

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก Thai Tourist's Behavior Travel of People in The Eastern Bangkok Area

พิชศาล พันธุ์วัฒนา^{1,*}
Pitsarn Phanwattana^{1,*}

Received	26 March 2024
Revised	3 September 2024
Accepted	18 December 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก 2) ลักษณะการวางแผนก่อนเดินทางท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ และ 3) ความคาดหวัง และประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชาชนกรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพโสด อายุระหว่าง 36 -45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 30,000-45,000 บาท 2) ประชาชนกรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่ มีแผน/สามีภรรยาเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง ใช้โรงแรมเป็นที่พัก โดยผ่านการจองด้วยวิธีจองโดยตรงกับที่พัก และ 3) ประชาชนกรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่มีความคาดหวังที่จะได้รับความสนุกสนานจากการเดินทางท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่าการได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่เป็นประโยชน์

คำสำคัญ : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวไทย, พื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก

Abstract

The purposes of this study were to study 1) the basic characteristics of people in the eastern Bangkok 2) the usage expectations of tourism and 3) the general basic factors, which were included with the traveling companions, the vehicles used for the travel, the types of the accommodations and the channels for booking the accommodations of the people in the eastern Bangkok area. This study was conducted by the quantitative approach. The questionnaire was used

¹ ปร.ด. การรัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2560. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พ.ต.อ. คณะตำรวจศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ
¹ Ph.D. Public Administration, Sripatum University, 2014. Asst.Prof. Pol.Col., Faculty of Police Science, Royal Police
* Corresponding author, e-mail : Pitsarn_ph@rpca.ac.th

to collect data from 400 people in the eastern Bangkok. Data were analyzed by using the frequency distribution statistics and were summarized as percentages. The results revealed that 1) Most of the population in Eastern Bangkok were male, single, aged between 36-45 years, hold a bachelor's degree, worked as private sector employees, and had a monthly income of 30,000-45,000 baht. 2) Most residents in the eastern Bangkok travelled with their partners or spouses, used private cars as their mode of transportation, and stayed in hotels, where they booked directly with the accommodation providers, and 3) Most residents in the eastern Bangkok expected to experience the enjoyment from their travels and believed that learning about the local way of life was beneficial.

Keywords : Tourist behavior, Thai tourists, The eastern Bangkok area

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลกที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวะการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป และวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศจากการประเมินสถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งในตลาดโลกและในประเทศไทย ล้วนตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะกลไกหลักในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยแผน พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 หมายความว่า 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ได้กำหนดค่าเป้าหมายให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายต่อวันเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี โดยอ้างอิงจากการกำหนดค่าเป้าหมายตามแผนแม่บทซึ่งกำหนดให้ในปี พ.ศ. 2570 ภาคการท่องเที่ยวเป็นสัดส่วนร้อยละ 25 ของ GDP ทั้งประเทศ รวมถึงมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อวันสูง (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ออนไลน์. 2566)

สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศระหว่างเดือนมกราคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนมากที่สุด (50,907,458) รองลงมาอีก 2 ลำดับคือ จังหวัดชลบุรี (21,017,666) และจังหวัดกาญจนบุรี (13,135,869) ส่วนจังหวัดที่มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Occupancy Rate; OR; ร้อยละของจำนวนห้องพักที่ขายได้ในแต่ละเดือนเทียบกับจำนวนห้องพักทั้งหมด) 3 ลำดับแรก คือ จังหวัดชลบุรี (77.13) จังหวัดภูเก็ต (76.89) และ กรุงเทพมหานคร (76.31) โดยนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวในนิคมเมืองหลักร้อยละ 66.28 และเมืองรองร้อยละ 33.72 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ออนไลน์. 2567) อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามสภาวะการณ์บริบทสังคมจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงและวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. ออนไลน์. 2567)

ปัจจุบันสถานการณ์ภายในประเทศด้านการท่องเที่ยวเริ่มฟื้นฟูจากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หากแต่การจะไปสู่เป้าหมายแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 ได้นั้น การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนเป็นประเด็นหนึ่งที่สำคัญเพื่อนำข้อมูลหรือข้อค้นพบที่ได้ไป

ปรับใช้กับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 ให้บรรลุสู่เป้าหมายตามที่แผนกำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจสำรวจพฤติกรรมเพื่อจัดปัญหาต่อการบรรลุเป้าหมายโดยเลือกสำรวจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากพื้นที่นี้ที่ประกอบด้วยเขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา และเขตประเวศ มีพื้นที่ทั้งหมด 693.88 ตารางกิโลเมตร เป็นทำเลที่มีศักยภาพทางคมนาคม มีเส้นทางสำคัญที่เชื่อมต่อระหว่างใจกลางเมืองกับที่อยู่อาศัยพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีทั้งทางด่วน ได้แก่ ทางด่วนวงแหวนรอบนอกที่มีเส้นทางเชื่อมต่อกันเป็นวงแหวนล้อมรอบตัวเมืองกรุงเทพมหานคร ถนนสุขุมวิท ถนนลาดกระบัง ถนนกิ่งแก้ว ถนนเทพารักษ์ ถนนกาญจนาภิเษก และถนนศรีนครินทร์ (สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. ออนไลน์. 2566) มีประชากรทั้งดั้งเดิมและประชากรแฝงวัยทำงานที่มีความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยวกระจายในพื้นที่ อีกทั้งในหลายพื้นที่กรุงเทพมหานครเอง หากได้รับการประชาสัมพันธ์ก็มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอาจำมองข้ามได้ เช่น สวนหลวง ร.9 ศูนย์กีฬาบึงหนองบอน ศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง หรือตลาดนัดรถไฟ เป็นต้น (ภาสกรฤษฎี ศรีสารคาม, ทรงวุฒิ เอกวุฒิมวงศา และสมชาย เชะวิเศษ. 2563)

ผู้วิจัยจึงศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครประเด็นความคาดหวัง ประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยว และปัจจัยพื้นฐานทั่วไปเช่น ผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทางประเภทที่พัก และช่องทางการจองที่พักของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมุ่งหวังจะได้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นความจริง มีความทันสมัย สามารถนำไปใช้ศึกษาต่อยอดความรู้และปรับใช้กับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในประเทศได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคูณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ
2. เพื่อศึกษาลักษณะการวางแผนก่อนเดินทางท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความคาดหวัง และประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีความทันสมัย ถูกต้อง เชื่อถือได้
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้เสนอต่อ 1) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2) สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) 4) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 5) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ 6) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว 7) สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว 8) สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวแห่ง

ประเทศไทย 9) กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย 10) ผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 11) งานประชุมเชิงวิชาการ และ 12) สถานศึกษาภาครัฐและเอกชนที่เปิดวิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิด โมเดลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างไม่ว่าการกระทำนั้นจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม โดยเป็นการกระทำเพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการใดสภาพหนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในเป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ การศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการใช้หลักเหตุผลหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งก็คือหลักการให้เหตุผลเพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับองค์ประกอบของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาและที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต มาประมาณการผลและหาแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้จะประสบผลสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความสามารถ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของแต่ละองค์กรหรือบุคคลนั้น ในที่นี้ได้รวบรวม 4 โมเดลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โมเดลที่หนึ่ง โมเดลของ Wahab, Crampon and Rothfield (1976) ซึ่งให้เห็นว่าการซื้อการท่องเที่ยวเป็นการซื้ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะเด่นชัดเฉพาะตัวแตกต่างจากการซื้อสินค้าอื่นเพราะมีคุณลักษณะคือ 1) ไม่มีผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรมหรือวัตถุที่จับต้องได้ภายหลังจากการลงทุน 2) มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับรายได้ที่ผู้ซื้อได้รับอยู่ 3) การซื้อไม่ได้เกิดขึ้นโดยฉับพลันหรือไม่ได้ไตร่ตรองไว้ก่อน และ 4) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมาจากการออมและการวางแผนการเงินเอาไว้ล่วงหน้า โมเดลที่สอง โมเดลของ Schmoll (1977) เป็นกระบวนการการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากมิติทั้ง 4 ด้าน คือ 1) สิ่งรบกวนทางท่องเที่ยว 2) ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยส่วนบุคคล 3) ตัวแปรภายนอก และ 4) คุณลักษณะต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว โมเดลที่สาม โมเดลของ Mayo and Jarvis (1981) กล่าวว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอธิบายได้จากระยะเวลาของกระบวนการตัดสินใจและจากอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเลือกของบุคคลนั้น โดยการใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อช่วยการตัดสินใจ มีตั้งแต่การตัดสินใจในเรื่องง่ายในชีวิตประจำวัน คือ ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก จนถึงการตัดสินใจที่ต้องใช้เวลา มีแบบแผนในการตัดสินใจ คือ ตัดสินใจอย่างรอบคอบจะใช้เวลาในการตัดสินใจนาน และมีการรวบรวมข้อมูลประกอบการตัดสินใจพร้อมทั้งมีการประเมินตัวเลือกต่าง ๆ และโมเดลที่สี่ โมเดลของ Mathieson and Wall (1982) ได้เสนอถึงกระบวนการที่จะนำไปสู่การตัดสินใจที่จะซื้อการท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวถึง 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ความต้องการที่จะท่องเที่ยว 2) การค้นหาข้อมูล 3) การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว 4) การเตรียมตัวเดินทางและประสบการณ์ และ 5) การประเมินผลความพึงพอใจจากการเดินทาง

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและปัจจัยจิตใจในการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง และสถานที่รับประทานอาหารหลักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญ (เกศินี โพธิ์เพชร, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. 2563) ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน

พบว่ามีความต้องการความเป็นส่วนตัว สถานที่ที่ผู้คนไม่พลุกพล่านและได้ใกล้ชิดธรรมชาติ (สุกานดา ถิ่นฐาน และ อนุชา แผงเพชร. 2566) ในขณะที่จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (สันธิตา ร้อยอำแพง, ราณี อธิชัยกุล และรชพร จันทรสว่าง. 2566) นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางโดยเครื่องบิน และเลือกวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีระยะเวลาในการพักไม่เกิน 2 วัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วงต่ำกว่า 3,000 บาท นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และมักที่จะเลือกท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ตลาดน้ำ และย่านเมืองเก่า (วาสนา ขวัญทองยิ้ม, ขวสิทธิ์ ณ ถลาง และเสรี วงษ์มณฑา. 2566) โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและการพักผ่อน (นภัสพร จงรักษ์. 2560) นอกจากนี้โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ปี 2561 ซึ่งเป็นการสำรวจก่อนสถานการณ์โควิด 19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงนิยมเดินทางท่องเที่ยวในเดือนเมษายน เดินทางกับแฟนหรือคู่สมรส โดยรถยนต์ส่วนตัว เมื่อรู้จุดหมายปลายทางแล้ว จะจองที่พักล่วงหน้า มีการจองล่วงหน้าเฉลี่ย 16.8 วัน การจองใช้วิธีการจองกับที่พักโดยตรง นิยมพักรีสอร์ทหรือโรงแรมระดับ 3-4 ดาว มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป โดยเฉลี่ยคือ 6,890 บาท เป็นการใช้จ่ายกับอาหารมากที่สุด การถ่ายรูปและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือกิจกรรมยอดนิยม โดยเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมหรือมีชื่อเสียง และแชร์ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวผ่าน Facebook เป็นหลักหลังจบทริป โดยเลือกแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ หรือจากประสบการณ์จริงของผู้ที่เคยไปท่องเที่ยวมาก่อน (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ออนไลน์. 2561) หากแต่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19 ได้เปลี่ยนแปลงไป 3 รูปแบบ คือ 1) เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเป็นลำดับแรก 2) เดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้สามารถเดินทางด้วยรถส่วนตัว และ 3) เดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ Unseen ผู้คนไม่พลุกพล่าน (บริสุทธิ์ แสนคำ. 2564)

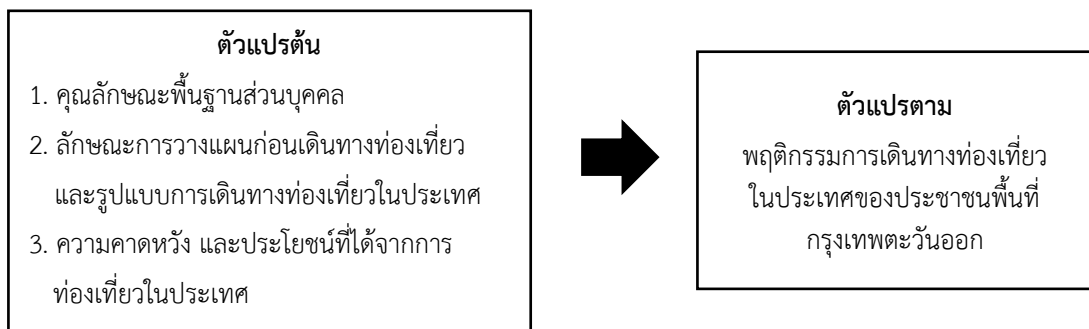
2. ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง

ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy theory) ของวรูม (Vroom. 1964) หรือที่เรียกว่าทฤษฎี V. I. E. เนื่องจากมีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญ คือ V มาจากคำว่า Valence หมายถึง ความพึงพอใจ I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือ วิธีการที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ และ E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึงความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ บุคคล มีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้แล้ว บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ ขณะที่พาราสุมาน ไชแรมมอล และแบร์รี (Parasuraman, Zeithmal and Berry. 1990) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่ 1) การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น 2) ความต้องการของแต่ละบุคคล 3) ประสบการณ์ในอดีต 4) ข่าวสารจากสื่อ และจากผู้ให้บริการ และ 5) ราคา สรุปได้ว่าความคาดหวังคือ ความรู้สึกความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อการรับรู้ของเราโดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังพบว่า ประเด็นที่มีความความคาดหวังมากที่สุดคือ เรื่องอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยที่มีจำนวนเพียงพอเช่น ป้ายแจ้งเตือน กล้องวงจรปิด ทางหนีไฟ และ

ด้านความปลอดภัยที่มีสภาพพร้อมใช้งาน เช่น ถังดับเพลิง ระบบสัญญาณเตือนภัย แสงไฟ (วัชรวิชัย วิทยาภรณ์ และพิมพ์พร ศรีรุ่งเรือง. 2567) ทั้งยังคาดหวังความปลอดภัย การคมนาคม ความสะอาดของอาหาร (ปฐวี อินทร์ สุวรรณโณ และกุลดา เพ็ชรวรรณ. 2565) โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อคุณภาพ การบริการอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (อภิญา ชื่นขำ และมณฑกานติ ชุบชุงศ์. 2566; สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์ และคณะ. 2566)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก จำนวน 1,360,219 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กระทรวงมหาดไทย. ออนไลน์. 2564, สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. ออนไลน์. 2566)

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรกลุ่มกรุงเทพมหานครตะวันออกและจำนวนประชากรเป้าหมายในการเก็บข้อมูล

ลำดับ	เขตในกลุ่ม กรุงเทพมหานครตะวันออก	รวมจำนวน ประชากร	เพศ		จำนวนบ้าน (หลังคาเรือน)	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง
			ชาย	หญิง		
1.	เขตบางกะปิ	142,574	64,756	77,818	109,409	45
2.	เขตสะพานสูง	95,922	43,972	51,950	41,892	45
3.	เขตบึงกุ่ม	139,334	63,412	75,992	76,268	45
4.	เขตคันนายาว	95,636	44,604	51,032	46,218	45
5.	เขตลาดกระบัง	178,424	84,621	93,803	100,871	45

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ	เขตในกลุ่ม กรุงเทพมหานคร	รวมจำนวน ประชากร	เพศ		จำนวนบ้าน (หลังคาเรือน)	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง
			ชาย	หญิง		
6.	เขตมีนบุรี	141,374	66,632	74,742	63,274	45
7.	เขตหนองจอก	178,856	86,985	91,871	68,505	45
8.	เขตคลองสามวา	206,437	97,295	109,142	88,145	45
9.	เขตประเวศ	181,632	85,211	96,421	93,842	45
รวมทั้งสิ้น		1,360,219	637,488	722,731	688,424	405

ที่มา : สำนักบริหารการทะเบียน กระทรวงมหาดไทย. 2564; สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. ออนไลน์. 2566; สำนักภูมิสารสนเทศ สำนักงานวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร. ออนไลน์. 2565)

จากตารางที่ 1 พบว่า กรุงเทพมหานครประกอบด้วย 9 เขตได้แก่ เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา เขตประเวศ มีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,360,219 แบ่งเป็นเพศชาย 637,488 คน เพศหญิง 722,731 คน มีจำนวนหลังคาเรือน 688,424 หลังคาเรือน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าจากตารางสำเร็จรูปของ Yamane ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 คำนวณโดย $1 + 1,360,219 \times 0.05^2 = 3,401.54$ แล้วนำมารounded กับ 1,360,219 = 399.88 จึงได้จำนวนประชากรเป้าหมายที่ 400 คน (Yamane. 1973) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกนำประชากรมาสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) โดยจำแนกเป็นกลุ่มตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งหมด 9 เขต ขั้นตอนที่ 2 นำมาสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) โดยนำสมาชิกแต่ละกลุ่มมาเป็นจำนวนที่เป็นสัดส่วนที่กำหนดแล้วรวมสมาชิกของทุกกลุ่มเข้าด้วยกันจนครบ 400 ตัวอย่าง ซึ่งการคำนวณอัตราสัดส่วนเทียบบัญญัติไตรยางศ์ จะทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้นั้นกระจายในทุกเขตของกรุงเทพมหานคร (Rahman, et al. 2022)

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและได้นำไปทำการทดลองใช้ Try out กับประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 40 คน (กลุ่มบุคคลที่อายุ 20 ปีขึ้นไปประกอบสัมมาชีพ มีการวางแผนจะเดินทางท่องเที่ยวในอนาคตร้อยเปอร์เซ็นต์) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลเป็นรายการคำถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนก่อนเดินทาง ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ความคาดหวัง

จากการท่องเที่ยว ประโยชน์ที่ได้รับ และปัจจัยพื้นฐานทั่วไป เช่น ผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประเภทที่พัก ช่องทางการจองที่พัก และตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อดีและข้อจำกัดของการเดินทางท่องเที่ยว

1.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดย 1) การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้มีประสบการณ์ด้านการตรวจพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวนภาษาที่ใช้ให้ชัดเจน เข้าใจง่าย เหมาะสมและสมบูรณ์ 2) ความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นทดลองแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างในสถานที่จริงจำนวน 40 คน เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น และ 3) ความเป็นปรนัย (Objectivity) ตรวจสอบว่าคำถามมีความชัดเจนสามารถเข้าใจข้อความคำถาม และการแปลความหมายได้ตรงกันทั้งผู้ถามและผู้ตอบ

1.5 การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากแบบสอบถาม 400 ชุด เมื่อได้ครบนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้สถิติวิเคราะห์ สถิติที่ใช้คือ สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ส่วนข้อมูลทุติยภูมิเป็นการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัย สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัยรวมถึงข้อมูลอื่นที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเพื่อนำมาใช้ประกอบการวิจัย (George. Online. 2023) ทั้งนี้ได้ยึดหลักจริยธรรมสากลในการทำวิจัยเกี่ยวข้องกับมนุษย์ (Belmont report) 3 ข้อหลักโดยได้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด (U.S. Department of Health and Human Services. Online. 2022)

ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

คุณลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 59.5) สถานภาพโสด (ร้อยละ 54.2) อายุ 36 -45 ปี (ร้อยละ 39.5) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 47.7) อาชีพพนักงานเอกชน (ร้อยละ 27.8) รายได้ต่อเดือน 30,000-45,000 บาท (ร้อยละ 32.5)

2. ลักษณะการวางแผนก่อนเดินทางท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออก

ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เปิดโลกทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 33.00) รองลงมา คือ เพื่อการพักผ่อนคลายเครียดจากชีวิตประจำวัน (ร้อยละ 17.50) และเพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต (ร้อยละ 16.50) ตามลำดับ ส่วนประเด็นความชอบ ส่วนใหญ่ชอบเดินทางกับเพื่อนฝูงมากที่สุด (ร้อยละ 31.50) รองลงมา คือ ชอบเดินทางแบบที่ไม่ซ้ำซาก (ร้อยละ 20.00) และชอบเดินทางกับครอบครัว (ร้อยละ 17.25) ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่ามีประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกเพียง 8 คนเท่านั้นที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเด็นเพื่อประโยชน์สังคม การกระจายรายได้ (ร้อยละ 2.00)

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายท่องเที่ยว พบว่า ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าความสวยงามของวิวทิวทัศน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 78.50) รองลงมาคือ ไม่มีจุดอับสัญญาณโทรศัพท์ (ร้อยละ 73.20) และความสะดวกของการเดินทางไปพื้นที่ (ร้อยละ 71.00) ตามลำดับ ต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับความสะอาดสภาพแวดล้อมในพื้นที่ (ร้อยละ 15.50)

ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี-วัฒนธรรม (ร้อยละ 14.80) และความมีอัธยาศัยดีของคนในพื้นที่ (ร้อยละ 10.80) ที่เป็นสามปัจจัยที่น้อยที่สุดในการเลือกจุดหมายท่องเที่ยวของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก

นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกมากกว่าครึ่ง (288 คน) จะหาข้อมูลก่อนการเดินทาง (ร้อยละ 72.00) โดยที่ประชาชนส่วนใหญ่หาข้อมูลเส้นทางการเดินทางไปจุดหมาย (ร้อยละ 61.00) เส้นทางการเดินทางในพื้นที่ (ร้อยละ 54.50) และแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 71.50) จาก Google Map ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก (ร้อยละ 33.70) ตัวเดินทางต่าง ๆ (ร้อยละ 35.20) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 44.50) และร้านอาหารเครื่องดื่ม (ร้อยละ 39.50) ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่นิยมหาข้อมูลผ่าน Google ในภาพรวม เป็นที่สังเกตว่าไม่มีประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกคนใดใช้ Facebook เพื่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการเดินทางในพื้นที่ ส่วนการหาข้อมูลก่อนการเดินทางของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครออกด้านที่พักนั้นพบว่า นอกจากประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกจะนิยมหาข้อมูลจาก Google แล้วยังมีอีกจำนวนหนึ่งใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 28.00) ที่นิยมหาข้อมูลผ่าน Agoda

ส่วนผู้ร่วมเดินทางนั้นพบว่าประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวไปกับแฟน/สามีภรรยา (ร้อยละ 39.00) โดยส่วนใหญ่พาหนะที่ใช้คือรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 55.70) นิยมใช้วิธีจองที่พักโดยตรงกับที่พัก (ร้อยละ 46.00) และส่วนใหญ่เป็นที่พักประเภทโรงแรม (ร้อยละ 53.50)

สำหรับกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวพบว่าประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่นิยมการถ่ายรูปมากที่สุด (ร้อยละ 71.75) รองลงมาคือ การชมทิวทัศน์ (ร้อยละ 62.25) และการช้อปปิ้ง (ร้อยละ 44.25) ตามลำดับ

3. ความคาดหวัง และประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก

การได้รับความสนุกสนานจากการท่องเที่ยวเป็นความคาดหวังจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกมากที่สุด (ร้อยละ 86.70) รองลงมาได้แก่ การได้ผ่อนคลาย คลายเครียดจากชีวิตประจำวัน (ร้อยละ 66.50) ราคาสินค้า/อาหาร/บริการ ไม่แพง (ร้อยละ 54.00) ได้ถ่ายรูปสวยงาม (ร้อยละ 48.50) ได้ชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (ร้อยละ 47.00) ตามลำดับ ส่วนสามกลุ่มรายการที่ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกไม่คาดหวังมากนักกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ได้แก่ ได้เรียนรู้สัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีในพื้นที่ (ร้อยละ 12.30) ครอบครัวมีความสุขจากการท่องเที่ยว (ร้อยละ 13.50) ได้ใช้เวลาพักผ่อนกับครอบครัว (ร้อยละ 14.50)

ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการได้ทำกิจกรรมเดิม ๆ ที่ตนเองชอบจากสถานที่ใหม่ๆ เป็นประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุด (ร้อยละ 40.00) รองลงมาคือได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่ (ร้อยละ 31.00) และได้เป็นผู้นำเทรนด์ในการท่องเที่ยว (ร้อยละ 22.00) ตามลำดับ ต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับการได้ใช้เวลาอยู่กับตนเองคนเดียว (ร้อยละ 4.30) และการได้ทำกิจกรรมเกี่ยวกับการบริการสังคม (ร้อยละ 2.70) ที่ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครออกส่วนน้อยเท่านั้นที่คิดว่าเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ส่วนด้านความต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกส่วนใหญ่คิดเห็นว่าการสนับสนุนด้านการเงินเป็นความต้องการให้รัฐสนับสนุนมากที่สุด (ร้อยละ 35.80) รองลงมา คือ มีโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น คนละครึ่ง เที่ยวด้วยกัน เที่ยวปันสุข (ร้อยละ 35.80) และลดราคา / จัดแพ็คเกจท่องเที่ยวราคาถูก (ร้อยละ 17.70) ตามลำดับ ทั้งนี้จะมีประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกเพียงจำนวน

5 คน (ร้อยละ 1.20) ที่เห็นว่าต้องการให้หน่วยงานรัฐสนับสนุนในเรื่องการควบคุมความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกมากกว่าครึ่งมีประสบการณ์ที่ไม่ดีจากการท่องเที่ยว โดยพบว่ามีประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวไม่สวยงาม/ไม่ตรงปก/ไม่ตรงรีวิว มากที่สุด (ร้อยละ 55.25) รองลงมา คือ สินค้า/อาหาร/บริการมีราคาแพง (ร้อยละ 45.25) และคนเยอะทำให้แออัด (ร้อยละ 39.25) ส่วนประเด็นประสบการณ์ที่ไม่ดีที่เจอน้อยที่สุด คือ ผู้ให้บริการพูดจาไม่สุภาพ ไม่เป็นมิตร (ร้อยละ 11.00) เป็น

สำหรับประเด็นแนะนำแหล่งท่องเที่ยว พบว่าประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่มีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่ตนได้ไปเที่ยวมา (ร้อยละ 39.00) ผ่านช่องทางการแชร์รูปลงสื่อมากที่สุด (ร้อยละ 30.50) ส่วนการแนะนำข้อมูลแก่ผู้อื่นที่ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกไม่นิยม คือ การแนะนำเรื่องตัวเดินทาง (ร้อยละ 1.50) และการแนะนำผ่านช่องทาง Instagram (ร้อยละ 5.70)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้างต้นทั้งหมดสามารถสรุปความได้ว่า ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศโดยเดินทางท่องเที่ยวไปกับแฟน/สามีภรรยา พาหนะที่ใช้คือรถยนต์ส่วนตัว ใช้วิธีจองที่พักโดยตรงกับที่พักเป็นประเภทโรงแรม มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เปิดโลกทัศน์ ชอบเดินทางกับเพื่อนฝูง คิดเห็นว่าความสวยงามของวิวทิวทัศน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกจุดหมายท่องเที่ยว กิจกรรมที่กระทำระหว่างท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ถ่ายรูป ความคาดหวังมากที่สุดคือการได้รับความสุขสนุกสนานจากการเดินทางท่องเที่ยว คิดเห็นว่าควรได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่เป็นประโยชน์ และต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนด้านการเงิน ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกมากกว่าครึ่งจะหาข้อมูลก่อนการเดินทาง โดยส่วนใหญ่หาข้อมูลเส้นทางเดินทางไปจุดหมาย เส้นทางเดินทางในพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยวจาก Google map ส่วนที่พัก ตัวเดินทางต่าง ๆ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารเครื่องดื่ม ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่นิยมหาข้อมูลผ่าน Google มีประเด็นแนะนำแหล่งท่องเที่ยวผ่านการแชร์รูปลงสื่อ และเคยผ่านประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่สวยงาม/ไม่ตรงปก/ไม่ตรงรีวิว มากที่สุด

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกสอดคล้องกับโมเดลของ Mathieson and Wall (1982) ที่ระบุว่า การตัดสินใจที่จะซื้อการท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว มี 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ความต้องการที่จะท่องเที่ยว 2) การค้นหาข้อมูล 3) การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว 4) การเตรียมตัวเดินทางและประสบการณ์ และ 5) การประเมินผลความพึงพอใจจากการเดินทาง จากผลการวิจัยเมื่อประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกได้จุดหมายปลายทางที่จะท่องเที่ยวแล้ว มีการค้นหาข้อมูลเส้นทางเดินทางไปจุดหมายปลายทาง เส้นทางเดินทางในพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยว ประกอบการตัดสินใจ โดยมีการเตรียมตัวล่วงหน้าในการจองที่พัก ตัวต่าง ๆ การทำกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเมื่อจบการเดินทาง มีการประเมินความพึงพอใจด้วยการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวโดยการแชร์รูปผ่านสื่อที่ตนเองมีอยู่

การที่ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครวันออกส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวสอดคล้องกับบทสรุปของกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และงานวิจัยของ บริสุทธิ์ แสนคำ (2564) ที่กล่าวว่าหลังสถานการณ์โควิด 19 นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ที่สามารถนำรถส่วนตัวไปได้

นอกจากนี้การนิยมเดินทางกับแฟน/คู่สมรส และการจองที่พักล่วงหน้าโดยจองกับที่พักโดยตรง ยังสอดคล้องกับ กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ที่ระบุว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับแฟน/คู่สมรสซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวจองที่พักล่วงหน้าเฉลี่ย 16.8 วัน จองกับที่พักโดยตรง แตกต่างเล็กน้อยเรื่องประเภทของที่พัก ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นิยมจองที่พักประเภทโรงแรม แต่นักท่องเที่ยวของกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นที่พักประเภทรีสอร์ทหรือโรงแรม 3-4 ดาว

ส่วนวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานคร คือ เพื่อการเรียนรู้เปิดโลกทัศน์ สอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้ข้อสรุปว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมของ นภัสพร จงรักษ์ (2560)

ขณะที่ความคาดหวังของการท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นิยมคาดหวังที่จะได้รับความสุขสนุกสนานจากการท่องเที่ยวมากที่สุด แตกต่างจากงานวิจัยของ วชรวิชัย วิทยาภรณ์ และพิมพ์ ศรีรุ่งเรือง (2567) ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังเรื่องอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยที่มีจำนวนเพียงพอ และงานวิจัยของปฐวี อินทร์สุวรรณโณ และกุลดา เพ็ชรวรรณ (2565) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวคาดหวังความปลอดภัย การคมนาคม ความสะอาดของอาหาร

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวนำข้อมูลไปใช้ประกอบการพิจารณาปรับปรุงกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

1.2 ผู้ประกอบการที่พัก กลุ่มธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ พัฒนาระบบจองที่พักให้ประชาชนในฐานะนักท่องเที่ยวมีช่องทางเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลาย เข้าถึงได้ง่าย

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาวิจัยต่างพื้นที่ เช่น พื้นที่กรุงเทพมหานคร หรือเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง เช่น นนทบุรี สมุทรปราการ หรืออาจขยายศึกษาเปรียบเทียบในระดับภูมิภาค

2.2 ศึกษาวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ไม่ปรากฏในงานนี้เพื่อขยายองค์ความรู้ในด้านพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย

2.3 ศึกษาวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ปรากฏในงานนี้ แต่เว้นระยะเวลาเก็บข้อมูล 6 เดือน หรือ 1 ปี เพื่อตรวจสอบซ้ำถึงข้อค้นพบที่ได้

2.4 ควรมุ่งเน้นแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพในการขับเคลื่อนงานเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก

รายการอ้างอิง

- กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). **โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ปี 2561**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://tourismlibrary.tat.or.th/media/sector7rabbithood.pdf?fbclid=IwAR28pAKuoQMIVA8phA0WkvZPkrPDODuQOro7P7WSbLjv4k7N_GsUJvLGnt0. [27 ธันวาคม 2566].
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). **สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัด ปี 2566 (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province 2023))**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.mots.go.th/news/category/705>. [12 มีนาคม 2567].
- เกศินี โพธิ์เพชร, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2563). “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวขอม จังหวัดนครศรีธรรมราช.” **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**. 37(2) : 110-137.
- นภัสพร จงรักษ์. (2560). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทนำเที่ยว**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://ethesisarchive.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031565_7325_6131.pdf. [6 มกราคม 2567].
- บริสุทธิ์ แสนคำ. (2564). “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19.” **วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ**. 4(1) : 160-168.
- ปฐวี อินทร์สุวรรณโน และกุลดา เพ็ชรวรรณ. (2565). “การศึกษาพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงวัยในจังหวัดแถบอันดามัน ประเทศไทย.” **วารสารวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**. 12(2) : 28-61.
- ภาสกรณัฐ ศรีสารคาม ทรงวุฒิ เอกวุฒิจา และสมชาย เชื้อวิเศษ. (2563). “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยวปริมณฑลฝั่งตะวันออก.” **วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์**. 7(2) : 200-225.
- วาสนา ขวัญทองยิ้ม, ขวลิษฐ์ ณ ถลาง และเสรี วงษ์มณฑา. (2566). “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา.” **วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์**. 4(1) : 43-56.
- วัชรวิชัย วิทยาภรณ์ และพิมพ์ ศรีรุ่งเรือง. (2567). “ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.” **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**. 19(1) : 30-39.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2567). **ประมาณการสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/16148>. [6 มกราคม 2567].
- สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์ และคณะ (2566). “ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อสภาพความพร้อมทางการท่องเที่ยวของถนนคนเดินสีลม จังหวัดกรุงเทพมหานคร.” **วารสารการจัดการการท่องเที่ยว นันทนิจและจิตบริการ**. 5(2) : 1-10.

- สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา แพ่งเกษร. (2566). “สร้าง สรรค์ สุข: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่ พหุวัฒนธรรม เพื่อสอดรับกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในความปกติใหม่ จังหวัดกาญจนบุรี.” **วารสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร**. 43(2) : 1-13.
- สันติธิดา ร้อยอำแพง, ราณี อธิชัยกุล และรชพร จันทรสว่าง. (2566). “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของ นักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ไทยวน จังหวัดสระบุรี.” **วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์**. 9(2) : 281-297.
- สำนักภูมิสารสนเทศ สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร. (2565). **จำนวนประชากรพื้นที่ ความหนาแน่น จำนวนบ้าน จำนวนตามแขวงในเขตกรุงเทพมหานคร**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://webportal.bangkok.go.th/pipd/page/sub/23329>. [27 ธันวาคม 2566].
- สำนักบริหารการทะเบียน กระทรวงมหาดไทย. (2564). **จำนวนประชากรแยกตามเพศ จำแนกตามเขตใน กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2564 (เรียงตามจำนวนประชากรรวม)**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://webportal.bangkok.go.th/pipd/page/sub/>. [26 ธันวาคม 2566].
- สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. (2566). **การแบ่งพื้นที่เขตการปกครองของ กรุงเทพมหานคร**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://office2.bangkok.go.th/ard/?page_id=4048. [26 ธันวาคม 2566].
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 -2570)**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://secretary.mots.go.th/more_news.php?cid=60. [24 ธันวาคม 2566].
- อภิญา ชื่นขำ และมณฑกานติ ชูชูวงศ์. (2566). “ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร.” **วารสาร วิทยาการจัดการปริทัศน์**. 25(2) : 120-132.
- George, T. (2023). **What is Secondary Research? | Definition, Types, & Examples**. [Online]. Available : <https://www.scribbr.com/methodology/secondary-research/>. [4 January 2024].
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). **Tourism: Economic, physical, and social impacts**. New York : Longman.
- Mayo, E.J., & Jarvis, L.P. (1981). “The Psychology of Leisure Travel: Effective. Marketing and Selling of Travel Services.” **Journal of Travel Research**. 20(3).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1990). **Delivery quality service: balancing customer perceptions and expectations**. New York : A Division of Macmillan, Inc.
- Rahman, M. M., Tabash, M. I., Salamzadeh, A., Abdul, S., & Rahaman, M. S. (2022). “Sampling techniques (probability) for quantitative social science researchers: a conceptual guidelines with examples.” **Seeu Review**, 17(1), 42-51.
- Schmoll, G.A. (1977). **Tourism Promotion: Marketing Background, Promotion Techniques and Promotion Planning Methods**. London : Tourism International Press.

- U.S. Department of Health and Human Services. (2022). **The Belmont Report: Ethical Principles and Guidelines for the Protection of Human Subjects of Research**. [Online]. Available : <https://www.hhs.gov/ohrp/regulations-and-policy/belmont-report/index.html>. [12 March 2024].
- Vroom, V.H. (1964). **Work and motivation**. New York : John Wiley & Sons.
- Wahab, S., Crampon, L.J., & Rothfield, L.M. (1976). **Tourism marketing : a destination-orientated programme for the marketing of international tourism**. London : Tourism International Press.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis**. New York : Harper & Row.