมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อย

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมมีสมาชิกร่วมในการเดินทางจำนวน 2 - 4 คน เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 74.26 และเป็นลักษณะของการเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยตัวเองเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 79.21 โดยจะวางแผนก่อนการเดินทาง 1 เดือน และก่อนการเดินทาง 1 เดือนขึ้นไป ร้อยละ 38.61 และ 33.66 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ทั้ง 2 กลุ่มต่างมีพฤติกรรมในการเดินทาง ทั้งจำนวนสมาชิกการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และการวางแผนการเดินทางที่ไม่ต่างกัน ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวนสมาชิก ลักษณะ และการวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวฮ่องกง

ข้อมูล	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
จำนวนสมาชิกในการเดินทาง						
1 คน	2	4.26	-	-	2	1.98
2 - 4 คน	34	72.34	41	75.93	75	74.26
ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป	11	23.40	13	24.07	24	23.76
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
ลักษณะการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในฮ่องกง						
เดินทางด้วยตนเอง	39	82.98	41	75.93	80	79.21
เดินทางกับบริษัททัวร์	8	17.02	13	24.07	21	20.79
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ตารางที่ 5 จำนวนสมาชิก ลักษณะ และการวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวฮ่องกง (ต่อ)

การวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยว						
ท่องเที่ยวแบบไม่วางแผนล่วงหน้า	2	4.26	5	9.26	7	6.93
ไม่กัวันก่อนการเดินทาง	13	27.66	8	14.81	21	20.79
1 เดือนขึ้นไป	17	36.17	22	40.74	39	38.61
1 เดือนขึ้นไป	15	31.91	19	35.19	34	33.66
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมมีพฤติกรรมด้านการใช้จ่ายทั้งหมดสำหรับท่องเที่ยวในฮ่องกงประมาณ 10,001- 30,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 56.44 ประกอบด้วย ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 70.21 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 44.44

จะเห็นได้ว่าสัดส่วนค่าร้อยละของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เนื่องจากกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป จะมีเงินมากกว่า ดังนั้นจึงมีกำลังในการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่มากกว่า ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในฮ่องกง

ค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยประมาณ สำหรับการท่องเที่ยวในฮ่องกง	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	4.26	2	3.70	4	3.96
10,001 - 30,000 บาท	33	70.21	24	44.44	57	56.44

ตารางที่ 6 ค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในฮ่องกง (ต่อ)

30,001 - 50,000 บาท	7	14.89	18	33.33	25	24.75
ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป	5	10.64	10	18.52	15	14.85
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในฮ่องกงประมาณ 3 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 90.10 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ทั้งสองกลุ่มต่างใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในฮ่องกงประมาณ 3 - 5 วันเป็นส่วนใหญ่เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 89.36 และ 90.74 ตามลำดับ ซึ่งเลือกไปเที่ยวฮ่องกงในช่วงเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด ร้อยละ 44.45 โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 42.55 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 46.30 รองลงมา คือ ช่วงเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคม (ฤดูร้อน) ร้อยละ 24.75 โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 27.66 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 22.22

จะเห็นได้ว่าทั้งสองกลุ่มมีช่วงเวลาในการเดินทาง ระยะเวลาที่ท่องเที่ยวอยู่ในตัวฮ่องกง และช่วงเวลาในการท่องเที่ยวในฮ่องกงไม่ต่างกัน โดยส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) เนื่องจากเป็นช่วงสงกรานต์ปีใหม่เก่าและหยุดยาวของคนไทย เป็นช่วงที่ผู้คนต้องการพักผ่อนและท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่สั่งสมมาตลอดทั้งปี อีกทั้งในเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ ยังเป็นช่วง Winter Sales ของฮ่องกงอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมและเทศกาลเฉลิมฉลองต่างๆ เช่น งานฉลองเทศกาลตรุษจีนของฮ่องกง เทศกาลฮ่องกงวินเทอร์เฟส(Hong Kong Winter Fest) เทศกาลฉลองปีใหม่ในฮ่องกง(CTS Hong Kong New Year Countdown Celebrations) เป็นต้น ได้สัมผัสกับบรรยากาศในเทศกาลสำคัญ ชมแสง สี เสียง พลุ การแสดงต่างๆ หรือช้อปปิ้งสินค้าลดราคา ท่ามกลางความครึกครื้นของเมืองฮ่องกงและอากาศที่เย็นสบาย ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ระยะเวลา และช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวในฮ่องกง

ข้อมูล	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในฮ่องกง						
น้อยกว่า 2 วัน	1	2.13	2	3.70	3	2.97
3 - 5 วัน	42	89.36	49	90.74	91	90.10
5 วันขึ้นไป	4	8.51	3	5.56	7	6.93
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
ช่วงเวลาในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ ฮ่องกง						
เดือนมี.ค - พ.ค (ฤดูใบไม้ผลิ)	7	14.89	10	18.52	17	16.83
เดือนมิ.ย - ส.ค (ฤดูร้อน)	13	27.66	12	22.22	25	24.75
เดือนก.ย - พ.ย (ฤดูใบไม้ร่วง)	7	14.89	7	12.96	14	13.86
เดือนธ.ค - ก.พ (ฤดูหนาว)	20	42.55	25	46.30	45	44.55
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการจะไป
ในฮ่องกง โดยการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 62 คน รองลงมา คือ สถานที่
ที่การเดินทางสะดวกและตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่นๆ จำนวน 58 คน

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะตัดสินใจ
เลือกท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ สถานที่ที่มีการเดินทาง

สะดวกและใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ร้อยละ 41.38 ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ตัดสินใจเลือกสถานที่จากการเดินทางที่มีความสะดวกสบายและใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่นๆมากที่สุด ร้อยละ 58.62 รองลงมา คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของฮ่องกง ร้อยละ 50.00 จะเห็นได้ว่าเหตุผลอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกัน ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 เหตุผลการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของฮ่องกง	31	50.00	31	50.00	62	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ มีความเป็นท้องถิ่น ดั้งเดิม	16	40.00	24	60.00	40	100.00
เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่	10	35.71	18	64.29	28	100.00
การเดินทางสะดวกและใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	24	41.38	34	58.62	58	100.00
มีกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น การซื้อของ ผจญภัย เป็นต้น	18	42.86	24	57.14	42	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในฮ่องกง โดยการใช้บริการที่พักที่เดินทางสะดวกและมีการรักษาความปลอดภัยที่ดีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 45.00 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 55.00 อันดับสอง คือ ที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรือย่านช้อปปิ้ง โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 46.77 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 53.23 และอันดับสาม คือ ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบครันและมีอุปกรณ์เทคโนโลยีทันสมัย

โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 49.12 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 50.88 จะเห็นได้ว่าทั้ง 2 กลุ่ม มีสิ่งที่คำนึงเป็นหลักในการเลือกใช้บริการที่พักที่ไม่ต่างกัน ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 สิ่งที่คำนึงในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก

สิ่งที่คำนึงเป็นหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ราคาถูกเมื่อเทียบกับที่พักแห่งอื่น	26	47.27	29	52.73	55	100.00
สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในห้องพักครบครัน/อุปกรณ์เทคโนโลยีทันสมัย	28	49.12	29	50.88	57	100.00
บริการฟรีอินเทอร์เน็ต หรือไวไฟ (Wi-Fi)	23	50.00	23	50.00	46	100.00
ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรือย่านช้อปปิ้ง	29	46.77	33	53.23	62	100.00
เดินทางสะดวกและมีการรักษาความปลอดภัยที่ดี	36	45.00	44	55.00	80	100.00
สามารถเช็กอินผ่านโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต ได้ตลอด 24 ชั่วโมง	10	66.67	5	33.33	15	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมจะเลือกใช้ช่องทางการจองห้องพักผ่านตัวแทนมากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 82.18 โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 74.47 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 88.89

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะเลือกจองห้องพักผ่านตัวแทนมากที่สุด และจองผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรงรองลงมา

ร้อยละ 23.40 ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่จะเลือกจองห้องพักผ่านตัวแทนมากที่สุด และจองผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรงลงมาเช่นเดียวกัน ร้อยละ 7.41 แต่จะเห็นได้ว่าทั้ง 2 กลุ่ม มีสัดส่วนค่าร้อยละแตกต่างกันอย่างชัดเจน อาจเนื่องจากการจองผ่านเว็บไซต์โดยตรงสะดวกกว่า ส่วนหนึ่ง คือ ไม่ต้องชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งคนที่มีรายได้น้อยอาจยังไม่มีสิทธิ์ถือบัตรเครดิต เนื่องจากไม่ผ่านเงื่อนไขของการถือบัตรเครดิต แต่เนื่องจากบางเว็บไซต์ตัวแทนก็มีเงื่อนไขการจองแบบให้ชำระเงินตอนเข้าเช็คอินได้เช่นกัน ดังนั้นอีกส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะการจองห้องพักกับโรงแรมโดยตรงจะทำให้มั่นใจในการจองมากกว่าว่าจะได้ห้องพักแน่นอน และรับประกันได้ว่าปลอดภัยและไม่ถูกโกงจากตัวแทนต่างๆ ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ช่องทางในการจองที่พัก

หากใช้บริการที่พัก เลือกใช้ช่องทางใดในการจอง	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
เว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง	11	23.40	4	7.41	15	14.85
โทรจองผ่านโทรศัพท์	1	2.13	-	-	1	0.99
จองผ่านตัวแทนต่างๆ เช่น Agoda Booking เป็นต้น	35	74.47	48	88.89	83	82.18
เดินเข้าจองด้วยตนเอง (Walk-in)	-	-	1	1.85	1	0.99
บริษัททัวร์จัดการให้	-	-	1	1.85	1	0.99
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมวางแผนกิจกรรมก่อนการเดินทางสำหรับการท่องเที่ยวในฮ่องกงไว้ว่าต้องการช้อปปิ้งมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 86 คน โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 48.84 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 51.16

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่วางแผนกิจกรรมสำหรับการช้อปปิ้งเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ไหว้พระ ทำบุญ และรับประทานอาหาร อาหารท้องถิ่น ร้อยละ 45.31 และ 46.77 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป โดยส่วนใหญ่วางแผนสำหรับการไปไหว้พระ ทำบุญมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 54.69 อันดับสองคือ รับประทานอาหารท้องถิ่น ร้อยละ 53.23 และอันดับสาม คือ ช้อปปิ้ง จะเห็นได้ว่ากิจกรรมอันดับแรก ที่วางแผนไว้สำหรับเที่ยวในฮ่องกงของทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกัน ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่วางแผนไว้เมื่อเดินทางไปฮ่องกง

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่วางแผนไว้เมื่อเดินทางไปฮ่องกง	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ช้อปปิ้ง	42	48.84	44	51.16	86	100.00
ไหว้พระ/ทำบุญ	29	45.31	35	54.69	64	100.00
รับประทานอาหารท้องถิ่น	29	46.77	33	53.23	62	100.00
Disneyland	4	66.67	2	33.33	6	100.00
เดินคูทิลปะ	-	-	1	100.00	1	100.00
ตามสถานที่ที่ดังและมีชื่อเสียง	-	-	2	100.00	2	100.00
ตามไอดอล (idol)	1	100.00	-	-	1	100.00
ตามรอยหนังของฮ่องกง กาวี	1	100.00	-	-	1	100.00
Party/Night Life ของฮ่องกง	-	-	1	100.00	1	100.00

ตารางที่ 11 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่วางแผนไว้เมื่อเดินทางไปฮ่องกง (ต่อ)

นั่งเล่น และถ่ายรูปใน Cafe ที่สวย และมีเอกลักษณ์	1	100.00	-	-	1	100.00
ขึ้นกระเช้า Ngong Ping	-	-	1	100.00	1	100.00
ไปเยี่ยมชมสถานที่ที่ยังคงใช้ชีวิตแบบดั้งเดิม	-	-	1	100.00	1	100.00
เจอเพื่อน	1	100.00	-	-	1	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม Gen-Y โดยภาพรวมของสถานที่ท่องเที่ยวในฮ่องกง ส่วนใหญ่เลือกไปที่ถนนสายช้อปปิ้งต่างๆมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 45.56 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 54.46 อันดับสอง คือ วัดคิงในฮ่องกง โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 44.59 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 55.41 อันดับสาม คือ ดิสนีย์แลนด์ (Hong Kong Disneyland) โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 50.00 จะเห็นได้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวอันดับแรกในฮ่องกงที่เดินทางไปของทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกัน ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 สถานที่ท่องเที่ยวในฮ่องกงที่เดินทางไป

สถานที่ท่องเที่ยวในฮ่องกงที่เดินทางไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
The Peak	15	40.54	22	59.46	37	100.00
A Symphony of Lights	23	43.40	30	56.60	53	100.00

ตารางที่ 12 สถานที่ท่องเที่ยวในฮ่องกงที่เดินทางไป (ต่อ)

Avenue of Stars	19	57.58	14	42.42	33	100.00
Old Town Central	20	45.45	24	54.55	44	100.00
Ocean Park	12	48.00	13	52.00	25	100.00
Hong Kong Disneyland	35	50.00	35	50.00	70	100.00
ถนนสายช้อปปิ้งต่างๆ เช่น Lan Kwai Fong, Canton Road, Nathan Road, Temple Street Night Market, Ladies' Market เป็นต้น	41	45.56	49	54.44	90	100.00
วัดตั้งในฮ่องกง เช่น วัดหวังต้าเซียน (Wong Tai sin) เจ้ามั้วกวนอิมรีพัลส์เบย์ (Kwun Yam Shrine) พระใหญ่ วัดโปหลิน เป็นต้น	33	44.59	41	55.41	74	100.00
ตลาดปลา หมู่บ้านชาวประมง	-	-	1	100.00	1	100.00
Choi Hung	1	100.00	-	-	1	100.00
Dragon I	-	-	1	100.00	1	100.00
สถาปัตยกรรมต่างๆ	1	100.00	-	-	1	100.00
Ngong Ping	-	-	1	100.00	1	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบถาม Gen-Y โดยภาพรวมเลือกโรงแรมเป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยวอยู่ในฮ่องกงมากที่สุด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 95.05 ประกอบด้วย ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 93.62 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 96.30 ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 สถานที่พักผ่อนในการเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง

สถานที่พักผ่อนในการเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
โรงแรม	44	93.62	52	96.30	96	95.05
บ้านญาติหรือเพื่อน	-	-	1	1.85	1	0.99
โฮสเทล (Hostel)	1	2.13	1	1.85	2	1.98
Airbnb	1	2.13	-	-	1	0.99
เกสเฮ้าส์ (Guest House)	1	2.13	-	-	1	0.99
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบถาม Gen-Y โดยภาพรวมเลือกสถานที่พักผ่อนที่ตั้งอยู่ในฝั่งเกาลูน(Kowloon) ของฮ่องกงมากที่สุด ร้อยละ 50.50 ซึ่งย่านที่เลือกพักอยู่มากที่สุด คือ ย่านจิมซาโจ้ย(Tsim Sha Tsui) ร้อยละ 32.67 รองลงมา คือ เกาะฮ่องกง(Hong Kong Island) ร้อยละ 47.52 ซึ่งย่านที่พักอยู่มากที่สุด คือ ย่านเซ็นทรัล (Central) ร้อยละ 21.78

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ต่างเลือกสถานที่พักผ่อนที่ตั้งอยู่ในฝั่งเกาลูน และฝั่งเกาะฮ่องกง เช่นเดียวกัน แต่แตกต่างกันที่ในฝั่งเกาลูนกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป จะเลือกพัก

ในย่านจิมซาโจ้ยมากที่สุด ร้อยละ 31.48 รองลงมา คือ ย่านมงก๊ก และปรีนซ์ เอ็ดเวิร์ด ร้อยละ 16.67 ต่างจากกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ที่ส่วนใหญ่เลือกพักเพียงในย่านจิมซาโจ้ย ร้อยละ 34.04 และในฝั่งเกาะฮ่องกงกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป จะเลือกพักในย่านเซ็นทรัลและคอสเวย์ เบย์มากที่สุด ร้อยละ 16.67 ต่างจากกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ที่ส่วนใหญ่เลือกพักเพียงในย่านเซ็นทรัล ร้อยละ 27.66 ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ย่านที่เลือกสำหรับที่พักในการท่องเที่ยวในฮ่องกง

ย่านที่เลือกสำหรับที่พักในการท่องเที่ยว ในฮ่องกง	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
เกาะฮ่องกง (HONG KONG ISLAND)	22	46.81	26	48.15	48	47.52
- ย่านเจิงหวาน (SHEUNG WAN)	4	8.51	6	11.11	10	9.90
- ย่านเซ็นทรัล (CENTRAL)	13	27.66	9	16.67	22	21.78
- ย่านหวานใจ (WAN CHAI)	3	6.38	2	3.70	5	4.95
- ย่านคอสเวย์ เบย์ (CAUSEWAY BAY)	2	1.98	9	16.67	11	10.89
เกาลูน (KOWLOON)	24	51.06	27	50.00	51	50.50
- ย่านจิมซาโจ้ย (TSIM SHA TSUI)	16	34.04	17	31.48	33	32.67
- ย่านยามะไต และจอร์แดน (YAU MA TEI & JORDAN)	2	4.26	1	1.85	3	2.97
- ย่านมงก๊ก และปรีนซ์ เอ็ดเวิร์ด (MONG KOK & PRINCE EDWARD)	4	8.51	9	16.67	13	12.87
- ย่านซัมชุยโป (SHAM SHUI PO)	2	4.26	-	-	2	1.98
เกาะลันเตา (LANTAU ISLAND)	1	2.13	1	1.85	2	1.98
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบถาม Gen-Y โดยภาพรวมใช้เงินสำหรับค่าที่พักไม่เกินคืนละประมาณ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 90 และส่วนใหญ่จะนิยมจ่ายอยู่ในช่วงไม่เกินประมาณ 10,000 บาท

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะใช้เงินสำหรับค่าที่พักต่ำกว่า 5,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 53.19 ต่างจากกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ที่ส่วนใหญ่จะใช้เงินสำหรับค่าที่พักอยู่ในช่วงประมาณ 5,000 แต่ไม่เกิน 10,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 50.00 จะเห็นได้ว่าทั้ง 2 กลุ่มใช้จ่ายเงินสำหรับค่าที่พักแตกต่างกัน เนื่องจากผู้ที่มีรายได้น้อยจะมีเงินจำกัดกว่า ทำให้มีงบประมาณหรือกำลังในการใช้จ่ายสำหรับค่าที่พักน้อยกว่า ดังนั้น กลุ่มนี้จึงต้องประหยัดเงินในส่วนที่พักมากกว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่ใช้สำหรับค่าที่พัก

จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับค่าที่พัก	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	25	53.19	10	18.52	35	34.65
5,001 - 10,000 บาท	15	31.91	27	50.00	42	41.58
10,001 - 15,000 บาท	3	6.38	10	18.52	13	12.87
15,001 - 20,000 บาท	2	4.26	3	5.56	5	4.95
20,001 - 25,000 บาท	1	2.13	1	1.85	2	1.98
ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป	1	2.13	3	5.56	4	3.96
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบถาม Gen-Y โดยภาพรวมสินค้าหรือของที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อในช่องทาง เป็นประเภทสินค้าแฟชั่นมากที่สุด โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 44.71 และ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 55.29 รองลงมา คือ เครื่องสำอาง โดยเป็นผู้ที่มี รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 42.55 และผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 57.45

จะเห็นได้ว่าสินค้าหรือของที่ระลึกที่ทั้ง 2 กลุ่มเลือกซื้อในอันดับหนึ่งและสองไม่แตกต่างกัน มาก แต่จะต่างในอันดับสาม โดยกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จะซื้อของกินเล่นหรือ ขนมมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ที่เลือกซื้อจิวเวลรี่หรือหยก ทั้งนี้อาจเนื่องจากจำนวนเงินที่มีมากกว่าและไม่จำกัด ทำให้มีกำลังในการซื้อของที่แพงกว่ากลุ่มที่มี รายได้น้อย ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 สินค้าหรือของที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อในช่องทาง

สินค้าหรือของที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อในช่องทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
สินค้าแฟชั่นต่างๆ เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น	38	44.71	47	55.29	85	100.00
จิวเวลรี่ หยก	4	26.67	11	73.33	15	100.00
เครื่องสำอาง	20	42.55	27	57.45	47	100.00
อุปกรณ์เทคโนโลยี/ของเล่น	5	62.50	3	37.50	8	100.00
ไม่ซื้อ	1	50.00	1	50.00	2	100.00
ของกินเล่น/ขนม	5	71.43	2	28.57	7	100.00
พวงกุญแจ	1	50.00	1	50.00	2	100.00
ผ้าพันคอ	-	-	1	100.00	1	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบถาม Gen-Y โดยภาพรวมซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกจากฝั่งเกาลูน(Kowloon) ของฮ่องกงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.46 ซึ่งย่านที่ไปเดินซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกมากที่สุดของฝั่งเกาลูนคือ ย่านจิมซาโจ้ย(Tsim Sha Tsui) ร้อยละ 38.61 รองลงมา คือ ฝั่งเกาะฮ่องกง(Hong Kong Island) คิดเป็นร้อยละ 42.57 ซึ่งย่านที่ไปเดินซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกมากที่สุดของฝั่งเกาะฮ่องกง คือ ย่านเซ็นทรัล(Central) ร้อยละ 27.72 รองลงมา คือ ย่านมงก๊ก และปรีนซ์ เอ็ดเวิร์ด(Mong Kok & Prince Edward) ร้อยละ 14.85

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ต่างเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกที่ย่านจิมซาโจ้ยในฝั่งเกาลูนมากที่สุด ร้อยละ 44.68 และ 33.33 ตามลำดับ รองลงมา คือ ย่านเซ็นทรัลในฝั่งเกาะฮ่องกง ร้อยละ 27.66 และ 27.78 ตามลำดับ ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ย่านหลักในการซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกในฮ่องกง

ย่านหลักในการซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกในฮ่องกง	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
เกาะฮ่องกง (HONG KONG ISLAND)	18	38.30	25	46.30	43	42.57
- ย่านเซิงหว่าน (SHEUNG WAN)	3	6.38	3	5.56	6	5.94
- ย่านเซ็นทรัล (CENTRAL)	13	27.66	15	27.78	28	27.72
- ย่านหว่านจี้ (WAN CHAI)	-	-	1	1.85	1	0.99
- ย่านคอสเวย์ เบย์ (CAUSEWAY BAY)	1	2.13	5	9.26	6	5.94
- ไม่ระบุ	1	2.13	1	1.85	2	1.98
เกาลูน (KOWLOON)	28	59.57	27	50.00	55	54.46
- ย่านจิมซาโจ้ย (TSIM SHA TSUI)	21	44.68	18	33.33	39	38.61
- ย่านยามะไต และจอร์แดน (YAU MA TEI & JORDAN)	1	2.13	-	-	1	0.99

ตารางที่ 17 ย่านหลักในการซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกในฮ่องกง (ต่อ)

- ย่านมงก๊ก และปรีนซ์ เอ็ดเวิร์ด (MONG KOK & PRINCE EDWARD)	6	12.77	9	16.67	15	14.85
- ย่านชัมชุยโป (SHAM SHUI PO)	-	-	-	-	-	-
เกาะลันเตา (LANTAU ISLAND)	1	2.13	1	1.85	2	1.98
- ทั้งเกาะฮ่องกงและเกาลูน	-	-	1	1.85	1	0.99
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบถาม Gen-Y โดยภาพรวมใช้เงินสำหรับซื้อของที่ระลึกหรือซื้อของที่ฮ่องกงประมาณ 5,001 - 10,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 39.60 และใช้จ่ายต่ำกว่า 5,000 บาทรองลงมา ร้อยละ 21.78

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะใช้เงินสำหรับซื้อของที่ระลึกหรือซื้อของที่ฮ่องกงมากที่สุดประมาณ 10,000 บาท ต่างจากกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ที่ใช้เงินสำหรับซื้อของที่ระลึกหรือซื้อของที่ฮ่องกงมากที่สุด คือ ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 16.67 ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับซื้อของที่ระลึกหรือซื้อของที่ฮ่องกง

จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับ ซื้อของที่ระลึกหรือซื้อของที่ฮ่องกง	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	25.53	10	18.52	22	21.78
5,001 - 10,000 บาท	23	48.94	17	31.48	40	39.60

ตารางที่ 18 จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับซื้อของที่ระลึกหรือซื้อป๊ิง (ต่อ)

10,001 - 15,000 บาท	5	10.64	6	11.11	11	10.89
15,001 - 20,000 บาท	5	10.64	8	14.81	13	12.87
20,001 - 25,000 บาท	-	-	1	1.85	1	0.99
25,001 - 30,000 บาท	-	-	3	5.56	3	2.97
ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป	2	4.26	9	16.67	11	10.89
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบถาม Gen-Y โดยภาพรวมเลือกรับประทานอาหารตามร้านข้างทาง หรือร้านตามย่านแหล่งช้อปปิ้งและแหล่งท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในฮ่องกงมากที่สุด โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ ร้านอาหารหรือภัตตาคาร โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 38.98 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 61.02

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จะมีสัดส่วนค่าร้อยละที่เลือกรับประทานในร้านอาหารหรือภัตตาคารต่างจากกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไปอย่างชัดเจน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ รายได้ของทั้ง 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่าจึงต้องประหยัดเงินหรือพยายามใช้จ่ายเงินให้น้อยที่สุด ดังนั้น ร้านข้างทางหรือร้านตามย่านแหล่งช้อปปิ้งและแหล่งท่องเที่ยวที่ไปจึงเป็นตัวเลือกที่กลุ่มนี้เลือกและเข้าถึงได้มากกว่า ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ประเภทร้านอาหารที่เลือกในการท่องเที่ยวในฮ่องกง

ประเภทร้านอาหารที่เลือกในการ ท่องเที่ยวในฮ่องกง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	23	38.98	36	61.02	59	100.00
cafe	19	43.18	25	56.82	44	100.00
ร้านข้างทาง/ร้านตามย่านแหล่งช้อปปิ้ง หรือสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป	41	50.00	41	50.00	82	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบถาม Gen-Y โดยภาพรวมใช้จ่ายเงินสำหรับค่าอาหารประมาณ 5,001 - 10,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 40.59 และต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 34.65

หากวิเคราะห์จากกลุ่มรายได้ทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จะใช้เงินสำหรับค่าอาหารโดยประมาณต่ำกว่า 5,000 บาทเป็นจำนวนมาก ร้อยละ 51.06 ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่จะใช้จ่ายโดยประมาณ 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.74 ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับค่าอาหาร

จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับ ค่าอาหาร	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	24	51.06	11	20.37	35	34.65
5,001 - 10,000 บาท	19	40.43	22	40.74	41	40.59

ตารางที่ 20 จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับค่าอาหาร (ต่อ)

10,001 - 15,000 บาท	3	6.38	15	27.78	18	17.82
15,001 - 20,000 บาท	1	2.13	3	5.56	4	3.96
20,001 - 25,000 บาท	-	-	2	3.70	2	1.98
ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป	-	-	1	1.85	1	0.99
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบถาม Gen-Y โดยส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวฮ่องกงเป็นครั้งแรก จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 66.34 ประกอบด้วย ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 72.34 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 61.11 ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 21

ตารางที่ 21 จำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง

จำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ครั้งแรก	34	72.34	33	61.11	67	66.34
2 ครั้งขึ้นไป	13	27.66	21	38.89	34	33.66
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

พบว่าผู้ตอบแบบถาม Gen-Y โดยส่วนใหญ่ต้องการกลับไปเที่ยวที่ฮ่องกงอีก จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 91.10 ประกอบด้วย ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 95.74 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 85.19 ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ความต้องการกลับไปเที่ยวที่ฮ่องกง

ต้องการกลับไปเที่ยวที่ฮ่องกงอีกหรือไม่	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ต้องการกลับไปเที่ยวอีก	45	95.74	46	85.19	91	90.10
ไม่ต้องการกลับไปเที่ยวอีก	2	4.26	8	14.81	10	9.90
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า โดยภาพรวมของประชากรกลุ่มตัวอย่าง Gen-Y ที่มาเที่ยวในฮ่องกง ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวฮ่องกงเป็นครั้งแรก โดยมีสมาชิกร่วมเดินทางด้วยกัน 2 - 4 คน เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และมักวางแผนการเดินทางก่อนหรือตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป โดยเลือกไปช่วงเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ และใช้เวลาเที่ยวอยู่ในฮ่องกงประมาณ 3 - 5 วัน

ส่วนใหญ่ต้องการที่จะไปในสถานที่ที่มีชื่อเสียงของฮ่องกง และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีการช้อปปิ้งเป็นกิจกรรมที่ถูกวางแผนไว้ ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปส่วนใหญ่จึงเป็นถนนสายช้อปปิ้งต่างๆ ซึ่งแหล่งช้อปปิ้งที่ไปมากที่สุดอยู่ที่ฝั่งเกาลูน ย่านจิมซาโจ้ย สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นประเภทสินค้าแฟชั่น โดยใช้เงินกับการช้อปปิ้งและซื้อของประมาณ 5,0001 - 10,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ ส่วนพฤติกรรมในด้านการเลือกที่พัก ส่วนใหญ่เลือกพักผ่อนในโรงแรมที่เดินทางสะดวกและมีการรักษาความปลอดภัยที่ดี โดยส่วนใหญ่เลือกพักที่ฝั่งเกาลูน ย่านจิมซาโจ้ย จะสังเกตได้ว่าที่พักและแหล่งช้อปปิ้งที่เลือกต่างอยู่ที่ฝั่งเกาลูน ในย่านจิมซาโจ้ยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของ Gen-Y ที่ชอบความสะดวกในการเดินทาง และพฤติกรรมที่ต้องการช้อปปิ้ง ซึ่งฝั่งเกาลูน ย่านจิมซาโจ้ยนับว่าเป็นฝั่งและย่านที่มีแหล่งช้อปปิ้งจำนวนมาก ดังนั้น ส่วนใหญ่จึงเลือกที่พักที่ตั้งอยู่ในฝั่งเกาลูน ย่านจิมซาโจ้ยที่ซึ่งเป็นย่านที่มีชื่อเสียงในเรื่องแหล่งช้อปปิ้งจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่จะใช้จ่ายสำหรับค่าที่พักไม่เกินคืนละประมาณ 15,000 บาท

ส่วนพฤติกรรมด้านการรับประทานอาหาร ส่วนใหญ่จะเลือกทานตามร้านข้างทางหรือร้านตามย่านแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งช้อปปิ้งที่ไป โดยส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินสำหรับค่าอาหารประมาณ

5,001 - 10,000 บาท และส่วนใหญ่ประชากรกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ต้องการกลับไปเที่ยวที่ฮ่องกงอีกอย่างไรก็ดี จากการเปรียบเทียบตามกลุ่มรายได้ พบว่าส่วนที่แตกต่างมากที่สุดสำหรับ 2 กลุ่ม คือค่าใช้จ่ายที่ใช้ในแต่ละด้าน ทั้งค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าช้อปปิ้ง โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาท จะใช้จ่ายเงินในแต่ละด้านมากกว่า เนื่องจากงบประมาณที่มีมากกว่า จึงมีการใช้จ่ายที่สูงกว่าในด้านอื่นๆ

จุดเด่นในการท่องเที่ยวฮ่องกง

จากการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์แบบสอบถามนักท่องเที่ยว Gen-Y ชาวไทย จำนวน 101 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่าฮ่องกงมีจุดเด่นในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง การคมนาคมมากที่สุด ทั้งการเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง และการเดินทางภายในฮ่องกง กล่าวคือ ฮ่องกงอยู่ห่างจากประเทศไทยไม่มาก ทำให้การเดินทางโดยเครื่องบินจากประเทศไทยไปยังฮ่องกงใช้เวลาไม่นาน อีกทั้งภายในฮ่องกงยังมีระบบขนส่งมวลชนที่ให้บริการที่หลากหลายและครอบคลุมทั่วทั้งเมือง ได้แก่ รถไฟฟ้าใต้ดิน(MTR) เรือเฟอร์รี่ข้ามฟาก(Ferry) รถโดยสารประจำทาง(Bus) รถมินิบัส(Minibus) รถราง(Tram) รถไฟฟ้ารางเบา(Light Rail) และรถแท็กซี่(Taxi)

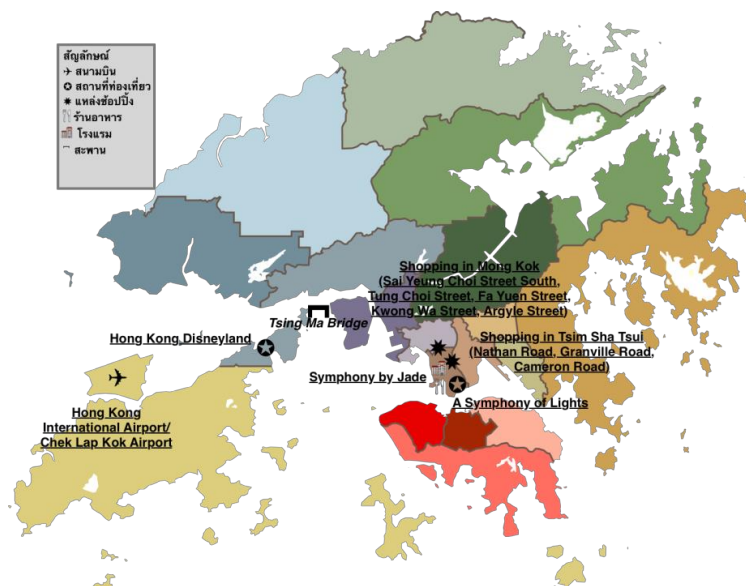
นอกจากนี้ยังมีบัตรโดยสารประเภทต่างๆที่ช่วยให้การเดินทางสะดวกมากขึ้น เช่น บัตร MTR บัตร Octopus บัตร Tourist Day Pass บัตร Airport Express (บัตรที่ใช้เดินทางจากสนามบินสู่ตัวเมืองฝั่งเกาลูนและฮ่องกง) เป็นต้น ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวภายในฮ่องกงมีความสะดวกสบาย ทัวถึง และสามารถเดินทางไปไหนได้ง่าย ทั้งนี้บัตร Octopus ยังสามารถใช้จ่ายในร้านสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆได้อีกด้วย อันดับสอง คือ ด้านการช้อปปิ้ง ฮ่องกงมีแหล่งช้อปปิ้งที่หลากหลายและจำนวนมาก มีสินค้าหลากหลายและราคาที่เหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป และอันดับสามซึ่งเป็นจุดเด่นและเป็นเสน่ห์อีกอย่างของฮ่องกง คือ ความหลากหลาย กล่าวคือ ฮ่องกงมีความหลากหลายในด้านต่างๆ รวมอยู่มาก ทั้งความหลากหลายทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยว สถาปัตยกรรม วิถีชีวิตของคนฮ่องกง มีการผสมผสานประวัติศาสตร์ ความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิมของฮ่องกงกับความทันสมัยและความเจริญต่างๆ ซึ่งความหลากหลายเหล่านี้ก็กลายเป็นจุดเด่นที่ทำให้ฮ่องกงแตกต่างและมีความน่าสนใจสำหรับการท่องเที่ยว

4.3 การจัดโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y

จากการศึกษา ค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว รวมถึง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง การวิเคราะห์และพิจารณาจากแผนที่และเอกสารต่างๆ โดยการจัดโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยว ในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y แบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง ได้แก่ โปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ได้ผลการศึกษาดังนี้

โปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม ระยะเวลาในการเดินทาง 3 วัน 2 คืน เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เน้นการช้อปปิ้งเป็นส่วนใหญ่ และเสริมด้วยกิจกรรมอื่นๆ เช่น การชมทิวทัศน์ของฮ่องกง เที่ยวสวนสนุก เป็นต้น โดยเริ่มเดินทางจากเกาะลันเตา ซึ่งเป็นที่ตั้งของท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง หรือ สนามบิน Chek Lap Kok ไปยังฝั่งเกาลูน ในย่านจิมซาโจ้ย และย่านมงก๊ก ซึ่งจุดเด่นของโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้ คือ บรรยากาศของเกาะฮ่องกงที่มีการตกแต่งประดับไฟสวยงามทั่วทั้งเกาะ เนื่องจากเป็นช่วงใกล้เทศกาลปีใหม่ ทั้งนี้ยังเป็นช่วง Winter Sales ของฮ่องกง สินค้าลดราคาจำนวนมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 83 แผนที่แสดงเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

วันแรก กรุงเทพมหานคร - ท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง - A Symphony of Lights

- 11.00 น.** คณะพร้อมกันที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 13.45 น.** ออกเดินทางไปยังท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง หรือสนามบิน Chek Lap Kok (ระยะเวลาเดินทาง 2 ชม. 45 นาที)
- 17.30 น.**
- เดินทางถึงท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกงหรือสนามบิน Chek Lap Kok เกาะลันเตา (เวลาท้องถิ่นเร็วกว่าประเทศไทย 1 ชั่วโมง) หลังผ่านขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง และรับสัมภาระเรียบร้อยแล้ว คณะพร้อมกัน ณ ทางออก B พบไกด์ท้องถิ่น
 - นำคณะเดินทางผ่านสะพานแขวนชิงหม่า(Tsing Ma Bridge) ซึ่งเป็นสะพานข้ามช่องแคบที่สำคัญ เชื่อมเกาะลันเตากับย่านอื่นๆในฮ่องกง โดยตั้งชื่อตามชื่อเกาะที่สะพานเชื่อมอยู่ คือ เกาะชิงยี(Tsing Yi Island) และเกาะหม่าวัน(Ma Wan) ซึ่งสนามบิน Chek Lap Kok ห่างจากตัวเมืองฮ่องกงประมาณ 30 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 40 - 50 นาที โดยระหว่างการเดินทางจะได้รับความรู้จากไกด์ท้องถิ่น และชมทิวทัศน์ที่สวยงามของฮ่องกง
 - นำท่านเดินทางเข้าสู่เกาลูน(Kowloon) ซึ่งตั้งอยู่ทางเหนือของฮ่องกง เมืองที่เป็นสัญลักษณ์การท่องเที่ยวและเป็นแหล่งขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งของฮ่องกง เต็มไปด้วยตึก อาคาร ย่านช้อปปิ้งและสถานที่ท่องเที่ยว เสน่ห์ของฝั่งเกาลูน คือ การผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของฮ่องกงกับความทันสมัย และแสงสียามค่ำคืน
 - แวะรับประทานอาหารเย็นที่ร้าน Symphony By Jade เป็นภัตตาคารอาหารจีนที่มีชื่อเสียง สามารถมองเห็นทัศนียภาพที่สวยงามทั้งหมดของอ่าววิกตอเรีย ซึ่งเมนูที่มีชื่อเสียงของร้าน คือ คิมซ่า



ภาพที่ 84 ร้านอาหาร Symphony By Jade
ที่มา : <http://www.lcsd.gov.hk/> (2561)



ภาพที่ 85 เมนูร้านอาหาร Symphony By Jade
ที่มา : <http://api1.openrice.com.hk/> (2561)

ช่วงค่ำ

- นำคณะเดินทางชมความสวยงามของอ่าววิกตอเรีย และชมการแสดง A Symphony of Lights เป็นการแสดงโชว์มัลติมีเดียยามค่ำ เวลา 20.00 น. ของทุกคืน ณ บริเวณเลียกอ่าววิกตอเรีย เป็นการแสดงโชว์ที่ใช้ตึกสูงจากทั้งฝั่งเกาะฮ่องกงและฝั่งเกาลูนเป็นตัวแสดง ประกอบกับแสง สี เสียงต่างๆ โดยใช้เวลาประมาณ 15 นาที เป็นการแสดงที่ทำให้คำคืนของอ่าววิกตอเรียเต็มไปด้วยชีวิตชีวาและความสวยงาม ซึ่งการแสดงนี้ถูกบันทึกจาก Guinness World Record ว่าเป็น “การแสดงแสง สี เสียงถาวรกลางแจ้งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก”

- นำคณะเดินทางเข้าสู่ที่พัก The Kowloon Hotel ระดับ 4 ดาว หรือเทียบเท่า เพื่อพักผ่อนตามอัธยาศัย ซึ่งโรงแรมห่างจากอ่าววิกตอเรีย 500 เมตร และตั้งอยู่ใจกลางของถนนนาธานหรือถนนสายช้อปปิ้ง นอกจากนี้ยังเป็นที่พักที่เดินสะดวก เนื่องจากอยู่ใกล้สถานีรถไฟ MTR สาย East Tsim Sha Tsui เพียง 4 นาที ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีบริการฟรีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือ Wi-Fi



ภาพที่ 86 The Kowloon Hotel
ที่มา : <http://www.hong-kong-hotels.ws/> (2561)

วันที่สอง อีตระซ้อปั้งย่าน Tsim Sha Tsui หรือเลือกเที่ยวฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ (อีตระท่องเที่ยวเต็มวัน)

ช่วงเช้า - รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม

- อีตระตามอัครยาศัย สามารถเดินช้อปั้งย่านจิมซาโจ่ย ซึ่งเป็นย่านช้อปั้งที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของฮ่องกง แหล่งรวบรวมร้านค้าต่างๆ ทั้งสินค้าแฟชั่น เครื่องสำอาง น้ำหอม เครื่องประดับและสินค้าอื่นๆอีกจำนวนมาก ทั้งแบรนด์ระดับสูงและแบรนด์ท้องถิ่นที่ราคาปานกลาง รวมถึงร้านอาหารและร้านขนมต่างๆตลอดเส้นทางของถนนซึ่งภายในย่านจิมซาโจ่ยแห่งนี้มีศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าจำนวนมาก เช่น 1881 Heritage, Silvercord, The One, K11, SOGO, iSquare, T Galleria, Miramar Shopping Centre, Mira Mall, Park Lane Shopper's Boulevard เป็นต้น ซึ่งช้อปและแบรนด์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยู้อัก เช่น Converse, Uniqlo, Muji, Giordano, Cartier, MontBlanc, Tiffany & Co., Calvin Klein, Omega, Chanel, Dior, Coach เป็นต้น ช้อปั้งตามเส้นถนนนาธาน ถนนเส้นหลักของย่าน และถนนสายต่างๆที่ตัดผ่าน เช่น ถนนแคเมรอน(Cameron) และถนนเกรนวิลล์(Granville) เป็นถนนสายช้อปั้งที่แยกออกมาจากเส้นหลักอย่างถนนนาธาน ซึ่งใน 2 เส้นนี้จะเต็มไปด้วยแบรนด์ท้องถิ่น สินค้าต่างๆที่ราคาปานกลาง ไม่สูงเกินไป และความพิเศษของการช้อปั้งสินค้าแบรนด์เนมที่ฮ่องกง คือ สินค้าแบรนด์เนมเหล่านี้เป็นสินค้าปลอดภาษี โดยการเดินทางจากที่พักไปช้อปั้งในย่านจิมซาโจ่ยสะดวกมาก เนื่องจากที่พัก The Kowloon Hotel ตั้งอยู่ใจกลางของถนนสายช้อปั้งแห่งนี้ ซึ่งเชื่อมกับห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งช้อปั้งต่างๆเป็นจำนวนมาก

- สามารถเลือกซื้อทัวร์เสริมฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ได้ โดยจะนำท่านไปยังเกาะลันเตา ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ สวอนสนุกในเครือของวอลท์ ดิสนีย์ ถูกสร้างเป็นแห่งที่ 5 จากสวนสนุกดิสนีย์แลนด์ทั่วโลกเป็นดินแดนแห่งความฝันและจินตนาการที่เต็มไปด้วยความสนุกสนาน ความตื่นเต้น และความรื่นเริงต่างๆ ภายในแบ่งออกเป็น 7 โซน ได้แก่ Main Street U.S.A., Adventureland, Grizzly, Mystic Point, Toy Story Land และ Tomorrowland แต่ละโซนจะถูกจัดเป็นธีมต่างๆที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกัน

ภายในรวบรวมเครื่องเล่นและกิจกรรมต่างๆที่น่าสนุกและน่าสนใจจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีร้านขายของที่ระลึก และร้านอาหารหลากหลายประเภทให้เลือกทาน รวมถึงยังมีขบวนพาเหรดและโชว์การแสดงสุดอลังการจากเหล่าตัวละครดิสนีย์ ร่วมด้วยนักกายกรรมหรือนักแสดงผาดโผนต่างๆ 2 ชุด ในช่วง 16.00 น. และช่วงค่ำ เวลา 19.30 น. ณ Main Street U.S.A. ซึ่งขบวนพาเหรดทั้งสองชุดต่างให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน เนื่องจากขบวนพาเหรดในช่วงค่ำ ทั้งอุปกรณ์และตัวละครต่างๆ จะถูกประดับตกแต่งด้วยไฟ LED ทำให้ยามค่ำคืนในสวนสนุกดิสนีย์แลนด์แห่งนี้ เต็มไปด้วยความครึกครื้นและความงดงาม

ช่วงกลางวัน อีตระรับประทานอาหารกลางวันตามอัชยาศัย

ช่วงเย็น อีตระรับประทานอาหารเย็นตามอัชยาศัย

หมายเหตุสำหรับท่านที่ซื้อทัวร์เสริมฮ่องกงดิสนีย์แลนด์

- ราคารวมค่าบริการรถรับ-ส่งโรงแรมแล้ว
- เวลา 10.00 น. พร้อมกันที่รถบัสหน้าโรงแรม จากนั้นเวลา 10.30 น. จะนำทุกท่านออกเดินทางไปยัง เกาะลันเตา สู่ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์
- เวลา 20.00 น. พร้อมกันที่สถานีที่นัดหมาย จากนั้นนำท่านเดินทางกลับสู่โรงแรมพักผ่อนตามอัชยาศัย



ภาพที่ 87 ซ้อปิ้งย่าน Tsim Sha Tsui ถนนนาธาน

ที่มา : <https://upload.wikimedia.org/> (2561)



ภาพที่ 88 ส่องกงคิสนีแลนด์

ที่มา : <https://www.cuti.my> (2561)

วันที่สาม อีสรະซื้อปิ้งย่าน Mong Kok - ทำอากาศยานนานาชาติฮ่องกง - กรุงเทพมหานคร

ช่วงเช้า ต้อนรับอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม จากนั้นคณะพร้อมกันที่รถบัสพร้อมกระเป๋าสัมภาระ เพื่อเตรียมเช็คเอาท์โรงแรม นำคณะเดินทางสู่ย่านมงก๊ก (Mong Kok)

ช่วงบ่าย เดินทางเข้าสู่ย่านมงก๊ก (Mong Kok) เพื่อให้ท่านซื้อปิ้งอีสรະเต็มวันก่อนเดินทางกลับสู่ประเทศไทย ย่านมงก๊กตั้งอยู่บนฝั่งเกาลูน เป็นย่านที่เต็มไปด้วยตรอกซอยที่มีเอกลักษณ์ รวมทั้งตลาดเก่าๆที่สะท้อนวิถีชีวิตคนท้องถิ่น ถือเป็นย่านที่มีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของฮ่องกง โดยเฉพาะเป็นย่านแห่งการซื้อปิ้ง มีถนนสายซื้อปิ้งที่ทั้งสองข้างทางและตามตรอกซอยเต็มไปด้วยร้านค้า และร้านอาหารจำนวนมาก ซึ่งในย่านมงก๊กนี้ ถนนแต่ละสายจะถูกจัดแบ่งตามประเภทของสินค้า เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องสำอาง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ของเล่น เป็นต้น ทำให้สะดวกต่อการเลือกซื้อมากขึ้น โดยสินค้าเหล่านี้มีราคาที่ไม่แพงเกินไป นอกจากนี้ยังสามารถต่อรองราคาจากราคาเดิมได้ นอกจากตลาดหรือถนนคนเดินย่านซื้อปิ้งต่างๆเหล่านี้ ในย่านมงก๊กยังมีศูนย์การค้า Langham Place เป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ 15 ชั้น ภายในมีสินค้าทุกประเภทและเหมาะกับทุกวัย ทั้งสินค้าแบรนด์เนม สินค้าแบรนด์ดีไซเนอร์ ชาวฮ่องกง รวมถึงแบรนด์ท้องถิ่น ที่ราคาไม่แพง



ภาพที่ 89 ซ้อปิ้งย่านมงก๊ก (Mong Kok)

ที่มา : <https://static.airmosphere.net/> (2561)

ช่วงเย็น นำคณะเดินทางไปยังท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง หรือสนามบิน Chek Lap Kok เพื่อเตรียมตัวกลับประเทศไทย ภายในท่าอากาศยานมีร้านอาหารและร้านค้าปลอดภาษีต่างๆจำนวนมาก ซึ่งจะมีเวลาให้ทุกท่านช้อปปิ้งและเลือกซื้อของที่ระลึกต่างๆ นอกจากนี้ภายในสนามบินยังมีบริการฟรี Wi-Fi สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ฟรี

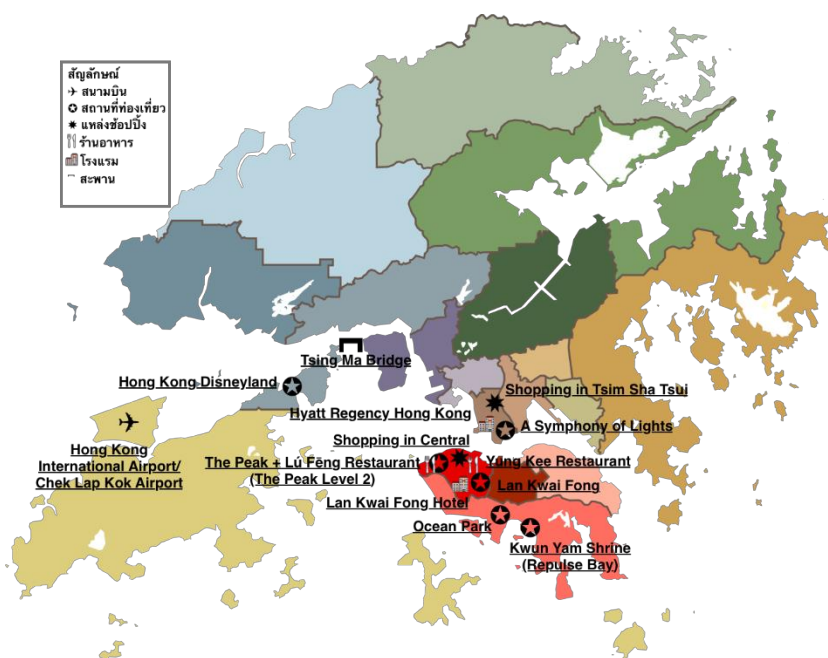
21.15 น. ออกเดินทางไปยังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย (ระยะเวลาเดินทาง 3 ชม.)

23.15 น. เดินทางถึงประเทศไทยโดยสวัสดิภาพ

โปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป

จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม ระยะเวลาในการเดินทาง 5 วัน 4 คืน เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียด และสร้างความสนุกสนาน ความบันเทิงต่างๆ จากย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวรรค์ และกิจกรรมการช้อปปิ้งเสริมด้วยการไหว้พระขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของวัดดังในฮ่องกง โดยเริ่มเดินทางจากเกาะลันเตา ซึ่งเป็นที่ตั้ง

ของท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง หรือ สนามบิน Chek Lap Kok ไปยังฝั่งเกาะฮ่องกง ย่านเซ็นทรัล จากนั้นข้ามไปยังฝั่งเกาลูน ย่านจิมซาโจ่ย ซึ่งจุดเด่นของโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้ คือ บรรยากาศของเกาะฮ่องกงที่มีการตกแต่งประดับไฟสวยงามทั่วทั้งเกาะ เนื่องจากเป็นช่วงใกล้เทศกาลปีใหม่ ทั้งนี้ยังเป็นช่วง Winter Sales ของฮ่องกง สินค้าลดราคาจำนวนมาก และกิจกรรมที่หลากหลายของโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 90 แผนที่แสดงเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y
ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป
ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

วันแรก กรุงเทพมหานคร - ท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง - Victoria Peak

- 06.00 น.** คณะพร้อมกันที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 08.50 น.** ออกเดินทางไปยังท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง หรือสนามบิน Chek Lap Kok (ระยะเวลาเดินทาง 2 ชม. 50 นาที)

12.40 น.

- เดินทางถึงท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกงหรือสนามบิน Chek Lap Kok เกาะลันเตา (เวลาท้องถิ่นเร็วกว่าประเทศไทย 1 ชั่วโมง) หลังผ่านขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง และรับสัมภาระเรียบร้อยแล้ว ขณะพร้อมกัน ณ ทางออก B พบไกด์ท้องถิ่น

- นำคณะเดินทางผ่านสะพานแขวนชิงหม่า(Tsing Ma Bridge) ซึ่งเป็นสะพานข้ามช่องแคบที่สำคัญ เชื่อมเกาะลันเตากับย่านอื่นๆในฮ่องกง โดยตั้งชื่อตามชื่อเกาะที่สะพานเชื่อมอยู่ คือ เกาะชิงยี(Tsing Yi Island) และเกาะหม่าวัน(Ma Wan) ซึ่งสนามบิน Chek Lap Kok ห่างจากตัวเมืองฮ่องกงประมาณ 30 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 40 - 50 นาที ซึ่งระหว่างการเดินทางจะได้รับความรู้จากไกด์ท้องถิ่น และชมทิวทัศน์ที่สวยงามของฮ่องกง

- นำคณะเดินทางเข้าสู่เกาะฮ่องกง(Hong Kong Island) ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของฮ่องกง โดยเชื่อมต่อกับฝั่งเกาลูนด้วยเรือเฟอร์รี่ และอุโมงค์สำหรับรถยนต์ 2 แห่ง สำหรับรถไฟฟ้าใต้ดิน MTR 2 แห่ง คือ สาย Tsuen Wan และ Tung Chung และสำหรับรถยนต์และรถไฟฟ้าใต้ดินซึ่งใช้ร่วมกันอีก 1 แห่ง คือ สาย Tseung Kwan O

ช่วงบ่าย

เดินทางเข้าสู่ Victoria Peak นำคณะโดยสารรถราง Peak Tram ขึ้นไปยังด้านบนยอดเขาวิกตอเรีย หรือ The Peak ระหว่างทางจะได้สัมผัสความงามของทิวทัศน์และความเป็นเอกลักษณ์ที่งดงามของฮ่องกง ซึ่ง Victoria Peak เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในฝั่งของเกาะฮ่องกง อยู่ทางทิศตะวันตก สูง 552 เมตร (1,811 ฟุต) เป็นแหล่งชมทิวทัศน์ของฮ่องกงแบบพาโนรามาจากมุมสูงที่ดีที่สุด เนื่องจากการชมวิว ณ ที่นี้ จะสามารถเห็นทิวทัศน์ได้เกือบทั่วฮ่องกง ทั้งตึกสูงระฟ้า สันเขา รวมถึงอ่าววิกตอเรีย และความงามของฝั่งเกาลูนในบางส่วน ซึ่งช่วงเวลาที่ไปถือเป็นช่วงเวลาที่ดีและเหมาะสมที่สุดสำหรับการชมทิวทัศน์บนยอดเขาวิกตอเรียแห่งนี้ เนื่องจากท่านจะได้ชมความสวยงามของฮ่องกงได้ทั้งสองช่วงเวลา คือ ช่วงที่ฟ้าสว่างจวบจนช่วงเวลาที่พระอาทิตย์ค่อยๆตกดินและฟ้ามีดในที่สุด ได้เห็นทิวทัศน์ของฮ่องกง หรือตึกอาคารที่ประดับด้วยแสงไฟในยามค่ำคืน ทำให้กลายเป็นความสวยงามในอีกรูปแบบหนึ่ง นอกจากนี้บนยอดเขาวิกตอเรียยังมี The Peak Tower ตั้งอยู่ เป็นอาคารสถาปัตยกรรม

ที่มีเอกลักษณ์ รูปทรงคล้ายครึ่งวงกลมที่หงายขึ้น ภายในอาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกและนันทนาการต่างๆจำนวนมาก เช่น ร้านอาหาร ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก สถานบันเทิง เช่น พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุสโซ ที่รวมรูปแบบเหมือนจริงของคนดังและคนสำคัญต่างๆ (หากต้องการเข้าชมต้องซื้อบัตรต่างหาก) หรือ Madness 3D Adventure งานศิลปะ 3 มิติ ที่ถูกออกแบบโดยศิลปินท้องถิ่น เป็นสถานที่สำหรับถ่ายภาพเก็บเป็นความทรงจำ (ไม่เสียค่าบริการ) นอกจากนี้ชั้นบนสุดของ The Peak Tower ยังเป็นที่ตั้งของ Sky Terrace 428 ซึ่งสูงเหนือระดับน้ำทะเล 428 เมตร ทำให้เป็นจุดชมทิวทัศน์ที่ดีที่สุดอีกหนึ่งแห่ง เนื่องจากสามารถมองเห็นได้แบบ 360 องศา

- นำคณะไปยังร้าน Lu Feng ชั้น 2 ของ The Peak Tower เพื่อรับประทานอาหารเช้าซึ่งเมนูอาหารสไตล์ฮ่องกง ซึ่งเมนูที่มีชื่อเสียงของร้าน คือ คิมซ่า และอาหารประเภทผัด จากนั้นจะเป็นเวลาอิสระสำหรับการท่องเที่ยวและช้อปปิ้งภายใน The Peak Tower ตามอัธยาศัย และเมื่อถึงเวลานักหมายให้พร้อมกันที่หน้าอาคาร The Peak Tower เพื่อเตรียมตัวเดินทางกลับสู่ที่พัก



ภาพที่ 91 ชมทิวทัศน์บน Sky Terrace 428

ที่มา : <http://content.time.com/> (2561)



ภาพที่ 92 เมนูร้าน Lu Feng

ที่มา : <https://hk.asiatatler.com/> (2561)

ช่วงค่ำ

นำคณะเดินทางเข้าสู่ที่พัก Lan Kwai Fong ระดับ 4 ดาว หรือเทียบเท่า เพื่อพักผ่อนตามอัธยาศัย ซึ่งโรงแรมแห่งนี้สะดวกในการเดินทางและการช้อปปิ้ง นอกจากนี้ที่พักห่างจากรถรางฟิคแตรมเพียง 1 กิโลเมตร และห่างจาก Ocean Park เพียง 8 กิโลเมตร เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีบริการฟรีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือ Wi-Fi มีการออกแบบที่ทันสมัยและเป็นเอกลักษณ์



ภาพที่ 93 Lan Kwai Fong Hotel

ที่มา : <https://urbanarchiver.files.wordpress.com/> (2561)



ภาพที่ 94 ห้องพักโรงแรม Lan Kwai Fong Hotel

ที่มา : <https://www.booking.com/hotel/hk/> (2561)

วันที่สอง ศาลเจ้าแม่กวนอิมรีพัลส์ เบย์(Kwun Yam Shrine) - Ocean Park - Lan Kwai Fong

ช่วงเช้า รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม จากนั้นนำคณะเดินทางสู่หาดรีพัลส์เบย์(Repulse Bay) ศาลเจ้าแม่กวนอิม ซึ่งเป็นวัดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอดนิยมสำหรับไหว้สักการะและขอพรเจ้าแม่กวนอิม และเทพเจ้าแห่งโชคลาภอื่นๆ

เพื่อเป็นสิริมงคล และให้คำอธิษฐานสมปรารถนา นอกจากนี้ยังมีสะพานอายุยืนสีแดง สไตลิ่งจีนตั้งอยู่ที่ปลายหาดและทอดยาวออกไปในทะเล เชื่อว่าเป็นสะพานต่ออายุ หากเดินข้ามสะพานนี้โดยก้าวเท้าซ้ายและไม่เดินย้อนกลับทางเดิม จะทำให้อายุยืนขึ้น 3 ปี



ภาพที่ 95 เจ้าแม่กวนอิมรีพลัส เบย์(Kwun Yam Shrine)

ที่มา : <http://www.thaiticketmajor.com/variety/travel/8212/> (2561)

ช่วงกลางวัน

นำคณะเดินทางไปยัง Ocean Park ตั้งอยู่ทางฝั่งใต้ของเกาะฮ่องกง ระหว่างอาเบอร์ดีน (Aberdeen) และ หาดรีพลัสเบย์ (Repulse Bay) เป็นสวนสนุกกลางแจ้งและสวนน้ำขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของฮ่องกง มีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์สัตว์ในฮ่องกงและเอเชีย ดังนั้นรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายบัตรเข้าชมและขายของที่ระลึกจะนำเข้ามาลุนิการอนุรักษ์โอเชียนปาร์คฮ่องกง เพื่อสนับสนุนโครงการอนุรักษ์สัตว์ป่าเหล่านี้ ภายในเป็นแหล่งรวมเครื่องเล่น พิพิธภัณฑสัตว์และสวนสัตว์ต่างๆจำนวนมาก แบ่งออกเป็น 2 โซนหลัก ได้แก่

- The Waterfront ซึ่งภายในจะแบ่งเป็น 3 โซนย่อย แต่ละโซนมีธีมหลักแตกต่างกัน โดยภายในโซน The Waterfront แห่งนี้ จะเน้นเกี่ยวกับสัตว์และโชว์การแสดงเกี่ยวกับสัตว์มากกว่าเครื่องเล่น

- The Summit ซึ่งภายในจะแบ่งเป็น 5 โซนย่อย แต่ละโซนมีธีมหลักแตกต่างกัน โดยภายในโซน The Summit แห่งนี้ จะเน้นเกี่ยวกับเครื่องเล่นหลากหลายประเภท

จำนวนมาก อิสระรับประทานอาหารกลางวันตามอัธยาศัย จนถึงเวลา 16.00 น. พร้อมกันที่นัดหมาย เพื่อนำท่านไปยัง Lan Kwai Fong



ภาพที่ 96 สวนสนุกและสวนน้ำ Ocean Park

ที่มา : <https://travelairy.com/zh-hant/product/hong-kong-ocean-park/> (2561)

ช่วงค่ำ

อิสระรับประทานอาหารเย็นอาหาร ณ ย่าน Lan Kwai Fong ตามอัธยาศัยจนถึงเวลาที่นัดหมาย เพื่อนำคณะเดินทางกลับไปพักผ่อนตามอัธยาศัยยังที่พัก ลานไควฟงตั้งอยู่ย่านเซ็นทรัล ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจอุตสาหกรรมตึกอาคารที่สำคัญและความทันสมัยต่างๆรวมทั้งแหล่งช้อปปิ้งและห้างสรรพสินค้าจำนวนมาก โดยลานไควฟงเป็นย่านท่องเที่ยวสังสรรค์ยามค่ำคืนที่มีชื่อเสียงและครึกครื้นที่สุดแห่งหนึ่งของฮ่องกง อีกทั้งเป็นศูนย์กลางของบาร์และร้านอาหารนานาชาติ ทั้งเอเชีย จีน และอื่นๆจำนวนมาก รวมทั้งการแสดงดนตรี และร้านค้าต่างๆ นอกจากนี้ลานไควฟงแห่งนี้ยังเป็นสถานที่จัดงานคาร์นิวัลและงานเฉลิมฉลองต่างๆ เช่น ฮาโลวีน คริสต์มาส ปีใหม่หรือเทศกาล WinterFest และเทศกาลเบียร์ของทุกปี ซึ่งภายในลานไควฟงแห่งนี้จะถูกประดับตกแต่งให้เข้ากับธีมของงานหรือวันสำคัญต่างๆ ผู้คนแต่งกายให้เข้ากับเทศกาลนั้นๆ เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองและสร้างบรรยากาศให้เข้ากับเทศกาล



ภาพที่ 97 ถนนไควงฟงในช่วงเทศกาล

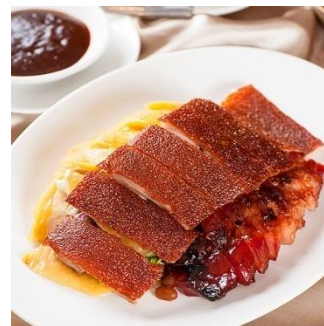
ที่มา : <https://listizy.co/> (2561)

วันที่สาม อีตระซ้อปั้งย่าน Central - A Symphony of Lights

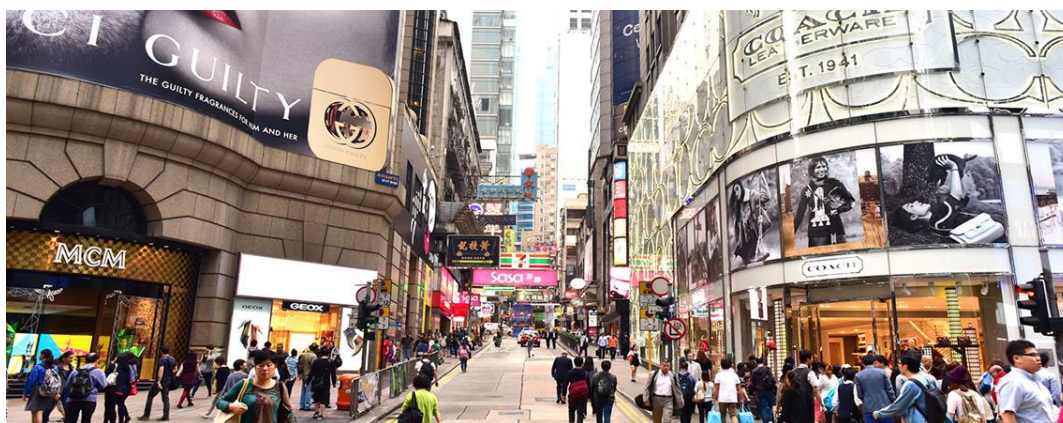
ช่วงเช้า รับประทานอาหารเช้า ณ กภัตตาคาร Yung Kee Restaurant ซึ่งมีชื่อเสียงของร้านคือ ห่านย่าง โจ๊ก และติ่มซำ โดยร้าน Yung Kee เปิดขายมานานมากกว่า 60 ปีแล้ว และเคยติดอันดับ 1 ใน 15 ของร้านอาหารดังของโลก เมื่อปี 1942 จากนั้นให้ท่านอีตระตามอัธยาศัย สามารถเดินช้อปปิ้งเต็มวันย่านเซ็นทรัลอีตระรับประทานอาหารกลางวันและอาหารเย็นตามอัธยาศัย จนถึง 18.00 น. พร้อมกันที่นัดหมายเพื่อเดินทางต่อไปยังฝั่งเกาลูน(Kowloon) ย่านเซ็นทรัลมีแหล่งช้อปปิ้งและห้างสรรพสินค้าจำนวนมากเป็นศูนย์รวมของสินค้าหรูหราและสินค้าแฟชั่นต่างๆ ซึ่งศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าในย่านนี้ต่างเชื่อมต่อกัน ทำให้เมื่อเดินไปในทิศทางใดก็จะเจอกับศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า เช่น IFC Mall, Alexandra House, Prince's Building, The Landmark หรือถนนช้อปปิ้ง Queen's Road Central ซึ่งเป็นถนนเส้นหลักของการช้อปปิ้งในย่านเซ็นทรัล และถนน Li Yuen ซึ่งเป็นถนนช้อปปิ้งที่ขายสินค้าท้องถิ่นซึ่งสามารถต่อรองราคาได้ เป็นต้น ขายสินค้าแฟชั่นทุกประเภทสำหรับสุภาพสตรีและสุภาพบุรุษ และทุกเพศทุกวัย โดยมีช้อปและแบรนด์สินค้าที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก เช่น MCM, Aidas, Zara, Dior, Gucci, Louis Vuitton, Balenciaga, Fendi, Prada, Saint Laurant, Dolce&Gabbana, Miu Miu, Burberry, Bvlgari, Coach, Armani เป็นต้น



ภาพที่ 98 Yung Kee Restauran
ที่มา : <https://www.flickr.com/> (2561)



ภาพที่ 99 เมนูร้าน Yung Kee Restaurant
ที่มา : <https://yungkee.com.hk/> (2561)



ภาพที่ 100 ซ้อปิ้งย่านเซ็นทรัล

ที่มา : <http://www.hong-kong-hotels.ws/hotels/where-to-stay.htm> (2561)

ช่วงค่ำ

นำคณะเดินทางชมความสวยงามของอ่าววิคตอเรีย และชมโชว์ A Symphony of Lights เป็นการแสดงโชว์มัลติมีเดียยามค่ำของทุกคืน เวลา 20.00 น. ณ บริเวณเลียบบ่อวิคตอเรียฝั่งเกาลูน เป็นการแสดงโชว์ที่ใช้ตึกสูงจากทั้งฝั่งเกาะฮ่องกงและฝั่งเกาลูนเป็นตัวแสดง ประกอบกับแสง สี เสียงต่างๆ โดยใช้เวลาประมาณ 15 นาที เป็นการแสดงที่ทำให้ค่าคืนของอ่าววิคตอเรียเต็มไปด้วยชีวิตชีวาและความสวยงาม ซึ่งการแสดงนี้ถูกบันทึกจาก Guinness World Record ว่าเป็น “การแสดงแสง สี เสียงถาวรกลางแจ้งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก” จากนั้นนำคณะเดินทางเข้าสู่ที่พัก Hyatt Regency Hong Kong ระดับ 5 ดาว หรือเทียบเท่า เพื่อพักผ่อนตามอัธยาศัย ซึ่งโรงแรมตั้งอยู่ใกล้อ่าววิคตอเรีย สามารถมองเห็นทิวทัศน์อ่าววิคตอเรียจากที่พักได้

นอกจากนี้ยังสะดวกในการเดินทางและการช้อปปิ้ง เนื่องจากอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้ามหานคร สาย East Tsim Sha Tsui เพียง 3 นาที เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีบริการฟรีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือ Wi-Fi



ภาพที่ 101 Hyatt Regency Hong Kong ภาพที่ 102 วิวจากห้องพัก Hyatt Regency Hong Kong
ที่มา : <http://lovelyhongkong.com/> (2561) ที่มา : <https://www.topmiles.com/blog/> (2561)

วันที่สี่ อีตระช้อปปี้งย่าน Tsim Sha Tsui (อีตระท่องเที่ยวเต็มวัน)

ช่วงเช้า รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม จากนั้นให้ท่านอีตระตามอัธยาศัยสามารถเดินช้อปปี้งย่านจิมซาโจ้ย อีตระรับประทานอาหารกลางวันและอาหารเย็นตามอัธยาศัยจนถึงเวลาที่นัดหมาย ย่านจิมซาโจ้ยเป็นย่านช้อปปี้งที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของฮ่องกง รวบรวมร้านค้าต่างๆ ทั้งสินค้าแฟชั่น เครื่องสำอาง น้ำหอม เครื่องประดับ และสินค้าอื่นๆอีกจำนวนมาก ทั้งแบรนด์ระดับสูงและแบรนด์ท้องถิ่นที่ราคาปานกลาง รวมถึงร้านอาหารและร้านขนมต่างๆตลอดเส้นทางและของถนน ซึ่งภายในย่านจิมซาโจ้ยแห่งนี้มีศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าจำนวนมาก เช่น 1881 Heritage, Silvercord, The One, K11, SOGO, iSquare, T Galleria, Miramar Shopping Centre, Mira Mall, Park Lane Shopper's Boulevard เป็นต้น ซึ่งช้อปและแบรนด์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยูู้จัก เช่น Converse, Uniqlo, Muji, Giordano, Cartier, MontBlanc, Tiffany & Co., Calvin Klein, Omega, Chanel, Dior, Coach เป็นต้น ช้อปปี้งตามเส้นถนนนาธาน ถนนเส้นหลักของย่าน และถนนสายต่างๆที่ตัดผ่าน เช่น ถนนแคมเรอน(Cameron) และถนนเกรนวิลล์(Granville) เป็นถนนสายช้อปปี้งที่แยกออกมาจากเส้นหลักอย่าง

ถนนนาธาน ซึ่งใน 2 เส้นนี้จะเต็มไปด้วยแบรนด์ท้องถิ่น สินค้าต่างๆราคาปานกลาง ไม่สูงเกินไป และถนนแคนตัน(Canton) เป็นถนนสายช้อปปิ้งที่ขนานกับถนนนาธาน เป็นถนนเส้นที่รู้จักในชื่อ “ถนนแบรนด์เนม” เนื่องจากสินค้าทั้งสองฝั่งของถนนเส้นนี้เป็นสินค้าแบรนด์เนมจำนวนมาก และความพิเศษของการช้อปปิ้งสินค้าแบรนด์เนมที่ฮ่องกง คือ สินค้าแบรนด์เนมเหล่านี้เป็นสินค้าปลอดภาษี



ภาพที่ 103 ย่านช้อปปิ้งในจิมซาโจ้ย

ที่มา : <https://www.wonderwardrobes.com/> (2561)

วันที่ห้า ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ - ท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง - กรุงเทพมหานคร

ช่วงเช้า รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม จากนั้นนำคณะเดินทางไปยังเกาะลันเตาสู่ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ สวนสนุกในเครือของวอลท์ ดิสนีย์ ถูกสร้างเป็นแห่งที่ 5 จากสวนสนุกดิสนีย์แลนด์ทั่วโลกเป็นดินแดนแห่งความฝันและจินตนาการที่เต็มไปด้วยความสนุกสนาน ความตื่นเต้น และความรื่นเริงต่างๆ ภายในแบ่งออกเป็น 7 โซน ได้แก่ Main Street U.S.A., Adventureland, Grizzly, Mystic Point, Toy Story Land และ Tomorrowland แต่ละโซนจะถูกจัดเป็นธีมต่างๆที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างกัน ภายในรวบรวมเครื่องเล่นและกิจกรรมต่างๆที่น่าสนุกและน่าสนใจจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีร้านขายของที่ระลึก และร้านอาหารหลากหลายประเภทให้เลือกทาน รวมถึงยังมีขบวนพาเหรดและโชว์การแสดงสุดอลังการจากเหล่าตัวละครดิสนีย์ ร่วมด้วยนักกายกรรมหรือนักแสดงผาดโผนต่างๆ 2 ชุด ในช่วง 16.00 น. และช่วงค่ำ

เวลา 19.30 น. ณ Main Street U.S.A. ซึ่งขบวนพาเหรดทั้งสองชุดต่างให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน เนื่องจากขบวนพาเหรดในช่วงค่ำ ทั้งอุปกรณ์และตัวละครต่างๆ จะถูกประดับตกแต่งด้วยไฟ LED ทำให้อ่ามค่ำคืนในสวนสนุกดิสนีย์แลนด์แห่งนี้ เต็มไปด้วยความครึกครื้นและความงดงาม อิสระรับประทานอาหารกลางวันและอาหารเย็นตามอัธยาศัย จนถึง 20.00 น. พร้อมกันที่นัดหมาย สมควรแก่การนำท่านไปยังท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง หรือสนามบิน Chek Lap Kok เพื่อเตรียมตัวกลับประเทศไทย ภายในท่าอากาศยานมีร้านอาหารและร้านค้าปลอดภาษีต่างๆจำนวนมาก ซึ่งจะมีเวลาให้ทุกท่านช้อปปิ้งและเลือกซื้อของที่ระลึกต่างๆ นอกจากนี้ภายในสนามบินยังมีบริการฟรี Wi-Fi สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ฟรี

- 00.40 น.** ออกเดินทางไปยังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย (ระยะเวลาเดินทาง 3 ชม.)
- 03.00 น.** เดินทางถึงประเทศไทยโดยสวัสดิภาพ

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกงของกลุ่ม Gen-Y” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง และเพื่อเสนอแนะการพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม และการวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร หนังสือหรือข้อมูลต่างๆที่มีผู้จัดทำและรวบรวมไว้ รวมถึงแผนที่ ผลงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวจะใช้รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนเป็นตัวกำหนดในการแบ่งข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป โดยผู้วิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 แหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง

จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในฮ่องกงที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทางนันทนาการมากที่สุด เช่น การช้อปปิ้งตามย่านหรือแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ ท่องเที่ยวในสวนสนุก เป็นต้น โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเภทการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในฮ่องกงที่ปรากฏในข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y เดินทางไปท่องเที่ยว ดังนี้

1) เกาะฮ่องกง มีแหล่งท่องเที่ยวทางนันทนาการที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y เดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ ถนนและแหล่งช้อปปิ้งในย่านเซ็นทรัล เช่น ถนนควีนส์โรด(Queen's Road) เป็นต้น โอเชียนปาร์ค(Ocean Park) ลานไควฟง(Lan Kwai Fong) ย่านโอลด์ทาวน์เซ็นทรัล (Old Town Central) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ วิกตอเรียพีค(Victoria Peak: The Peak) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ศาลเจ้าแม่กวนอิม(Kwun Yam Shrine)

2) เกาลูน มีแหล่งท่องเที่ยวทางนันทนาการที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y เดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ ถนนและแหล่งช้อปปิ้งในย่านจิมซาโจ้ยและย่านมงก๊ก เช่น ถนนนาธาน(Nathan Road) ถนนแคนตัน(Canton Road) เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ A Symphony of Lights และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ได้แก่ วัดห่องไท่ซิน(Wong Tai Sin Temple)

3) เกะลันเตา มีแหล่งท่องเที่ยวทางนันทนาการที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y เดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ ฮองกงดิสนีย์แลนด์(Hong Kong Disneyland)

5.1.2 แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง

จากการศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกงมีทั้งกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่ำ คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท และกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้สูง คือ ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป โดยทั้งสองกลุ่มต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนผ่อนคลายความตึงเครียด และต้องการสร้างประสบการณ์ สัมผัสบรรยากาศและเปิดมุมมองใหม่ๆ ในสิ่งที่ไม่เคยเจอในชีวิตหรือจากสถานที่ที่ตนอาศัยอยู่ โดยแรงจูงใจที่ทำให้เลือกฮ่องกงเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว คือ การคมนาคมที่ดี ทั้งการเดินทางไปกลับและระบบการขนส่งมวลชนภายใน ที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวภายในฮ่องกงสะดวกสบาย เดินทางไปยังสถานที่อื่นๆ ได้ง่าย ทั้งถึงและรวดเร็ว อีกทั้งแหล่งช้อปปิ้งที่มีจำนวนมากและครอบคลุมทั่วทั้งฮ่องกง

ส่วนด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเป็นเวลา 3 - 5 วัน โดยเลือกไปช่วงเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ มีจำนวนสมาชิกร่วมเดินทาง 2 - 4 คน และมักมีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน โดยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต มีกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ การช้อปปิ้ง ดังนั้น นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ย่านหรือถนนสายช้อปปิ้งต่างๆ ในฝั่งเกาลูนและฝั่งเกาะฮ่องกงจึงเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y เลือกไปมากที่สุด สินค้าที่ซื้อเป็นสินค้าแฟชั่น และจะรับประทานอาหารตามข้างทางหรือร้านตามย่านแหล่งช้อปปิ้งหรือแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไป โดยเลือกพักผ่อนที่โรงแรมที่มีการเดินทางที่สะดวกและปลอดภัย ซึ่งย่านจิมซาโจ้ยในฝั่งเกาลูนและย่านเซ็นทรัลในฝั่งเกาะฮ่องกงเป็นย่านที่เลือกในการทำกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ทั้งนี้ส่วนที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนของทั้งสองกลุ่ม คือ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในแต่ละด้าน เนื่องจากงบประมาณหรือกำลังในการใช้จ่ายที่มีต่างกัน โดยกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงมักใช้จ่ายในแต่ละด้านด้วยจำนวนเงินที่มากกว่า

5.1.3 การพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม

Gen-Y

จากการศึกษาการพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y พบว่า มีความเป็นไปได้ในการพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y ซึ่งสามารถแบ่งเส้นทางการท่องเที่ยวเป็น 2 เส้นทาง ได้แก่ โปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามมาร่วมพิจารณาในการจัดโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 3 - 5 วัน ในช่วงระหว่างเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ เนื่องจากเป็นช่วงหยุดยาวของคนไทย ช่วงที่ผู้คนต้องการพักผ่อนและท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่สั่งสมมาตลอดทั้งปี และยังเป็นช่วงที่ฮ่องกงมีการจัดเทศกาล Winter Sales สินค้าลดราคาจำนวนมาก ซึ่งการช้อปปิ้งถือเป็นกิจกรรมที่เป็นจุดขายของฮ่องกง เนื่องจากฮ่องกงเป็นเมืองเศรษฐกิจที่มีแหล่งช้อปปิ้งจำนวนมากทั่วทั้งฮ่องกง โดยวางแผนเดินทางไปช้อปปิ้งเป็นหลัก เน้นแหล่งช้อปปิ้งในย่านจิมซาโจยของฝั่งเกาะลูนและย่านเซ็นทรัลของฝั่งเกาะฮ่องกงมากที่สุด ซึ่งทั้ง 2 ย่าน เป็นย่านธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรมที่สำคัญของฮ่องกง

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกงของกลุ่ม Gen-Y” ซึ่งให้เห็นว่า Gen-Y มีรูปแบบพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ กล่าวคือ ส่วนใหญ่ต้องการที่จะพักผ่อน สร้างประสบการณ์ สัมผัสบรรยากาศและเปิดมุมมองใหม่ๆ เพื่อแสวงหาในสิ่งที่ไม่เคยเจอในชีวิตหรือจากสถานที่ที่ตนอาศัยอยู่ ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นภายในหรือแรงผลักดัน (Push Factor) ที่ส่งผลให้ Gen-Y ออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางกายภาพ (Physiological Need) โดยมองหาสถานที่ที่มั่นคงด้านความปลอดภัย (Safety Needs) และเนื่องด้วยฮ่องกงตั้งอยู่ตรงเขตสามเหลี่ยมเศรษฐกิจปากแม่น้ำเพิร์ลบนชายฝั่งตอนใต้ของจีน ซึ่งเป็นตำแหน่งภูมิศาสตร์ที่ทำให้ฮ่องกงกลายเป็นศูนย์กลางการค้าและเศรษฐกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก รวมถึงนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เช่น ฟรีวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นพลเมืองจากประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดเทศกาล Winter Sales ในเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน เทศกาล Summer Sales ในเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ และในช่วงเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคมก็มีการจัดเทศกาล

แห่งการช้อปปิ้ง(Hong Kong Shopping Festival) สินค้าลดราคาทั้งฮ่องกง เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในช่วง Low Season เนื่องจากเป็นช่วงฤดูร้อน สภาพอากาศร้อนชื้นและมีฝนตกชุก ซึ่งนโยบายหรือเทศกาลเหล่านี้ส่งเสริมให้ฮ่องกงประสบความสำเร็จด้านการท่องเที่ยว สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง หลากหลายและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะย่านหรือถนนสายช้อปปิ้ง ซึ่งเป็นจุดขายของฮ่องกง นอกจากนี้ยังมีระบบขนส่งมวลชนที่หลากหลาย สะดวกรวดเร็วและครอบคลุมทั่วทั้งฮ่องกง ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นภายนอกหรือแรงดึง(Pull Factor) ที่ทำให้ตัดสินใจเลือกฮ่องกงเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยว กล่าวได้ว่าแรงผลักและแรงดึงเป็นพื้นฐานที่ขับเคลื่อนให้ Gen-Y แสดงพฤติกรรมต่างๆในการท่องเที่ยว

นอกจากนี้การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y ยังชี้ให้เห็นว่า ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ โดยใช้ระยะเวลาการท่องเที่ยว 3 - 5 วัน และเดินทางเพื่อพักผ่อน มีการวางแผนก่อนการเดินทางอย่างน้อย 1 เดือน พักผ่อนที่โรงแรม โดยคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัยที่ดี และใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวหรือย่านช้อปปิ้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนาวดีใจสุข (2558) ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ลักษณะการท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และพฤติกรรมด้านการเลือกโรงแรมเป็นสถานที่พักผ่อน และงานวิจัยในต่างประเทศของ TAN LAY YEN (2015) ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง และพฤติกรรมด้านการเลือกโรงแรมเป็นสถานที่พักผ่อน โดยย่านที่เลือกสำหรับการท่องเที่ยว พักผ่อน รับประทานอาหาร หรือทำกิจกรรม โดยเฉพาะการช้อปปิ้ง คือย่านจิมซาโจยของเกาลูนและย่านเซ็นทรัลของเกาะฮ่องกง เนื่องด้วยย่านจิมซาโจยและย่านเซ็นทรัลเป็นย่านหลักสำหรับอุตสาหกรรมและการค้าทั้งหมดของฮ่องกง และใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อช่วยในการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ TAN LAY YEN (2015) ในพฤติกรรมด้านการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการวางแผนและหาข้อมูลการท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมโดยทั่วไปของกลุ่ม Gen-Y ที่ไม่ชอบถูกบังคับให้อยู่ในกรอบหรือเงื่อนไข ทำให้เลือกท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าเดินทางกับบริษัททัวร์ อีกทั้ง Gen-Y เกิดมาในยุคที่มีเทคโนโลยีที่เพียบพร้อม มีระบบอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมและรวดเร็ว ดังนั้น เทคโนโลยีหรือระบบอินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการค้นหาข้อมูลและช่วยในการตัดสินใจสำหรับกลุ่ม Gen-Y และทำให้ Gen-Y มีพฤติกรรมที่ชอบความสะดวกสบายและรวดเร็ว ไม่ชอบรออะไรนานๆ จึงทำให้เลือกสถานที่สำหรับการทำกิจกรรมหรือพักผ่อนที่มีการคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่ายและตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้กัน

สอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศของ Joanna Kowalczyk-Aniol (2012) ในด้านพฤติกรรมที่ชื่นชอบในความอิสระและความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 เชนโยบาย

จากการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกงของกลุ่ม Gen-Y” พบว่างานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเพื่อพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y ซึ่งในปัจจุบัน Gen-Y เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากและใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูง ซึ่งคาดว่าในอนาคตก็จะมีค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นอีก ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของคนกลุ่มนี้จึงได้ทำการศึกษา เพื่อทราบถึงรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวหรือปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในการนำผลการวิจัยนี้ไปใช้วางแผน ส่งเสริม และพัฒนา สำหรับการจัดการโปรแกรมและเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่ม Gen-Y ต่อไป

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีความคิดเห็นว่า ควรนำมาใช้กับการท่องเที่ยวไทยเช่นกัน เนื่องด้วยพื้นฐานประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและสวยงามจำนวนมาก รวมทั้งสถานบันเทิงหรือถนนคนเดินที่ครึกครื้นและมีชื่อเสียงที่สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งวันเช่นเดียวกับฮ่องกง จึงควรมีกกลยุทธ์ที่ทำให้การท่องเที่ยวของไทยเป็นที่นิยม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของไทยให้มีความน่าสนใจสอดคล้องกับรูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เป็นการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y โดยนำจุดแข็งทางการท่องเที่ยวของไทยเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายการเดินทาง

5.3.2 เชนงานวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในฮ่องกงของกลุ่ม Gen-Y” พบว่างานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเพื่อพัฒนาโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen-Y ซึ่งจากการศึกษาผู้วิจัยศึกษาเพียงรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ชาวไทยเท่านั้น ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ควรศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ชาตินอื่นๆ เช่น ชาวจีน ชาวญี่ปุ่น ชาวเกาหลี เป็นต้น และ

นำข้อมูลของนักท่องเที่ยวงาน Gen-Y แต่ละชาติมาเปรียบเทียบกัน เพื่อดูว่ารูปแบบและพฤติกรรมของ Gen-Y แต่ละชาติเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางสำหรับการวางแผนส่งเสริม และพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เป็นการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ในประเทศไทย

5.4 ข้อจำกัดในการศึกษา

5.4.1 พบปัญหาในการเข้าถึงข้อมูลของแหล่งข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต เนื่องจากข้อมูลบางแห่งจำกัดในการเข้าถึงข้อมูล ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลนั้นได้ รวมถึงไฟล์ข้อมูลที่หมดอายุ เนื่องจากไฟล์งานนั้นถูกเผยแพร่มานาน หรือมีปัญหาบางอย่าง ส่งผลให้ไฟล์นั้นไม่สามารถโหลดและเข้าถึงข้อมูลได้

5.4.2 ข้อจำกัดในด้านระยะทางและงบประมาณ เนื่องจากผู้วิจัยต้องเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในฮ่องกง ทั้งฝั่งเกาะฮ่องกง เกาลูน และเกาะลันเตา ซึ่งการเดินทางไปฮ่องกง มีระยะทางในการเดินทางค่อนข้างนาน และต้องใช้งบประมาณจำนวนหนึ่ง จึงทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถลงพื้นที่ไปยังฮ่องกงได้ศึกษาได้ในพื้นที่ที่จำกัด ส่งผลให้ข้อมูลบางส่วนอาจไม่สมบูรณ์

5.4.3 นักท่องเที่ยวในกลุ่มประชากรตัวอย่างบางรายไม่ให้ความร่วมมือ รวมทั้งเลือกผิดถิ่นจากคำสั่งในการทำแบบสอบถามในบางประการ ส่งผลให้ข้อมูลที่ได้รับบางส่วนอาจไม่สมบูรณ์

บรรณานุกรม

หนังสือและเอกสารตีพิมพ์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2533). *ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จันทร์ ชุ่มเมืองปึก. (2546). *แรงจูงใจและการจูงใจสร้างปาฏิหาริย์*. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้ากรู๊ป.

นิตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

จิตติกานต์ นิธิอุทัย. (2557). *ฮ้างกง ขอร้ตค้ต*. กรุงเทพฯ: เที้ยวสนุก

คู่ย ชุมสาย และฉุบพัน พรหมโยธี. (2527). *ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

นwor แจ่มบำ และคณะ. (2560). *เที้ยว เฮ เป้ย กิน ฮ้างกง มาเก๊า เซินเจิ้น*. กรุงเทพฯ: DPLUS.

นิคม จารุณี. (2544). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์

นิตา ช้ชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). *การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรรณา วงษ์วานิช. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

_____. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.

ศิริภพ มหรรณสุวรรณ. (2559). *ฮ้างกง-มาเก๊า เล่มเดียวเที่ยวได้จริง*. กรุงเทพฯ: The Letter Publishing

สุวิรัตน์สนัญ โสภณศิริ. (2554). *Tourist behavior analysis*. กรุงเทพฯ: อินทนิล.

เสนาะ ตีเยาว์. (2543). *หลักการบริหาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุปรัตน์ เฟ็งสถิตย์. (2544). *จิตวิทยาเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Supermod. (2559). *คู่มือเที่ยวตามใจชอบฮ้างกง*. กรุงเทพฯ: ทิบ ไทย อินเตอร์ บู้ค

Abraham H. Maslow. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper.

Adler, A. (1964). *Problems of neurosis*. New York: Harper & Row.

Allen, L., and Santrock, J. (1993). *Psychology: The contexts of behavior*. Dubuque, IA:

William C. Brown.

- Berkman, H.W., Lindquist, J.D. and Sirgy, M.J. (1996). **Consumer behavior**. Illinois: NTC business books.
- Cohen, E. (1979). "A Phenomenology of Tourist Experience." **Sociology** 13, 2 (May): 179-201.
- Crompton, John L. and McKay, Stacey L. (1997). "Motives of visitors attending festival event." **Annals of tourism research** 24, 2 (April): 425-439.
- Dann G., (1997). "Anomie, ego-enhancement and tourism." **Annals of Tourism Research** 4, 4 (March-April): 184-194.
- Glass, A. (2007). "Understanding generation differences for competitive success." **Industrial and commercial training** 39, 2 (March): 98-103.
- Iso-Aloha, S.E. (1982). "Toward a social psychology theory of tourism motivation: A rejoinder." **Annals of tourism research** 9, 2 (February): 256-262.
- Klenosky D. (2002). "The pull of tourism destinations: A means-end investigation". **Journal of Travel Research** 40, 4 (May): 385-395.
- Luthans, F. (1992). **Organizational behavior**. Singapore: McGraw-Hill.
- Maslow, A. H. (1943). "A Theory of Human Motivation." **Journal Psychology Review** 50, 370-396.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). **Consumer behaviour in tourism**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Walter B. Kolesnik. (1978). **Motivation : understanding and influencing human behavior**. Boston: Allyn and Bacon.
- Weaver, D. and Lawton, L. (2006). **Tourism Management**. Australia: John Wiley & Sons.

วิทยานิพนธ์

- รัตนาวดี ไสจุล. (2558). "พฤติกรรมตามแนวความคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่." วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วัชรภรณ์ รัชชปศรี. (2551). "พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตน โกสินทร์ กรุงเทพมหานคร." ปริญญานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุชาดา สุขบำรุงศิลป์. (2553). “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนวิศวกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

Joanna Kowalczyk-Aniol. (2012). “Tourism Trends Among Generation Y In Poland.”
University Of Lodz.

TAN LAY YEN. (2015). “A Study of Generation Y Travel Behaviour in Malaysia.”
University Teknologi Malaysia.

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. (2560) ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.senate.go.th/>

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ. (2558). พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายชาวไทย ต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.tnrr.in.th/>

ฐานเศรษฐกิจ. (2559). อ่องกงผงาดขึ้นครองอันดับ 1 ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงสุดของโลก. เข้าถึงเมื่อ 22 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.thansettakij.com/>

ที แอนด์ ที ฮอลิเดย์ ทัวร์. (2560). ข้อมูลท่องเที่ยวประเทศฮ่องกง. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.tntholidaystour.com/>

เที่ยวฮ่องกง Hong Kong Fan Club. (2560). **Lan Kwai Fong Beer and Music Fest 2017**. เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/hongkongfanclub/>

บิซ เซอร์วิส. (2560). ข้อมูลท่องเที่ยวฮ่องกง. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.biz.co.th/>

ปิยะนาถ. (2545). ความหมายของพฤติกรรม. เข้าถึงเมื่อ 23 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก http://www.research-system.siam.edu/images/independent/Factors_Affected_The_Behavior_of_Traders_Stalls_License_Fees_Collection_Area_/9_บทท_2.pdf

ผู้จัดการ 360°. (2554). “ฮ่องกง” หนึ่งเดียวของเอเชีย ติด10เมืองน่าเที่ยวที่สุดในโลก. เข้าถึงเมื่อ 23 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/>

รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. (2560). รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เข้าถึงเมื่อ 29 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://secretary.mots.go.th/>

- รัฐจิงฮ่องกง. (2561). **ชมวิวยอดเยี่ยมในฮ่องกงที่ยอดเขาวิกตอเรียพีค**. เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.roojinghongkong.com/ชมวิวยอดเยี่ยมในฮ่องกง/>
- ศศิกา ถิ่น. (2555). **ฮ่องกงครองอันดับ 1 การเป็นศูนย์กลางการเงินของโลก 2 ปีซ้อน**. เข้าถึงเมื่อ 22 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaibizchina.com/>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส. (2559). **พฤติกรรมกรรมการบริโภคและช่องทางการตลาดสำหรับ Generation ต่างๆ**. เข้าถึงเมื่อ 29 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก http://www.thaitradeusa.com/home/wp-content/uploads/2016/07/TTCLA_Market_Report_Generation_Jun2016.pdf
- สำนักวิชาการศึกษาทั่วไปและนวัตกรรมการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์. (2560). **แนวคิดพื้นฐานพฤติกรรมมนุษย์**. เข้าถึงเมื่อ 29 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก [http://www.teacher.ssru.ac.th/องค์การการท่องเที่ยวโลก. \(2560\). รูปแบบการท่องเที่ยว. เข้าถึงเมื่อ 24 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก https://tourismatbuu.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/รูปแบบการท่องเที่ยว/](http://www.teacher.ssru.ac.th/องค์การการท่องเที่ยวโลก. (2560). รูปแบบการท่องเที่ยว. เข้าถึงเมื่อ 24 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก https://tourismatbuu.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/รูปแบบการท่องเที่ยว/)
- Agility Research. (2560). **ถอดรหัสพฤติกรรมท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลในเอเชีย**. เข้าถึงเมื่อ 22 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <https://www.voicetv.co.th/watch/409833>
- Aorautapon. (2560). **วิธีการไหว้ขอพรศาลเจ้าแม่กวนอิม Kwun Yam Shrine ณ Repulse Bay**. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://pantip.com/topic/37037282>
- BIC สถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองฮ่องกง. (2560). **เขตบริหารพิเศษฮ่องกง (Hong Kong Special Administrative Region: HKSAR)**. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaibizchina.com/>
- BLT Bangkok. (2560). **ต้องคนยุคมิลเลนเนียล ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง**. เข้าถึงเมื่อ 22 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.bltbangkok.com/>
- DPlus Guide Team. (2557). **เที่ยวฮ่องกงขอพรเทพเจ้าศาลเจ้าแม่กวนอิม (Kwun Yam Shrine) ที่หาดรีพัลส์เบย์**. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.dplusguide.com/2014/kwun-yam-shrine-hong-kong>
- _____. (2557). **เที่ยวฮ่องกงซื้อปิ้งห่อฮูฮาเบอร์และถนนแคนตัน (Harbour City and Canton Road)**. 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.dplusguide.com/2014/hongkong-harbour-city-and-canton-road>
- Euromonitor International. (2560). **ฮ่องกงคว้าแชมป์ 100 อันดับเมืองท่องเที่ยวโลก กรุงเทพมหานครอันดับสอง**. เข้าถึงเมื่อ 23 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <https://2baht.com/top-100-city-destinations/>

- Expedia. (2561). **ลานไควฟง**. เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://www.expedia.co.th/Lan-Kwai-Fong-Central.d6124645.Place-To-Visit>
- Go!Graph. (2560). [Go!Graph x HK Disneyland] **พาเที่ยวฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ ล่าสุดของเล่นใหม่**.
 เข้าถึงเมื่อ 25 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.go-graph.com/2017/02/hk-disneyland-2017/>
- goholidaynow.com. (2560). **ข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศฮ่องกง**. เข้าถึงเมื่อ 23 เมษายน 2560.
 เข้าถึงได้จาก <http://www.goholidaynow.com/?p=994>
- Hong Kong Fanclub. (2561). **The Symphony of Lights - โชว์แสงสีเสียงกลางแจ้งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก**.
 เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<http://www.hongkongfanclub.com/index.php?topic=4645.0>
- Hongkong International Theme Parks Limited. (2561). **Hong Kong Disneyland**. เข้าถึงเมื่อ
 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.hongkongdisneyland.com/th/>
- The Hong Kong Tourism Board. (2560). **รู้จักฮ่องกง**. เข้าถึงเมื่อ 29 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก
<http://www.discoverhongkong.com/>
 _____ . (2561). **Old Town Central**. เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2561.
 เข้าถึงได้จาก <http://m.discoverhongkong.com/eng/neighbourhoods/old-town-central.jsp>
 _____ . (2560). **ฤดูกาล**. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก
<http://www.discoverhongkong.com/th/plan-your-trip/traveller-info/about-hong-kong/climate.jsp>
 _____ . (2560). **ตำแหน่งที่ตั้ง**. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560.
 เข้าถึงได้จาก <http://www.discoverhongkong.com/th/plan-your-trip/traveller-info/about-hong-kong/location.jsp>
 _____ . (2560). **การขอวีซ่า**. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก
<http://www.discoverhongkong.com/th/plan-your-trip/traveller-info/immigration-and-customs/applying-visa.jsp>
 _____ . (2560). **A Symphony of Lights**. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560.
 เข้าถึงได้จาก <http://www.discoverhongkong.com/th/see-do/highlight-attractions/harbour-view/a-symphony-of-lights.jsp>

- IMD World Competitiveness Center. (2559). **ฮ่องกงผงาดขึ้นครองอันดับ 1 ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงสุดของโลก**. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.thansettakij.com/content/57844>
- Jinny. (2555). **Canton Road ถนนเส้นนี้จำชื่อไว้ให้ดีสาวกแบรนด์เนม**. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.packagetourhongkong.com/webboard/index.php?topic=106.0>
- John Tsang (2555). **ฮ่องกงครองอันดับ 1 การเป็นศูนย์กลางการเงินของโลก 2 ปีซ้อน**. เข้าถึงเมื่อ 23 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/china-economic-business/result.php?SECTION_ID=465&ID=11515
- K@POOK!. (2560). **มาด้วยกัน คน 8 เจเนอเรชั่น คุณอยู่ในกลุ่มไหนนะ?**. เข้าถึงเมื่อ 22 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <https://highlight.kapook.com/view/83492>
- Mapnail. (2560). **แผนที่ - เขตบริหารพิเศษฮ่องกง (Hong Kong Special Administrative Region)**. เข้าถึงเมื่อ 30 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก http://www.mapnail.com/th/แผนที่-เขตบริหารพิเศษฮ่องกง_1072674.html
- Mommaom. (2560). **ไหว้พระฮ่องกง 2 “วันเดียว 5 วัด”**. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://mommyaom.com/2017/03/15/ไหว้พระฮ่องกง-ตอน-2-ตอนวี/>
- MoneyHub. (2559). **เรามีทั้งหมดกี่ Gen และ แต่ละ Gen คือยุคไหน ?**. เข้าถึงเมื่อ 22 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <https://moneyhub.in.th/article/generation-people/>
- Mipalapilii. (2560). **กลับไปเป็นเด็กอีกครั้งที่ OCEAN PARK HONG KONG**. เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.palapilii-thailand.com/archives/4982>
- On a Budget. (2561). **A Symphony of Lights โชว์สุดอลังการริมอ่าววิคตอเรียตำแหน่ง**. เข้าถึงเมื่อ 10 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://earnonabudget.wordpress.com/2017/09/15/a-symphony-of-lights-โชว์สุดอลังการริมอ่าว/>
- Orbitglass. (2557). **Hong Kong 9-เกาลูน (Kowloon) ย่านจิมซาจุ่ย**. เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.travelzi.com/>
- Pongphop Songsiriarcha. (2560). **รีวิวความสนุกจากโอเชียนปาร์คฮ่องกง (OCEAN PARK HONG KONG)**. เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.klook.com/th/blog/ocean-park-hong-kong-guide/>
- Sanook. (2559). **“วัดหวังต้าเซียน” ไหว้พระสละโสดและเสี่ยงเซียมซีสุดแม่น!**. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://horoscope.sanook.com/110141/>

- Skytrax. (2560). ข้อมูลสนามบินฮ่องกง. เข้าถึงเมื่อ 24 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <https://www.skyscanner.co.th/airports/hkg/hong-kong-international-airport.html>
- TalonTiew. (2560). เดอะ พีค - The Peak จุดชมวิวพาโนรามาเมืองฮ่องกง. เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <https://www.talontiew.com/the-peak-hong-kong/>
- _____. (2561). วัดห้วงไทซินหรือวัดหวังต้าเซียน Wong Tai Sin Temple. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.talontiew.com/wong-tai-sin-temple-hongkong/>
- _____. (2561). สวนสนุกโอเชียนปาร์ค - Ocean Park. เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.talontiew.com/ocean-park-hong-kong/>
- Thai Civil Rights and Investigative Journalism: TCIJ. (2559). ตำรวจ 'ความฝัน Gen-Y' ไทยหนึ่งท่อม ธุรกิจล้ม 50-50 Startup ทั่วโลกสะอึก. เข้าถึงเมื่อ 23 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <https://www.tcijthai.com/news/2016/11/scoop/6527/>
- Thammasat Institute of Area Studies: TIARA. (2560). เขตบริหารพิเศษ ฮ่องกง. เข้าถึงเมื่อ 23 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://apecthai.org/คลังความรู้เศรษฐกิจระหว่างประเทศ/เอเชีย/583-เขตบริหารพิเศษฮ่องกง.html>
- TiewnokDotCom. (2558). นั่งรถรางไปชมวิวฮ่องกงจากมุมสูงที่ Victoria Peak. เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.tiewnok.com/victoriapeak/>
- travel.thaiza.com. (2555). เที่ยวฮ่องกง ตอน 1 ตลุย! เกาะลูนและเขตนิเวศน์ธรรมชาติ. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://travel.thaiza.com/>
- TripBarometer. (2557). มาพบกับนักท่องเที่ยวรุ่นมิลเลนเนียลที่จะนำเงินมหาศาลมาให้คุณ. เข้าถึงเมื่อ 23 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก <https://th.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w620>
- Wonderfulpackage. (2559). ฮ่องกงลดทั้งเกาะ 70-80% กับ Hongkong Summer Sale. เข้าถึงเมื่อ 19 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
- World Economic Forum: WEF. (2555). ฮ่องกงครองอันดับ 1 การเป็นศูนย์กลางการเงินของโลก 2 ปีซ้อน. เข้าถึงเมื่อ 22 เมษายน 2560. เข้าถึงได้จาก http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/china-economic-business/result.php?SECTION_ID=465&ID=11515
- Ydodee. (2559). จุดชมวิวสวยที่สุดในฮ่องกง. เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://talkreungteaw.blogspot.com/2016/07/the-peak-tower-hong-kong.html>
- Census and Statistics Department 政府統計處. Hong Kong Statistics. Accessed April 24. Available from <http://www.censtatd.gov.hk/>

The Hong Kong Tourism Board. (2017). **Research & Statistics**. Accessed April 22. Available from https://partnet.hktb.com/en/research_statistics/latest_statistics/index.html?gvHelpers=FROM_DATE&gvHelperp=false&gvHelperp=1

_____. (2016). **Monthly Report - Visitor Arrivals Statistics : Dec 2016**. Accessed April 22. Available from https://partnet.hktb.com/filemanager/intranet/pm/VisitorArrivalStatistics/ViS_Stat_E/VisE_2016/Tourism%20Statistics%2012%202016.pdf

_____. (2017). **Monthly Report - Visitor Arrivals Statistics : Jul 2017**. Accessed April 22. Available from https://partnet.hktb.com/filemanager/intranet/pm/VisitorArrivalStatistics/ViS_Stat_E/VisE_2017/Tourism%20Statistics%2007%202017.pdf

Longitude and latitude / GPS coordinates. (2018). **Find longitude and latitude / GPS coordinates of location, place and city**. Accessed April 4. Available from <https://www.gps-latitude-longitude.com>

Millennial Marketing. (2017). **Who Are Millennials**. Accessed April 22. Available from <http://www.millennialmarketing.com>

Ocean Park Hong Kong. (2018). **Ocean Park**. Accessed April 7. Available from <https://www.oceanpark.com.hk/en>

The Peak. (2018). **The Peak**. Accessed April 4. Available from <https://www.thepeak.com.hk/en/home.asp>

The Tourism Commission. (2017). **Tourism Fact Sheets**. Accessed April 22. Available from <http://www.tourism.gov.hk/>

Tourism Western Australia. (2008). **The 5 A's of Tourism**. Accessed April 25. Available from www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html

The United Nations World Tourism Organization: UNWTO. (2016). **UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition**. Accessed April 22. Available from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

_____. (2017). **UNWTO Tourism Barometer**. Accessed April 22. Available from https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/unwto_barom17_01_january.pdf

The World Travel & Tourism Council: WTTC. (2015). **Economic Impact**. Accessed April 22.
Available from <https://www.wttc.org>

ข้อมูลรูปภาพ

ภาพที่ 1. แผนที่ภูมิประเทศฮ่องกง. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

[https://images.mapsofworld.com/earthquake/1477042341hong-kong-map%20\(1\).gif](https://images.mapsofworld.com/earthquake/1477042341hong-kong-map%20(1).gif)

ภาพที่ 2. แผนภูมิอากาศและอุณหภูมิเฉลี่ยในแต่ละเดือนของฮ่องกง. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560.

เข้าถึงได้จาก http://thaifootprint.com/wp-content/uploads/2016/02/Avg-Hi-Low-_-Hong-Kong.png

ภาพที่ 3. สวนสนุก Ocean Park. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<http://vizts.com/wp-content/uploads/2016/01/Ocean-Park-Hong-Kong-beautifull-view.jpg>

ภาพที่ 4. ลานไควฟง. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

http://www.discoverhongkong.com/au/images/dine-drink/where-to-eat/large/2.2.1.1-Lan-Kwai-Fong_03b.jpg

ภาพที่ 5. รูปปั้นรูปปั้นที่ Avenue of Star. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

http://img.themirahotel.com/wp-content/uploads/2014/12/AvenueofStar_Sight-seeing_TsimShaTsui_TheMiraHotelHongKong-1024x682.jpg

ภาพที่ 6. การแสดง A Symphony of Lights. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<http://www.laservision.com.au/wp-content/uploads/2015/01/2-Symphony-of-Light-Hong-Kong1.jpg>

ภาพที่ 7. ตลาด Ladies Market. เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<http://static.panoramio.com/photos/original/9515782.jpg>

ภาพที่ 8. Temple Street Night Market. เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<https://www.roughguides.com/wp-content/uploads/2012/10/42-35899604.jpg>

ภาพที่ 9. วัดห้วงไต้ซิน. เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

http://www.travelohongkong.com/ckeditor/kcfinder/upload/images/wong_tai_sin_temple_hong_kong.jpg

ภาพที่ 10. **Hong Kong Disneyland.** เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<https://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/silverkris-dev/steven/sph142/wpcontent/uploads/2017/05/02181501/hong-kong-disneyland.jpg>

ภาพที่ 11. **ทิวทัศน์เมืองฮ่องกงจาก The Peak.** เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<https://expatliving.hk/wp-content/uploads/2017/07/Marriage-proposal-The-Peak-Hong-Kong-Night-July-2017.jpg>

ภาพที่ 12. **รถราง Peak Tram.** เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<https://media.holidaypirates.com/images/2015/12/tourist-tram-in-hong-kong1449109387-Urhk-facebook@2x.jpg>

ภาพที่ 13. **อาคาร The Peak Tower.** เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/6/6f/PeakTower.jpg/1200px-PeakTower.jpg>

ภาพที่ 14. **จุดชมทิวทัศน์ Sky Terrace 428.** เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/d0/ThePeakTowerViewingTerrace.JPG>

ภาพที่ 15. **สถานที่จัดแสดง The Peak Tram Historical Gallery.** เข้าถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560.

เข้าถึงได้จาก <https://img-cdn.hopetrip.com.hk/2014/0415/20140415013609921.png>

ภาพที่ 16. **แผนที่แสดงที่ตั้งของย่านที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม Gen-Y.**

เข้าถึงเมื่อ 13 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/0/0b/Map_of_Hong_Kong_18_Districts.svg/1384px-Map_of_Hong_Kong_18_Districts.svg.png

ภาพที่ 17. **แผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในกลุ่ม Gen-Y.** เข้าถึงเมื่อ

13 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/0/0b/Map_of_Hong_Kong_18_Districts.svg/1384pxMap_of_Hong_Kong_18_Districts.svg.png

ภาพที่ 18. **ทิวทัศน์บนยอดเขาวิคตอเรียพีค.** เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://tse1.mm.bing.net/th?id=OIP.yDCGhjSRSFGROhlgRMiGCgHaEI&pid=Api>

ภาพที่ 19. **แผนที่แสดงที่ตั้งของ Victoria Peak.** เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://www.google.co.th>

ภาพที่ 20. ภาพปรากฏการณ์ **The Peak Tram Illusion**. เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://www.200studio.com/wp-content/uploads/2017/02/peak-tram-illusion.jpg?5eb245>

ภาพที่ 21. อาคาร **The Peak Tower**. เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

http://www.dailyventure.com/media/highres/Hong-Kong-Peak_Peak-Tower-Exterior.jpg

ภาพที่ 22. พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุสโซ (Madame Tussauds Hong Kong). เข้าถึงเมื่อ

4 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก [http://stylesatlife.com/wp-content/uploads/2014/12/](http://stylesatlife.com/wp-content/uploads/2014/12/Madame-Tussauds-Hong-Kong_hong-kong-tourist-places.jpg)

[Madame-Tussauds-Hong-Kong_hong-kong-tourist-places.jpg](http://stylesatlife.com/wp-content/uploads/2014/12/Madame-Tussauds-Hong-Kong_hong-kong-tourist-places.jpg)

ภาพที่ 23. หุ่น **Park Hae-jin** จาก **K-wave Zone**. เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://s.yimg.com/ny/api/res/1.2/CHe36cGaSXqTbkPNEfnH7A--/YXBwaWQ9aGlnaGxhbmRlcjtzBT0xO3c9ODAwO2lsPXBsYW5l/http://l.yimg.com/os/creatr-images/GLB/>

[2017-03-14/8aa95900-088b-11e7-a92b-bfa2a4ca9b7a_parkhaejinwax.jpg](https://s.yimg.com/ny/api/res/1.2/CHe36cGaSXqTbkPNEfnH7A--/YXBwaWQ9aGlnaGxhbmRlcjtzBT0xO3c9ODAwO2lsPXBsYW5l/http://l.yimg.com/os/creatr-images/GLB/2017-03-14/8aa95900-088b-11e7-a92b-bfa2a4ca9b7a_parkhaejinwax.jpg)

ภาพที่ 24. **Madness 3D Adventure**. เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

http://www.metrodaily.hk/wp-content/uploads/2017/05/2017-05-22_00-11-08.jpg

ภาพที่ 25. แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ **The Peak Tower**. เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th>

ภาพที่ 26. แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ **Sky Terrace 428**. เข้าถึงเมื่อ 4 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th>

ภาพที่ 27. **Man Mo Temple**. เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://www.strippedpixel.com/wp-content/uploads/2013/09/man-mo-temple-entrance-hong-kong.jpg>

ภาพที่ 28. บริเวณภายในวัด **Man Mo**. เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://www.strippedpixel.com/wp-content/uploads/2013/09/man-mo-temple-interior-hong-kong.jpg>

ภาพที่ 29. **PMQ Exhibition**. เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://media.timeout.com/images/103364755/image.jpg>

ภาพที่ 30. ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ **Old Town Central**. เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

https://prnewswire2-a.akamaihd.net/p/1893751/sp/189375100/thumbnail/entry_id/1_pt29uoq/def_height/2133/def_width/1600/version/100011/type/1

- ภาพที่ 31. **ร้านอาหารใน Old Town Central.** เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
http://www.discoverhongkong.com/common/images/see-do/neighbourhoods/old-town-central/tasting-hong-kong/1.1.4.2-Tasting-Hong-Kong_03.jpg
- ภาพที่ 32. **ถนน Lascar Upper Row.** เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://www.aspirantsg.com/wp-content/uploads/2018/08/Upper-Lascar-Row-Antiques-Hidden-Treasures-AspirantSG.jpg>
- ภาพที่ 33. **แผนที่แนะนำเส้นทางการท่องเที่ยว Old Town Central.** เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2561.
 เข้าถึงได้จาก http://m.discoverhongkong.com/common/images/see-do/highlight-attractions/old-town-central/OTC_illustrated-map_entc.pdf
- ภาพที่ 34. **ย่าน Lan Kwai Fong.** เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
https://travelwithoctopus.weebly.com/uploads/5/1/6/0/51608245/s977861435433540404_p7_i3_w2560.jpeg
- ภาพที่ 35. **แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Lan Kwai Fong.** เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2561.
 เข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th>
- ภาพที่ 36. **ห้าง Lanmark ในช่วงเทศกาลคริสต์มาส.** เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://insideretail.hk/wp-content/uploads/2015/11/Landmark-Hong-Kong-Christmas-1.jpg>
- ภาพที่ 37. **แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของห้าง Landmark.** เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://www.google.co.th>
- ภาพที่ 38. **แผนที่แสดงที่ตั้งของสถานที่ช้อปปิ้งย่านเซ็นทรัล.** เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2561.
 เข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th>
- ภาพที่ 39. **น้ำพุจากโซน Aqua City.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
https://c1.staticflickr.com/9/8075/8265452399_efb8f0848c_b.jpg
- ภาพที่ 40. **The Grand Aquarium.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
https://media.oceanpark.com.hk/files/s3fs-public/GrandAquarium_04.jpg
- ภาพที่ 41. **ภายในโซน Old Hong Kong.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://i2.wp.com/scribblinggeek.com/wp-content/uploads/2017/11/ocean-park-hong-kong-old-hong-kong-night.jpg?w=1024>

- ภาพที่ 42. **Sea Life Carousel.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
https://3.bp.blogspot.com/-JrF3yz8Jlh8/VulSFwiKsTI/AAAAAAAAAFKI/4f_k49crNe8QGu38vNJmnNdN0lDulU_oQ/s1600/P3120067.JPG
- ภาพที่ 43. **โซน Amazing Asian Animals.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<http://www.papaticket.com/images/userfiles/images/6.jpg>
- ภาพที่ 44. **Merry Go Round.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://media.oceanpark.com.hk/files/s3fs-public/Merry-Go-Round.jpg>
- ภาพที่ 45. **Clown A Round.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://media.oceanpark.com.hk/files/s3fs-public/clownAround.jpg>
- ภาพที่ 46. **Balloons Up-Up-And-Away.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
https://media.oceanpark.com.hk/files/s3fs-public/BalloonUpUpnAway_2.jpg
- ภาพที่ 47. **Whiskers Theatre.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://www.oceanpark.com.hk/en/park-experience/attractions/whiskers-theatre>
- ภาพที่ 48. **โซน Rainforest.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<http://www.papaticket.com/images/userfiles/images/4.JPG>
- ภาพที่ 49. **Sea Jelly Spectacular.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
https://media.oceanpark.com.hk/files/s3fs-public/seaJelly_03.jpg
- ภาพที่ 50. **Eagle.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
https://media.oceanpark.com.hk/files/s3fs-public/eagle_02.jpg
- ภาพที่ 51. **โซน Thrill Mountain.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
http://www.leighorange.com/wp-content/uploads/2017/09/06025_Thrill-Mountain_01-2000x946.jpg
- ภาพที่ 52. **Whirly Bird.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
http://www2.hkia.net/corporate_member/members/1_and_o/0003/OP%20Summit-Thill%20mountain%2003.jpg
- ภาพที่ 53. **แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Ocean Park.** เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://www.google.co.th>
- ภาพที่ 54. **สะพานแดงวัด Kwun Yam Shrine.** เข้าถึงเมื่อ 9 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://p21chong.files.wordpress.com/2010/08/repulse-bay-temple.jpg>

- ภาพที่ 55. **Kwun Yam Shrine**. เข้าถึงเมื่อ 9 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<http://www.hongkongpackage.net/board/index.php?action=dlattach;topic=98.0;attach=709;image>
- ภาพที่ 56. แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ **Kwun Yam Shrine**. เข้าถึงเมื่อ 9 เมษายน 2561.
 เข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th>
- ภาพที่ 57. **A Symphony of Lights (SoL)**. เข้าถึงเมื่อ 10 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<http://www.laservision.com.au/wp-content/uploads/2006/01/News-28b-Laservision-Symphony-of-Lights-Largest-Permanent-Light-and-Sound-Show.jpg>
- ภาพที่ 58. แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ **A Symphony of Lights (SoL)**. เข้าถึงเมื่อ
 10 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th>
- ภาพที่ 59. **Nathan Road**. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<http://www.noholidaynolife.com/wp-content/uploads/2010/04/Nathan-road.jpg>
- ภาพที่ 60. แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ **Nathan Road**. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://www.google.co.th>
- ภาพที่ 61. **Granville & Cameron Road**. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/ac/HK_TST_night_金馬倫道_5_Cameron_Road_太興廣場_Tern_Plaza_Pawn_shop_sign_March-2013.JPG
- ภาพที่ 62. แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ **Granville & Cameron Road**. เข้าถึงเมื่อ
 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th>
- ภาพที่ 63. ศูนย์การค้า **Langham Place**. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
http://www.langhamplace.com.hk/en/#/about_lp/mall
- ภาพที่ 64. สถานที่ช้อปปิ้งย่านมงก๊ก. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<http://www.hk-mongkok.com/images/slide1.jpg>
- ภาพที่ 65. แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ช้อปปิ้งย่านมงก๊ก. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561.
 เข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th>
- ภาพที่ 66. วัดห้วงไต้ซิน (**Wong Tai Sin Temple**). เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://ilovehongkong.org/wp-content/uploads/2013/05/Wong-Tai-Sin-Temple-Kowloon-Hong-Kong.jpg>
- ภาพที่ 67. **Good Wish Garden**. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/55/Wong_Tai_Sin_Temple_2.JPG

ภาพที่ 68. **แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Wong Tai Sin Temple.** เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th>

ภาพที่ 69. **Main Street U.S.A.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://www.flickr.com/photos/86855701@N08/16499070672/>

ภาพที่ 70. **ขบวนพาเหรดชุด Flights of Fantasy Parade.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <http://4.bp.blogspot.com/-RkPjFdQc0S4/UOhKo7RE5WI/AAAAAAAAAA>

[Brw/wdOlx0ndsMw/s1600/DSC03147.JPG](http://4.bp.blogspot.com/-RkPjFdQc0S4/UOhKo7RE5WI/AAAAAAAAAA)

ภาพที่ 71. **ขบวนพาเหรดชุด Disney Paint the Night.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://www.dplusguide.com/wp-content/uploads/2014/10/Disney-Paint-the-Night6.jpg>

ภาพที่ 72. **การแสดงชุด Festival of The Lion King.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://www.dplusguide.com/wp-content/uploads/2014/10/Disney-Paint-the-Night6.jpg>

ภาพที่ 73. **Big Grizzly Mountain Runaway Mine Cars.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก [http://www.leparcorama.com/wp-content/uploads/2015/06/grizzly-gulch-](http://www.leparcorama.com/wp-content/uploads/2015/06/grizzly-gulch-hong-kong-disneyland-big-grizzly-mountain-runaway-mine-cars-jpeg)

[hong-kong-disneyland-big-grizzly-mountain-runaway-mine-cars-jpeg](http://www.leparcorama.com/wp-content/uploads/2015/06/grizzly-gulch-hong-kong-disneyland-big-grizzly-mountain-runaway-mine-cars-jpeg)

ภาพที่ 74. **Mystic Manor.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

[http://i843.photobucket.com/albums/zz352/loaloauk/dlp%20encounter/mys-](http://i843.photobucket.com/albums/zz352/loaloauk/dlp%20encounter/mys-tic_manor_exterior__night__0_original_originaljpg.jpg)

[tic_manor_exterior__night__0_original_originaljpg.jpg](http://i843.photobucket.com/albums/zz352/loaloauk/dlp%20encounter/mys-tic_manor_exterior__night__0_original_originaljpg.jpg)

ภาพที่ 75. **โซน Toy Story Land.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

[http://i843.photobucket.com/albums/zz352/loaloauk/dlp%20encounter/mys-](http://i843.photobucket.com/albums/zz352/loaloauk/dlp%20encounter/mys-tic_manor_exterior__night__0_original_originaljpg.jpg)

[tic_manor_exterior__night__0_original_originaljpg.jpg](http://i843.photobucket.com/albums/zz352/loaloauk/dlp%20encounter/mys-tic_manor_exterior__night__0_original_originaljpg.jpg)

ภาพที่ 76. **Slinky Dog Spin.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

[https://mediaassets.abcactionnews.com/photo/2018/02/16/toy-story-land-disney-](https://mediaassets.abcactionnews.com/photo/2018/02/16/toy-story-land-disney-world_1518799885458_78160970_ver1.0_640_480.png)

[world_1518799885458_78160970_ver1.0_640_480.png](https://mediaassets.abcactionnews.com/photo/2018/02/16/toy-story-land-disney-world_1518799885458_78160970_ver1.0_640_480.png)

ภาพที่ 77. **Cinderella Carousel.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

[https://www.athappenings.com/wp-content/uploads/2016/09/hongkong-disneyland-at-](https://www.athappenings.com/wp-content/uploads/2016/09/hongkong-disneyland-at-tractions-842x474.jpg)

[tractions-842x474.jpg](https://www.athappenings.com/wp-content/uploads/2016/09/hongkong-disneyland-at-tractions-842x474.jpg)

ภาพที่ 78. **it's a small world.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

[https://secure.parksandresorts.wdprmedia.com/media/disneyparks/blog/wp-content/up-](https://secure.parksandresorts.wdprmedia.com/media/disneyparks/blog/wp-content/up-loads/2013/12/smh938222.jpg)

[loads/2013/12/smh938222.jpg](https://secure.parksandresorts.wdprmedia.com/media/disneyparks/blog/wp-content/up-loads/2013/12/smh938222.jpg)

ภาพที่ 79. **Mad Hatter Tea Cups.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://wide-wallpapers.net/wp-content/uploads/walls/thumbs/mad-tea-party-disneyland-600x375.jpg>

ภาพที่ 80. **โชน Tomorrowland.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

https://3.bp.blogspot.com/-XnUnczGbh4/Vr8CkHzmLiI/AAAAAAAAA2Hs/vnE5PIEuhyw/s1600/2015-11-15_0720-0721HDR.jpg

ภาพที่ 81. **Orbitron.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://www.asiatravel.com/thailand/travel-guide/hong-kong/images/orbitron.jpg>

ภาพที่ 82. **แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ Hong Kong Disneyland.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th>

ภาพที่ 83. **แผนที่แสดงเส้นทางรถท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000**

บาท. เข้าถึงเมื่อ 17 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/0/0b/Map_of_Hong_Kong_18_Districts.svg/1384px-Map_of_Hong_Kong_18_Districts.svg.png

ภาพที่ 84. **ร้าน Symphony By Jade.** เข้าถึงเมื่อ 17 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

http://www.lcsd.gov.hk/en/hkcc/aboutus/services/Catering%20Images/SBJ_Web_S.png

ภาพที่ 85. **เมนูร้าน Symphony By Jade.** เข้าถึงเมื่อ 17 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://static3.orstatic.com/userphoto/photo/M/HZT/03JYMR7691853ECB2D8AB01.jpg>

ภาพที่ 86. **The Kowloon Hotel.** เข้าถึงเมื่อ 17 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://static.asiawebdirect.com/m/phuket/hotels/hong-kong-hotels-ws/kowloon-hotel/location/hotelBanner/location.jpg>

ภาพที่ 87. **ข้อปิ้งย่าน Tsim Sha Tsui ถนนนาธาน.** เข้าถึงเมื่อ 17 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/56/Kowloon_Nathan_Road_2007.JPG

ภาพที่ 88. **ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์.** เข้าถึงเมื่อ 17 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

https://www.cuti.my/images/tour/gallery/hong_kong/disneyland_hongkong/disneyland_hongkong_4.jpg

ภาพที่ 89. **ข้อปิ้งย่านมงก๊ก (Mong Kok).** เข้าถึงเมื่อ 17 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

https://static.airmosphere.net/upload/images/users/1328/post/1649/58d690f7e72c8_1328.jpeg

- ภาพที่ 90. แผนที่แสดงเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Gen-Y ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/0/0b/Map_of_Hong_Kong_18_Districts.svg/1384px-Map_of_Hong_Kong_18_Districts.svg.png
- ภาพที่ 91. ชมทิวทัศน์ Sky Terrace 428. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://img.timeinc.net/time/photoessays/2008/10_hk/hk_the_peak.jpg
- ภาพที่ 92. เมนูร้าน Lu Feng. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://cdn.asiatatler.com/asiatatler/hk/i/compressed/2017/08/review/2120/20170810-bd7129de7873f1244aef1_cropped_1584x780.jpg
- ภาพที่ 93. Lan Kwai Fong Hotel. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://urbanarchiver.files.wordpress.com/2012/05/lan-kwai-fong-hotel-1.jpg>
- ภาพที่ 94. ห้องพักริโรงแรม Lan Kwai Fong Hotel. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://q-ak.bstatic.com/images/hotel/max1024x768/637/63775436.jpg>
- ภาพที่ 95. เจ้าแม่กวนอิมรีพัลส์เบย์(Kwun Yam Shrine). เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก [http://www.thaiticketmajor.com/variety/img_content/imgeditor/3-4-768x512\(1\).jpg](http://www.thaiticketmajor.com/variety/img_content/imgeditor/3-4-768x512(1).jpg)
- ภาพที่ 96. สวนสนุกและสวนน้ำ Ocean Park. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://travelairy.com/wp-content/uploads/2016/09/CableCarStation-600x441.jpg>
- ภาพที่ 97. ลานไควฟงในช่วงเทศกาล. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://centralshorts.com/sites/default/files/styles/page_full/public/field/image/lkf.jpg?itok=CNp_aYmY
- ภาพที่ 98. Yung Kee Restaurant. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.flickr.com/photos/kentwang/132784734>
- ภาพที่ 99. เมนูร้าน Yung Kee Restaurant. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://yungkee.com.hk>
- ภาพที่ 100. ข้อบปิ้งย่านเซ็นทรัล. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://static.asiawebdirect.com/m/phuket/portals/hong-kong-hotels-ws/homepage/hotels/where-to-stay/allParagraphs/BucketComponent101/ListingContainer/00/image/central-hongkong.jpg>

ภาพที่ 101. **Hyatt Regency Hong Kong**. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://lovelyhongkong.com/hotels/kowloon/hyatt-regency-hong-kong-tsim-sha-tsui/hyatt-regency-hong-kong-tsim-sha-tsui-roofdeck.jpg>

ภาพที่ 102. **วิวจากห้องพัก Hyatt Regency Hong Kong**. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://cdn.topmiles.com/images/mytrip/2016/Hyatt-Regency-Hong-Kong/8.jpg>

ภาพที่ 103. **ย่านช้อปปิ้งในจิมซาจอย**. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://www.wonderwardrobes.com/wp-content/uploads/2015/05/574.jpg>

ภาคผนวก ก



แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่องทางของกลุ่ม Gen-Y

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบการทำวิจัยหลักสูตรปริญญาตรี สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบ แรงจูงใจ และพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในช่องทาง จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความจริง สำหรับข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น โดยผู้ศึกษาจะวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม และไม่มีการเปิดเผยและระบุถึงข้อมูลรายบุคคล ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

นางสาวโชติกา โทมมอญ

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาเอเชียศึกษา

คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

วันที่ลงเก็บข้อมูล 17 กุมภาพันธ์ 2018

วันที่บันทึกเก็บข้อมูล 23 กุมภาพันธ์ 2018

ผู้เก็บข้อมูล นางสาวโชติกา โทมมอญ

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- Gen-Y ตอนต้น (18 - 24 ปี) Gen-Y ตอนปลาย (25 - 38 ปี)

3. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา แม่บ้าน
 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท
 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท
 40,001 - 50,000 บาท ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

1. เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- พักผ่อน/ผ่อนคลายความเครียด
 สร้างประสบการณ์ชีวิต สัมผัสบรรยากาศและเปิดมุมมองใหม่ๆ
 ต้องการสัมผัสและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ความเป็นท้องถิ่น รูปแบบการดำเนินชีวิต

ต่างๆที่หลากหลายของที่นั้นๆ

- ค้นหาแรงบันดาลใจ/สร้างความทรงจำที่ดี
 จากSocial Media หรือสื่อประเภทต่างๆ เช่น Instagram Facebook Twitter เป็นต้น
 อิทธิพลจากคนใกล้ชิด เช่น จากการบอกเล่าประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวจาก

เพื่อน เป็นต้น

- ต้องการช้อปปิ้ง
 ติดต่อธุรกิจ
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. เหตุผลหลักที่เลือกฮ่องกงในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ค่าใช้จ่ายถูก/คุ้มค่าในการเดินทาง
- อาหารอร่อย
- แหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและสวยงาม
- แหล่งช้อปปิ้งมีจำนวนมาก
- สินค้าในแหล่งช้อปปิ้งราคาถูก
- มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- การคมนาคมง่ายสะดวกและรวดเร็ว
- มีวัฒนธรรมที่หลากหลายและผู้คนเป็นมิตร
- มีมุมมองให้ถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ที่หลากหลาย
- ช่วงเทศกาล เช่น คริสต์มาส ปีใหม่ ตรุษจีน เป็นต้น
- มีโปรแกรมการท่องเที่ยว 2 เมืองที่คุ้ม เช่น ฮ่องกง-เซินเจิ้น ฮ่องกง-มาเก๊า เป็นต้น
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. แหล่งการค้นหาข้อมูลต่างๆในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อินเทอร์เน็ต
 - Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - Webpage
 - Pantip
 - Google
 - อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- โทรทัศน์
- วิทยุ
- นิตยสาร
- โบรชัวร์
- ป้ายประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. จำนวนสมาชิกในการเดินทาง

- () 1 คน () 2 - 4 คน
() ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป

2. ลักษณะการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในฮ่องกง

- () เดินทางด้วยตนเอง () เดินทางกับบริษัททัวร์

3. การวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยว

- () ท่องเที่ยวแบบไม่วางแผนล่วงหน้า () ไม่กี่วันก่อนการเดินทาง
() ก่อน 1 เดือน () 1 เดือนขึ้นไป

4. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยประมาณสำหรับการท่องเที่ยวในฮ่องกง

- () ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,001 - 30,000 บาท
() 30,001 - 50,000 บาท () ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในฮ่องกง

- () น้อยกว่า 2 วัน () 3 - 5 วัน
() 5 วันขึ้นไป

6. ช่วงเวลาในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ฮ่องกง

- () เดือนมี.ค - พ.ค (ฤดูใบไม้ผลิ) () เดือนมิ.ย - ส.ค (ฤดูร้อน)
() เดือนก.ย - พ.ย (ฤดูใบไม้ร่วง) () เดือนธ.ค - ก.พ (ฤดูหนาว)

7. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงของฮ่องกง
() สถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ มีความเป็นท้องถิ่น ดั้งเดิม
() เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่
() การเดินทางสะดวกและใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ
() มีกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น การซื้อของผจญภัย เป็นต้น

8. สิ่งที่สำคัญเป็นหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ราคาถูกเมื่อเทียบกับที่พักแห่งอื่น
- สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในห้องพักรครบครัน/อุปกรณ์เทคโนโลยีทันสมัย
- บริการฟรีอินเทอร์เน็ตหรือไวไฟ (Wi-Fi)
- ใกล้แหล่งหรือย่านช้อปปิ้ง
- เดินทางสะดวกและมีการรักษาความปลอดภัยที่ดี
- สามารถเช็คอินผ่าน โทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง

9. หากใช้บริการที่พักเลือกใช้ช่องทางใดในการจอง

- เว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง
- โทรจองผ่านโทรศัพท์
- จองผ่านตัวแทนต่างๆ เช่น Agoda Booking เป็นต้น
- เดินเข้าจองด้วยตนเอง (Walk-in)
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

10. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่วางแผนไว้เมื่อเดินทางไปฮ่องกง

- ช้อปปิ้ง
- ไหว้พระ/ทำบุญ
- รับประทานอาหารท้องถิ่น
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

11. สถานที่ท่องเที่ยวในฮ่องกงที่เดินทางไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- The Peak
- A Symphony of Lights
- Avenue of Stars
- Old Town Central
- Ocean Park
- Hong Kong Disneyland
- ถนนสายช้อปปิ้งต่างๆ เช่น Lan Kwai Fong, Canton Road, Nathan Road, Temple Street Night Market, Ladies' Market เป็นต้น
- วัดดังในฮ่องกง เช่น วัดหวังต้าเซียน(Wong Tai sin) ศาลเจ้าแม่กวนอิมรีพัลส์ เบย์ (Kwun Yam Shrine) เป็นต้น
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

12. สถานที่พักผ่อนในการเดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง

- โรงแรม
- บ้านญาติหรือเพื่อน
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

13. ย่านที่เลือกสำหรับที่พักในการท่องเที่ยวในฮ่องกง

- เกาะฮ่องกง (HONG KONG ISLAND)
 - ย่านเซ็งหว่าน (SHEUNG WAN)
 - ย่านเซ็นทรัล (CENTRAL)
 - ย่านหว่านไจ้ (WAN CHAI)
 - ย่านคอสเวย์เบย์ (CAUSEWAY BAY)
- เกาลูน (KOWLOON)
 - ย่านจิมซาโจ้ย (TSIM SHA TSUI)
 - ย่านเยมาะไต้และจอร์แดน (YAU MA TEI & JORDAN)
 - ย่านมงก๊กและปรีนซ์เอ็ดเวิร์ด (MONG KOK & PRINCE EDWARD)
 - ย่านซัมชุยโป (SHAM SHUI PO)
- เกาะลันเตา (LANTAU ISLAND)
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

14. จำนวนเงิน โดยประมาณที่ใช้สำหรับค่าที่พัก

- ต่ำกว่า 5,000 บาท
- 5,001 - 10,000 บาท
- 10,001 - 15,000 บาท
- 15,001 - 20,000 บาท
- 20,001 - 25,000 บาท
- ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป

15. สินค้าหรือของที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อในฮ่องกง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สินค้าแฟชั่นต่างๆ เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น
- จิวเวลรี่ หยก
- เครื่องสำอาง
- อุปกรณ์เทคโนโลยี/ของเล่น
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

16. ย่านหลักในการซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกในฮ่องกง

- () เกาะฮ่องกง (HONG KONG ISLAND)
- () ย่านเซ็งหว่าน (SHEUNG WAN)
- () ย่านเซ็นทรัล (CENTRAL)
- () ย่านหว่านจี้ (WAN CHAI)
- () ย่านคอสเวย์เบย์ (CAUSEWAY BAY)
- () เกาลูน (KOWLOON)
- () ย่านจิมซาโจ้ย (TSIM SHA TSUI)
- () ย่านเยมาเตะไต้และจอร์แดน (YAU MA TEI & JORDAN)
- () ย่านมงก๊กและปรีนซ์เอ็ดเวิร์ด (MONG KOK & PRINCE EDWARD)
- () ย่านซัมชุยโป (SHAM SHUI PO)
- () เกาะลันเตา (LANTAU ISLAND)
- () อื่นๆ (โปรดระบุ)

17. จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับซื้อของที่ระลึกหรือซื้อป๊อปปิ้ง

- () ต่ำกว่า 5,000 บาท
- () 5,001 - 10,000 บาท
- () 10,001 - 15,000 บาท
- () 15,001 - 20,000 บาท
- () 20,001 - 25,000 บาท
- () 25,001 - 30,000 บาท
- () ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป

18. ประเภทร้านอาหารที่เลือกในการท่องเที่ยวในฮ่องกง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ร้านอาหาร/ภัตตาคาร
- () cafe
- () ร้านอาหาร/ร้านตามย่านแหล่งช้อปปิ้งหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ไป

19. จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับค่าอาหาร

- () ต่ำกว่า 5,000 บาท
- () 5,001 - 10,000 บาท
- () 10,001 - 15,000 บาท
- () 15,001 - 20,000 บาท
- () 20,001 - 25,000 บาท
- () ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป

20. จำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกง

() ครั้งแรก

() 2 ครั้งขึ้นไป

21. ต้องการกลับไปเที่ยวที่ฮ่องกงอีกหรือไม่

() ต้องการกลับไปเที่ยวอีก

() ไม่ต้องการกลับไปเที่ยวอีก

22. ท่านคิดว่าฮ่องกงมีจุดเด่นในการท่องเที่ยวอย่างไร

1)

2)

3)

ขอขอบคุณค่ะ

ภาคผนวก ข

ตารางแสดงข้อมูลแบบสอบถามด้านแรงจูงใจและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ในฮ่องกง

ข้อมูล	รายได้ส่วนบุคคล				รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		ตั้งแต่ 10,000 ขึ้นไป			
	F	%	F	%	F	%
ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว						
1. เพศ						
ชาย	5	10.64	2	3.70	7	6.93
หญิง	42	89.36	52	96.30	94	93.07
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
2. อายุ						
Gen-Y ตอนต้น (18 - 24 ปี)	47	100.00	43	79.63	90	89.11
Gen-Y ตอนปลาย (25 - 38 ปี)	-	-	11	20.37	11	10.89
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
3. อาชีพ						
นักเรียน/นักศึกษา	47	100.00	35	64.81	82	81.19
แม่บ้าน	-	-	2	3.70	2	1.98
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-	-	2	3.70	2	1.98
พนักงานเอกชน	-	-	9	16.67	9	8.91
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	-	-	5	9.26	5	4.95
- ฟรีแลนซ์	-	-	1	1.85	1	0.99
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว						
1. เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
พักผ่อน/ผ่อนคลายความเครียด	39	48.15	42	51.85	81	100.00
สร้างประสบการณ์ชีวิต สัมผัสบรรยากาศ และเปิดมุมมองใหม่ๆ	37	50.00	37	50.00	74	100.00
ต้องการสัมผัสและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ความเป็นท้องถิ่น รูปแบบการดำเนินชีวิต ต่างๆที่หลากหลายนั่นๆ	19	44.19	24	55.81	43	100.00
ค้นหาแรงบันดาลใจ/สร้างความทรงจำที่ดี	17	53.13	15	46.88	32	100.00
จาก Social Media หรือสื่อประเภทต่างๆ เช่น Instagram Facebook Twitter เป็นต้น	9	56.25	7	43.75	16	100.00
อิทธิพลจากคนใกล้ชิด เช่น การบอกเล่า ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวจากเพื่อน เป็นต้น	5	41.67	7	58.33	12	100.00
ต้องการช้อปปิ้ง	16	38.10	26	61.90	42	100.00
ติดต่อธุรกิจ	-	-	-	-	-	-
- ตามไอดอล (idol)	1	100.00	-	-	1	100.00
- เปลี่ยนที่คุยกับเพื่อน	1	100.00	-	-	1	100.00
- เปลี่ยนเครื่องจากอเมริกา	1	100.00	-	-	1	100.00
2. เหตุผลหลักที่เลือกฮ่องกงในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
ค่าใช้จ่ายถูก/คุ้มค่าในการเดินทาง	17	43.59	22	56.41	39	100.00
อาหารอร่อย	7	30.43	16	69.57	23	100.00
แหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและสวยงาม	20	52.63	18	47.37	38	100.00
แหล่งช้อปปิ้งมีจำนวนมาก	14	33.33	28	66.67	42	100.00
สินค้าในแหล่งช้อปปิ้งราคาถูก	12	48.00	13	52.00	25	100.00
มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	5	38.46	8	61.54	13	100.00
การคมนาคมง่ายสะดวกและรวดเร็ว	25	53.19	22	46.81	47	100.00
มีวัฒนธรรมที่หลากหลายนั่นๆและเป็นมิตร	12	54.55	10	45.45	22	100.00

2. เหตุผลหลักที่เลือกฮ่องกงในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (ต่อ)						
มีมุมมองให้ถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ที่หลากหลาย	14	51.85	13	48.15	27	100.00
ช่วงเทศกาล เช่น คริสต์มาส ปีใหม่ ตรุษจีน เป็นต้น	3	33.33	6	66.67	9	100.00
มีโปรแกรมการท่องเที่ยว 2 เมืองที่คุ้ม เช่น ฮ่องกง-เซินเจิ้น ฮ่องกง-มาเก๊า เป็นต้น	10	41.67	14	58.33	24	100.00
- เดินทางไปกับครอบครัว	1	100.00	-	-	1	100.00
- Night Life ของฮ่องกงดีมาก	-	-	1	100.00	1	100.00
- อยากไปดูฮ่องกงว่ามีกรคำเนินชีวิตอย่างไร เนื่องจากขนาดพื้นที่มีขนาดเล็กและประชากรจำนวนมาก และต้องการดูความทันสมัยของฮ่องกง	-	-	1	100.00	1	100.00
- มีเพื่อนฮ่องกง	1	100.00	-	-	1	100.00
3. แหล่งการค้นหาข้อมูลต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
อินเทอร์เน็ต	45	45.45	54	54.55	99	100.00
- Facebook	32	48.48	34	51.52	66	100.00
- Instagram	19	61.29	12	38.71	31	100.00
- Twitter	7	63.64	4	36.36	11	100.00
- Webpage	26	43.33	34	56.67	60	100.00
- Pantip	2	50.00	2	50.00	4	100.00
- Google	2	25.00	6	75.00	8	100.00
- Youtube	-	-	1	100.00	1	100.00
โทรทัศน์	4	80.00	1	20.00	5	100.00
วิทยุ	-	-	-	-	-	-
นิตยสาร	5	62.50	3	37.50	8	100.00
โบรชัวร์	4	40.00	6	60.00	10	100.00
ป้ายประชาสัมพันธ์	3	60.00	2	40.00	5	100.00

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว						
1. จำนวนสมาชิกในการเดินทาง						
1 คน	2	4.26	-	-	2	1.98
2 - 4 คน	34	72.34	41	75.93	75	74.26
ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป	11	23.40	13	24.07	24	23.76
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
2. ลักษณะการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวใน ฮ่องกง						
เดินทางด้วยตนเอง	39	82.98	41	75.93	80	79.21
เดินทางกับบริษัททัวร์	8	17.02	13	24.07	21	20.79
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
3. การวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยว						
ท่องเที่ยวแบบไม่วางแผนล่วงหน้า	2	4.26	5	9.26	7	6.93
ไม่กัวันก่อนการเดินทาง	13	27.66	8	14.81	21	20.79
ก่อน 1 เดือน	17	36.17	22	40.74	39	38.61
1 เดือนขึ้นไป	15	31.91	19	35.19	34	33.66
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
4. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยประมาณสำหรับ การท่องเที่ยวในฮ่องกง						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	4.26	2	3.70	4	3.96
10,001 - 30,000 บาท	33	70.21	24	44.44	57	56.44
30,001 - 50,000 บาท	7	14.89	18	33.33	25	24.75
ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป	5	10.64	10	18.52	15	14.85
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในฮ่องกง						
น้อยกว่า 2 วัน	1	2.13	2	3.70	3	2.97
3 - 5 วัน	42	89.36	49	90.74	91	90.10
5 วันขึ้นไป	4	8.51	3	5.56	7	6.93
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
6. ช่วงเวลาในการเดินทางไปท่องเที่ยว ที่ฮ่องกง						
เดือนมี.ค - พ.ค (ฤดูใบไม้ผลิ)	7	14.89	10	18.52	17	16.83
เดือนมิ.ย - ส.ค (ฤดูร้อน)	13	27.66	12	22.22	25	24.75
เดือนก.ย - พ.ย (ฤดูใบไม้ร่วง)	7	14.89	7	12.96	14	13.86
เดือนธ.ค - ก.พ (ฤดูหนาว)	20	42.55	25	46.30	45	44.55
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
7. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงของฮ่องกง	31	50.00	31	50.00	62	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์มีความเป็น ท้องถิ่นดั้งเดิม	16	40.00	24	60.00	40	100.00
เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่	10	35.71	18	64.29	28	100.00
การเดินทางสะดวกและใกล้กับแหล่ง ท่องเที่ยวอื่นๆ	24	41.38	34	58.62	58	100.00
มีกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น การซื้อของ ผจญภัย เป็นต้น	18	42.86	24	57.14	42	100.00
8. สิ่งที่น่าสนใจเป็นหลักในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการที่พัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
ราคาถูกเมื่อเทียบกับที่พักแห่งอื่น	26	47.27	29	52.73	55	100.00
สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในห้องพัก ครบครัน/อุปกรณ์เทคโนโลยีทันสมัย	28	49.12	29	50.88	57	100.00
บริการฟรีอินเทอร์เน็ตหรือไวไฟ (Wi-Fi)	23	50.00	23	50.00	46	100.00
ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรือย่านช้อปปิ้ง	29	46.77	33	53.23	62	100.00

8. สิ่งที่น่าสนใจเป็นหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (ต่อ)						
เดินทางสะดวกและมีการรักษาความปลอดภัยที่ดี	36	45.00	44	55.00	80	100.00
สามารถเช็คอินผ่านโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง	10	66.67	5	33.33	15	100.00
9. หากใช้บริการที่พักเลือกใช้ช่องทางใดในการจอง						
เว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง	11	23.40	4	7.41	15	14.85
โทรจองผ่านโทรศัพท์	1	2.13	-	-	1	0.99
จองผ่านตัวแทนต่างๆ เช่น Agoda Booking เป็นต้น	35	74.47	48	88.89	83	82.18
เดินเข้าจองด้วยตนเอง (Walk-in)	-	-	1	1.85	1	0.99
- บริษัททัวร์จัดการให้	-	-	1	1.85	1	0.99
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่วางแผนไว้เมื่อเดินทางไปในฮ่องกง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
ช้อปปิ้ง	42	48.84	44	51.16	86	100.00
ไหว้พระ/ทำบุญ	29	45.31	35	54.69	64	100.00
รับประทานอาหารท้องถิ่น	29	46.77	33	53.23	62	100.00
- Disneyland	4	66.67	2	33.33	6	100.00
- เดินดูศิลปะ	-	-	1	100.00	1	100.00
- ตามสถานที่ที่ดังและมีชื่อเสียง	-	-	2	100.00	2	100.00
- ตามไอดอล (idol)	1	100.00	-	-	1	100.00
- ตามรอยหนังของฮ่องกง	1	100.00	-	-	1	100.00
- Party/Night Life ของฮ่องกง	-	-	1	100.00	1	100.00
- นั่งเล่น และถ่ายรูปใน Café ที่สวยและมีเอกลักษณ์	1	100.00	-	-	1	100.00
- ขึ้นกระเช้า Ngong Ping	-	-	1	100.00	1	100.00

10. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่วางแผนไว้ เมื่อเดินทางไปฮ่องกง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (ต่อ)						
- ไปสถานที่ที่ยังคงใช้ชีวิตแบบดั้งเดิม	-	-	1	100.00	1	100.00
- เจอเพื่อน	1	100.00	-	-	1	100.00
11. สถานที่ท่องเที่ยวในฮ่องกงที่เดินทางไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
The Peak	15	40.54	22	59.46	37	100.00
A Symphony of Lights	23	43.40	30	56.60	53	100.00
Avenue of Stars	19	57.58	14	42.42	33	100.00
Old Town Central	20	45.45	24	54.55	44	100.00
Ocean Park	12	48.00	13	52.00	25	100.00
Hong Kong Disneyland	35	50.00	35	50.00	70	100.00
ถนนสายช้อปปิ้งต่างๆ เช่น Lan Kwai Fong, Canton Road, Nathan Road, Temple Street Night Market, Ladies' Market เป็นต้น	41	45.56	49	54.44	90	100.00
วัดดังในฮ่องกง เช่น วัดหวังต้าเซียน (Wong Tai sin) เจ้ามั้วกวนอิมรีพัลส์เบย์ (Kwun Yam Shrine) เป็นต้น	33	44.59	41	55.41	74	100.00
- ตลาดปลาหมู่บ้านชาวประมง	-	-	1	100.00	1	100.00
- Choi Hung	1	100.00	-	-	1	100.00
- Dragon I	-	-	1	100.00	1	100.00
- สถาปัตยกรรมต่างๆ	1	100.00	-	-	1	100.00
- Ngong Ping	-	-	1	100.00	1	100.00
12. สถานที่พักผ่อนในการเดินทางไป ท่องเที่ยวในฮ่องกง						
โรงแรม	44	93.62	52	96.30	96	95.05
บ้านญาติหรือเพื่อน	-	-	1	1.85	1	0.99
- โฮสเทล (Hostel)	1	2.13	1	1.85	2	1.98
- Airbnb	1	2.13	-	-	1	0.99

12. สถานที่พักก่อนในการเดินทางไป ท่องเที่ยวในฮ่องกง (ต่อ)						
- เกสเฮ้าส์ (Guest House)	1	2.13	-	-	1	0.99
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
13. ย่านที่เลือกสำหรับที่พักในการ ท่องเที่ยวในฮ่องกง						
เกาะฮ่องกง (HONG KONG ISLAND)	22	46.81	26	48.15	48	47.52
- ย่านเซ็งหว่าน (SHEUNG WAN)	4	8.51	6	11.11	10	9.90
- ย่านเซ็นทรัล (CENTRAL)	13	27.66	9	16.67	22	21.78
- ย่านหว่านไจ้ (WAN CHAD)	3	6.38	2	3.70	5	4.95
- ย่านคอสเวย์เบย์ (CAUSEWAY BAY)	2	1.98	9	16.67	11	10.89
เกาลูน (KOWLOON)	24	51.06	27	50.00	51	50.50
- ย่านจิมซาโจ้ย (TSIM SHA TSUI)	16	34.04	17	31.48	33	32.67
- ย่านยามะไต้และจอร์แดน (YAU MA TEI & JORDAN)	2	4.26	1	1.85	3	2.97
- ย่านมงก๊กและปรินซ์เอ็ดเวิร์ด (MONG KOK & PRINCE EDWARD)	4	8.51	9	16.67	13	12.87
- ย่านซัมชุยโป (SHAM SHUI PO)	2	4.26	-	-	2	1.98
เกาะลันเตา (LANTAU ISLAND)	1	2.13	1	1.85	2	1.98
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
14. จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับ ค่าที่พัก						
ต่ำกว่า 5,000 บาท	25	53.19	10	18.52	35	34.65
5,001 - 10,000 บาท	15	31.91	27	50.00	42	41.58
10,001 - 15,000 บาท	3	6.38	10	18.52	13	12.87
15,001 - 20,000 บาท	2	4.26	3	5.56	5	4.95
20,001 - 25,000 บาท	1	2.13	1	1.85	2	1.98
ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป	1	2.13	3	5.56	4	3.96
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

15. สินค้าหรือของที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อในฮ่องกง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
สินค้าแฟชั่นต่างๆ เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น	38	44.71	47	55.29	85	100.00
จิ๋วเวอรี่ หยก	4	26.67	11	73.33	15	100.00
เครื่องสำอาง	20	42.55	27	57.45	47	100.00
อุปกรณ์เทคโนโลยี/ของเล่น	5	62.50	3	37.50	8	100.00
ไม้ขีด	1	50.00	1	50.00	2	100.00
- ของกินเล่น/ขนม	5	71.43	2	28.57	7	100.00
- พวงกุญแจ	1	50.00	1	50.00	2	100.00
- ผ้าพันคอ	-	-	1	100.00	1	100.00
16. ย่านหลักในการซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกในฮ่องกง						
เกาะฮ่องกง (HONG KONG ISLAND)	18	38.30	25	46.30	43	42.57
- ย่านเซ็งหว่าน (SHEUNG WAN)	3	6.38	3	5.56	6	5.94
- ย่านเซ็นทรัล (CENTRAL)	13	27.66	15	27.78	28	27.72
- ย่านหว่านไจ้ (WAN CHAD)	-	-	1	1.85	1	0.99
- ย่านคอสเวย์เบย์ (CAUSEWAY BAY)	1	2.13	5	9.26	6	5.94
- ไม้ระบูน	1	2.13	1	1.85	2	1.98
เกาลูน (KOWLOON)	28	59.57	27	50.00	55	54.46
- ย่านจิมซาโจ้ย (TSIM SHA TSUI)	21	44.68	18	33.33	39	38.61
- ย่านยามะไต้และจอร์แดน (YAU MA TEI & JORDAN)	1	2.13	-	-	1	0.99
- ย่านมงก๊กและปริงซ์เอ็ดเวิร์ด (MONG KOK & PRINCE EDWARD)	6	12.77	9	16.67	15	14.85
- ย่านซัมชุยโป (SHAM SHUI PO)	-	-	-	-	-	-
เกาะลันเตา (LANTAU ISLAND)	1	2.13	1	1.85	2	1.98
- ทั้งเกาะฮ่องกงและเกาลูน	-	-	1	1.85	1	0.99
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

17. จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับ ชื่อของที่ระลึกหรือซื้อป๊ิง						
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	25.53	10	18.52	22	21.78
5,001 - 10,000 บาท	23	48.94	17	31.48	40	39.60
10,001 - 15,000 บาท	5	10.64	6	11.11	11	10.89
15,001 - 20,000 บาท	5	10.64	8	14.81	13	12.87
20,001 - 25,000 บาท	-	-	1	1.85	1	0.99
25,001 - 30,000 บาท	-	-	3	5.56	3	2.97
ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป	2	4.26	9	16.67	11	10.89
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
18. ประเภทร้านอาหารที่เลือกในการ ท่องเที่ยวในฮ่องกง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	23	38.98	36	61.02	59	100.00
cafe	19	43.18	25	56.82	44	100.00
ร้านข้างทาง/ร้านตามย่านแหล่งช้อปปิ้ง หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ไป	41	50.00	41	50.00	82	100.00
19. จำนวนเงินโดยประมาณที่ใช้สำหรับ ค่าอาหาร						
ต่ำกว่า 5,000 บาท	24	51.06	11	20.37	35	34.65
5,001 - 10,000 บาท	19	40.43	22	40.74	41	40.59
10,001 - 15,000 บาท	3	6.38	15	27.78	18	17.82
15,001 - 20,000 บาท	1	2.13	3	5.56	4	3.96
20,001 - 25,000 บาท	-	-	2	3.70	2	1.98
ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป	-	-	1	1.85	1	0.99
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00
20. จำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวใน ฮ่องกง						
ครั้งแรก	34	72.34	33	61.11	67	66.34
2 ครั้งขึ้นไป	13	27.66	21	38.89	34	33.66
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

21. ต้องการกลับไปเที่ยวที่ฮ่องกงอีกหรือไม่						
ต้องการกลับไปเที่ยวอีก	45	95.74	46	85.19	91	90.10
ไม่ต้องการกลับไปเที่ยวอีก	2	4.26	8	14.81	10	9.90
รวม	47	100.00	54	100.00	101	100.00

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวโชติกา โทมอญ
วันเกิด	12 มกราคม 2539
ที่อยู่	1/44 หมู่ 3 ซอยทวีวัฒนา 23 เขตทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา ถนนเลียบบ คลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170
เบอร์โทรศัพท์	0972518513
ประวัติการศึกษา	จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนหอแซฟอุปถัมภ์ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา ภาษาจีน จากมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์

เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาวโชติกา โทมมอญ
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาจีน
สารนิพนธ์	รูปแบบและพฤติกรรมกรท่องเที่ยวในฮ่องกงของกลุ่ม Gen-Y
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั่นสุวรรณ
ที่อยู่	1/44 หมู่ 3 ซอยทวีวัฒนา 23 เขตทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170
หมายเลขโทรศัพท์	0972518513

ลิขสิทธิ์ของสารนิพนธ์อันเป็นผลจากการศึกษาเล่าเรียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวโชติกา โทมมอญ)

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

25 เมษายน 2561