



## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

### โครงการวิจัย

การศึกษาผลกระทบธุรกิจการจ้ดนำเที่ยวขาออก

กรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษา

เพื่อเตรียมความพร้อมสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558

**The Study of the Impacts of Outbound Tour Operator**

**Case Study: The Second Semester Holiday for Students in Higher**

**Education Changed for Readiness Preparation**

**to ASEAN Economic Community 2015**

โดย

นพปฎล ชาระวานิช

สนับสนุนทุนวิจัยโดย

สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต

2556

ชื่อเรื่อง: การศึกษาผลกระทบธุรกิจการเจ้าหน้าที่เที่ยวขาออก

กรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558

ผู้วิจัย: นพพล ธาระวานิช

สถาบัน: มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีที่พิมพ์: 2557

สถานที่พิมพ์: มหาวิทยาลัยรังสิต

แหล่งที่เก็บรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

จำนวนหน้างานวิจัย 125 หน้า

คำสำคัญ: ผลกระทบธุรกิจนำเที่ยวขาออก

ลิขสิทธิ์: สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 แบบเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการเจ้าหน้าที่เที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวไทยไปยังต่างประเทศ 2. เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวไทยไปยังต่างประเทศ 3. เพื่อศึกษาผลกระทบการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (SPSS) One Sample t-test กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 102 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (SPSS) One Sample t-test กลุ่มที่ 3 นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว อดีตนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและที่ปรึกษาสมาคมจำนวน 5 ราย ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การสัมภาษณ์ โดยใช้สถิติแบบพรรณนา

## ผลการวิจัย พบว่า

1. การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออก ในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.05 สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกคิดว่า มีผลกระทบด้านจำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.61 ส่วนผลการสัมภาษณ์นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว ประธานที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว อดีตนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว อดีตอุปนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า ในระยะแรกอาจจะมีผลบ้าง แต่ระยะยาวไม่น่าจะมีผลมากนัก

2. การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจะมีผลกระทบต่อรายได้ธุรกิจนำเที่ยวขาออก อยู่ในระดับมาก มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.40 ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางในช่วงระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เพราะเป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวัน โดยเฉพาะช่วงวันหยุดในช่วงเทศกาลสงกรานต์ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกคิดว่า มีผลกระทบด้านรายได้ อยู่ในระดับน้อย มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.53 เนื่องจากว่า ธุรกิจนำเที่ยวขาออกสามารถปรับตัวตามสภาพของตลาดได้ ส่วนผลการสัมภาษณ์นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว ประธานที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว อดีตนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว อดีตอุปนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า ไม่มีผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกแต่อย่างใด

3. การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อในการปรับเปลี่ยนรายการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.50 สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกคิดว่า มีผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงรายการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.45 ส่วนผลการสัมภาษณ์นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว ประธานที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว อดีตนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว อดีตอุปนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า จะมีการปรับเปลี่ยนรายการบ้างเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยจะปรับให้อยู่ในจำนวนวัน และราคาที่นักท่องเที่ยวยอมรับได้

Title: The Study of the Impacts of Outbound Tour Operator

Case Study: The Second Semester Holiday for Students in Higher Education Changed for  
Readiness Preparation to ASEAN Economic Community 2015

Researcher: Noppadol Dharawanij

Institution: Rangsit University

Year of Publication: 2014

Publication: Rangsit University

Source: Rangsit University

No. of page: 125 pages

Keyword: Development of Chedi Hoi temple

Copyright: Rangsit University

### Abstract

The study has 3 main purposes which are 1. the impact of the change of second semester holiday time of student on number of Thai outbound tourists 2. the impact of revenues of the outbound tour operator from the second semester holiday for students in higher education changed 3. the impact of outbound tour programs from the second semester holiday for students in higher education changed.

The population used in the study can be separated into 3 groups; the first group; Thai tourists who purchase tour program from outbound tour operator; researcher is using a random accidental sampling method; a sample population of 400 persons; the study tools are questionnaire and analytical statistic consisted of frequency distribution, average, percentage, standard deviation and hypothesis tested by (SPSS) One sample t-test. The second group, managers of outbound tour operators; researcher is using a random accidental sampling method, a sample population of 102 persons, the study tools are questionnaire and analytical statistic consisted of frequency distribution, average, percentage and standard deviation; hypothesis tested by (SPSS) One sample t-test. And the third group, 5 persons from TTAA including president of TTAA, former president of TTAA and the advisors of TTAA; the study tools are interview method and descriptive statistic.

As a result, the researcher found as the following:

1. The impact of the change of second semester holiday time of student on number of Thai outbound tourists according to Thai outbound tourists' opinion will be affected to reduce the number of Thai outbound tourists in high level equal to  $\bar{X} = 4.05$ . However, the outbound tour

operators' opinion the impact in number of tourists will be in low level equal to  $\bar{X} = 2.61$ . And from the result of the interview of 5 TTAA persons stated that there will be the impact at the first period, however later it will be no more impact.

2. The impact of number of Thai Outbound Tourists from the second semester holiday for students in higher education changed according to Thai outbound tourists' opinion will be affected to revenues of outbound tour operators in high level equal to  $\bar{X} = 4.40$  because Thai tourists choose to travel abroad during March to May which there are many long holidays especially Songkran festival. However, the outbound tour operators' opinion the impact in number of tourists will be in low level equal to  $\bar{X} = 2.53$ . Outbound tour operators can adapt their own businesses according to the marketing circumstance. And from the result of the interview of 5 TTAA persons stated that there will be no impact at all.

3. The impact of number of Thai Outbound Tourists from the second semester holiday for students in higher education changed according to Thai outbound tourists' opinion will be affected to tour program changed in middle level equal to  $\bar{X} = 3.50$ . However, the outbound tour operators' opinion the impact in number of tourists will be in low level equal to  $\bar{X} = 2.45$ . And from the result of the interview of 5 TTAA persons stated that there will be some tour itinerary changed to serve tourists' need in period of travel and acceptable price.

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณอาจารย์เสรี วังส์ไพจิตร คณบดีวิทยาลัย การท่องเที่ยวและการบริการ ผู้ให้การสนับสนุนและคอยเสนอแนะในการทำวิจัย รวมทั้งช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง ต่างๆ ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จ ขอขอบคุณอาจารย์อิทธิพันธ์ พัฒนานุพงษ์ที่คอยสอบถามและคอยให้กำลังใจใน การทำงานวิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ คุณศุภฤกษ์ สุรางกูร กรรมการผู้จัดการบริษัท หนุ่มสาวท้าว จำกัด และนายกสมาคม ไทยบริการท่องเที่ยว คุณสุทธิพงษ์ เพื่อนพิภพ กรรมการผู้จัดการบริษัท กลอรี่ เทรเวล จำกัด และอดีตนายก สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2555-2556 คุณแอนก ศรีชีวะชาติ ประธานคณะที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการ ท่องเที่ยว คุณนवलจันทร์ เพียรธรรม ที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว คุณจ่านง อินดาร์ต กรรมการผู้จัดการ บริษัท สวีตตี้โฮลดิย์ จำกัด และอดีตนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว

ขอขอบคุณผู้จัดการ และผู้บริหารบริษัทนำเที่ยวในธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ใน การวิจัย ขอขอบคุณกลุ่มนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการที่ช่วยเก็บ ข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก และขอบคุณคุณวิภารัตน์ ธาระวานิช ภรรยาที่คอย ให้กำลังใจในการทำงานวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้น

นพปฎล ธาระวานิช

4 พฤษภาคม 2558

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	(1)
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
<b>บทที่ 1</b>	
บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	6
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	7
<b>บทที่ 2</b>	
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
- แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	8
- แนวคิดเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว	13
- แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการท่องเที่ยว	15
- แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ	21
- แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	22
- แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ	30
- แนวคิดเกี่ยวกับแรงผลักและแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยว	41
- แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดปิดภาคการศึกษาใหม่ของสถาบัน	
การศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจ	
อาเซียน พ.ศ. 2558	47
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	53

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3</b>	
ระเบียบวิธีวิจัย	56
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	56
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	60
การเก็บรวบรวมข้อมูล	63
การวิเคราะห์ข้อมูล	64
<b>บทที่ 4</b>	
ผลการวิจัย	67
- ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	67
- ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว	71
- ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวขาออก	88
- ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวขาออก	92
- ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์	100
<b>บทที่ 5</b>	
สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ	113
สรุปผลการวิจัย	113
อภิปรายผล	118
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	119
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	120
<b>บรรณานุกรม</b>	121
<b>ภาคผนวก</b>	
ก แบบสอบถาม	(1) - (15)
ข ประวัติผู้วิจัย	(16)



## สารบัญญัตราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางกำหนดขนาดตัวอย่าง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%	58
3.2 แสดงผลการทดสอบ	66
4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	67
4.2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	68
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา	69
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ	69
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้	70
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม	71
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	73
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2	74
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภูมิภาคที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2	75
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับราคารายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสม	76
4.11 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านการวางแผนการท่องเที่ยว	78

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.12	ค่าสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรม SPSS (One Sample t-test)	79
4.13	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวันปีการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยว	81
4.14	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว	82
4.15	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการปรับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	83
4.16	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว	84
4.17	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคใด	85
4.18	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการวางแผนการท่องเที่ยว	86
4.19	ค่าสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรม SPSS (One Sample t-test)	87
4.20	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	88
4.21	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขาออกที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	89
4.22	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	89
4.23	จำนวนและร้อยละธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่มีการประกอบธุรกิจตามระยะเวลาดำเนินการ	90
4.24	จำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ตอบแบบสอบถาม (โดยประมาณ) ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม)	91

**สารบัญญัตราง (ต่อ)**

4.25 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าขาออกในด้านช่วงเวลา	92
4.26 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าขาออกในด้านระยะเวลาของรายการนำเข้า	93
4.27 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าขาออกในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว	94
4.28 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าขาออกในด้านการเปลี่ยนเส้นทางท่องเที่ยว	95
4.29 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าขาออกในด้านรายได้	96
4.30 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าขาออกเกี่ยวกับการวางแผนการท่องเที่ยว	97
4.31 ค่าสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้โปรแกรม SPSS (One Sample t-test)	99

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2.1 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ S-R Theory	26
2.2 แสดงรายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค	28
2.3 ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ	29

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่ใดที่หนึ่งไปยังที่ใดที่หนึ่ง โดยสมัครใจ และเป็นการเดินทางไปพักผ่อนเป็นการชั่วคราว โดยไม่มีจุดประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ การเดินทางท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ประเภทตามลักษณะการเดินทาง กล่าวคือ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour) หมายถึง การท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยนำนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในราชอาณาจักรไทย การท่องเที่ยวเข้าประเทศ (Inbound Tour) หมายถึง การท่องเที่ยวโดยนำชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในราชอาณาจักรไทย และการนำเที่ยวขาออก (Outbound Tour) หมายถึง การนำนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศทั่วราชอาณาจักรจำนวน 161,724,688 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ซึ่งมีจำนวน 146,283,067 คน คิดเป็นร้อยละ 9.84 มีการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 138,967.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ร้อยละ 28.82 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2556).สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางในประเทศ.ออนไลน์) ในขณะที่ส่วนหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังต่างประเทศ ในปีพ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ จำนวน 5,969,913 คน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 146,410.70 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2556).สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางออกนอกประเทศ.ออนไลน์) เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.34 จากปี พ.ศ. 2555 ซึ่งมีจำนวน 5,721,485 คน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งสิ้น 137,861.37 ล้านบาท ในจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดนี้เดินทางไปกับธุรกิจนำเที่ยวขาออก โดยการซื้อรายการนำเที่ยวสำเร็จรูป (Package Tour) ส่วนในช่วงระหว่างเดือนเมษายนถึงมิถุนายน พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 234,282 คน มีค่าใช้จ่ายรวม 5228.33 ล้านบาท โดยเดินทางในภูมิภาคยุโรปจำนวน 29,947 คน ใช้ระยะเวลาใน

การเดินทางเฉลี่ย 5.60 วัน ภูมิภาคอเมริกา จำนวน 1,920 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ย 7.96 วัน ภูมิภาคโอเชียเนีย จำนวน 12,781 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ย 6.00 วัน และเดินทางในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออกมากที่สุด จำนวน 176,875 คน ใช้ระยะเวลาเฉลี่ย 3.96 วัน ส่วนในช่วงระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 272,845 คน มีค่าใช้จ่ายรวม 6,181.83 ล้านบาท โดยเดินทางในภูมิภาคยุโรปจำนวน 35,352 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ย 5.35 วัน ภูมิภาคอเมริกา จำนวน 2,822 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ย 8.14 วัน ภูมิภาคโอเชียเนีย จำนวน 8,941 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ย 6.06 วัน และเดินทางในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออกมากที่สุด จำนวน 206,747 คน ใช้ระยะเวลาเฉลี่ย 3.87 วัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2556).สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางออกนอกประเทศ.ออนไลน์) จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วงวันหยุด วันหยุดยาวต่อเนื่องและวันหยุดนักขัตฤกษ์ในเทศกาลต่างๆ ซึ่งมักจะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากประเทศไทยนัก ใช้เวลาในการเดินทางน้อยและมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวสั้นไม่เกิน 3-7 วัน และจะเลือกเดินทางไปยังต่างประเทศที่มีที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคที่ห่างไกล มีระยะการเดินทางไกล (Long Haul) และใช้ระยะเวลาในการเดินทางเป็นเวลานาน 7 วันขึ้นไป จะเลือกเดินทางในช่วงวันหยุดยาวต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงปิดภาคการศึกษาของบุตรหลาน ซึ่งคาบเกี่ยวกับวันสงกรานต์ซึ่งเป็นวันหยุดต่อเนื่องกัน 3 วัน ระหว่างวันที่ 13 – 15 เมษายนของทุกปี และเป็นวันหยุดของธุรกิจห้างร้าน สถานประกอบการเนื่องจากพนักงาน จะเดินทางกลับบ้านในเทศกาลวันสงกรานต์ซึ่งเป็นวันครอบครัวและวันขึ้นปีใหม่ไทยแต่โบราณ ปัจจุบัน ถือว่าเป็นวันครอบครัวไทย และการที่บุตรหลานหยุดภาคการศึกษา ผู้ปกครองก็สามารถพำนัก นิสิต นักศึกษาเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระยะทางไกลโดยปราศจากความกังวล ในเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการเล่าเรียนของบุตรหลานและไม่ต้องให้บุตรหลานลาหยุดพักการเรียนเป็นเวลาหลายวัน นักท่องเที่ยวชาวไทยจึงนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยเลือกรายการท่องเที่ยวไปยังประเทศที่อยู่ห่างไกล ใช้ระยะเวลาในการเดินทางนาน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวได้เกิน 7 วันขึ้นไป ได้แก่ ประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรป ประเทศในทวีปอเมริกา เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา หมู่เกาะในทะเลแคริบเบียน ประเทศต่างๆ ในอเมริกาใต้ เป็นต้น ประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกผู้ก่อตั้งความร่วมมือ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีพัฒนาความร่วมมือทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมืองและ

วัฒนธรรมมากขึ้นตามลำดับ ต่อมาเรียกว่า สมาคมประชาชาติแห่งเอเชีย (AC) และพัฒนาไปสู่ความเป็นเอกภาพของภูมิภาคในด้านต่างๆ รวมถึงการศึกษาด้วย ปัจจุบันการเปิด ปิดภาคการศึกษาของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียนมีความคลาดเคลื่อนไม่ตรงกันอยู่ จึงมีความจำเป็นในการปรับภาคการศึกษาให้มีความใกล้เคียงกัน เพื่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก การศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยของไทยเดิมเปิดภาคการศึกษาที่ 1 ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายน และภาคการศึกษาที่ 2 เปิดภาคการศึกษาระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงกลางเดือนมีนาคมของทุกปี ทำให้มีวันหยุดยาวต่อเนื่องจากวันสงกรานต์ในเดือนเมษายน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางไปต่างประเทศ สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่า การท่องเที่ยวขาออกจะเป็นการทำให้เกิดการรั่วไหลของเงินตราไปยังต่างประเทศบ้าง แต่ก็มีผลในด้านการแลกเปลี่ยนทางธุรกิจ การเปิดวิสัยทัศน์ทางการท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม อีกทั้งการเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศที่มีค่าใช้จ่ายสูง ก็เป็นเพียงนักท่องเที่ยวที่มีฐานะดีส่วนหนึ่งที่นิยมเดินทางไปพักผ่อนยังต่างประเทศ และมีจำนวนไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย หรือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจากท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งครอบคลุมเดือนเมษายนและช่วงเทศกาลสงกรานต์ ทำให้วันหยุดต่อเนื่องช่วงเทศกาลสงกรานต์สั้นลง เนื่องจากหลังวันที่ 15 เมษายน ก็จะมีการเรียนการสอนตามปกติ ทำให้เกิดผลกระทบทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจนำเที่ยวขาออก ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มลดลง ด้านเศรษฐกิจของธุรกิจนำเที่ยวขาออกมีสืบเนื่องจากการรายได้ลดลง และการเลือกรายการท่องเที่ยวในประเทศที่อยู่ห่างไกลและใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวยาวนานเกิน 7 วันขึ้นไป มีแนวโน้มลดลงตามไปด้วย ซึ่งน่าจะส่งผลทางด้านเศรษฐกิจในธุรกิจประเภทนี้และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยและอาจจะส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าอีกด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558 ว่า จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกในด้านใดบ้าง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 แบบเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาผลกระทบการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับทราบถึงผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ต่อธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออกของไทย
2. ทราบถึงผลกระทบของรายได้ของธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก ซึ่งมีผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดนำเที่ยว และการจัดการด้านการตลาด
3. ทราบถึงผลกระทบของการจัดรายการนำเที่ยว เพื่อนำไปสู่การจัดรายการนำเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ เฉพาะเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
  - 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศจำนวน 400 ตัวอย่าง
  - 2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก (Outbound Tour Operator) จำนวน 100 ราย
  - 2.3 นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว ที่ปรึกษาและกรรมการสมาคม จำนวน 5 ราย

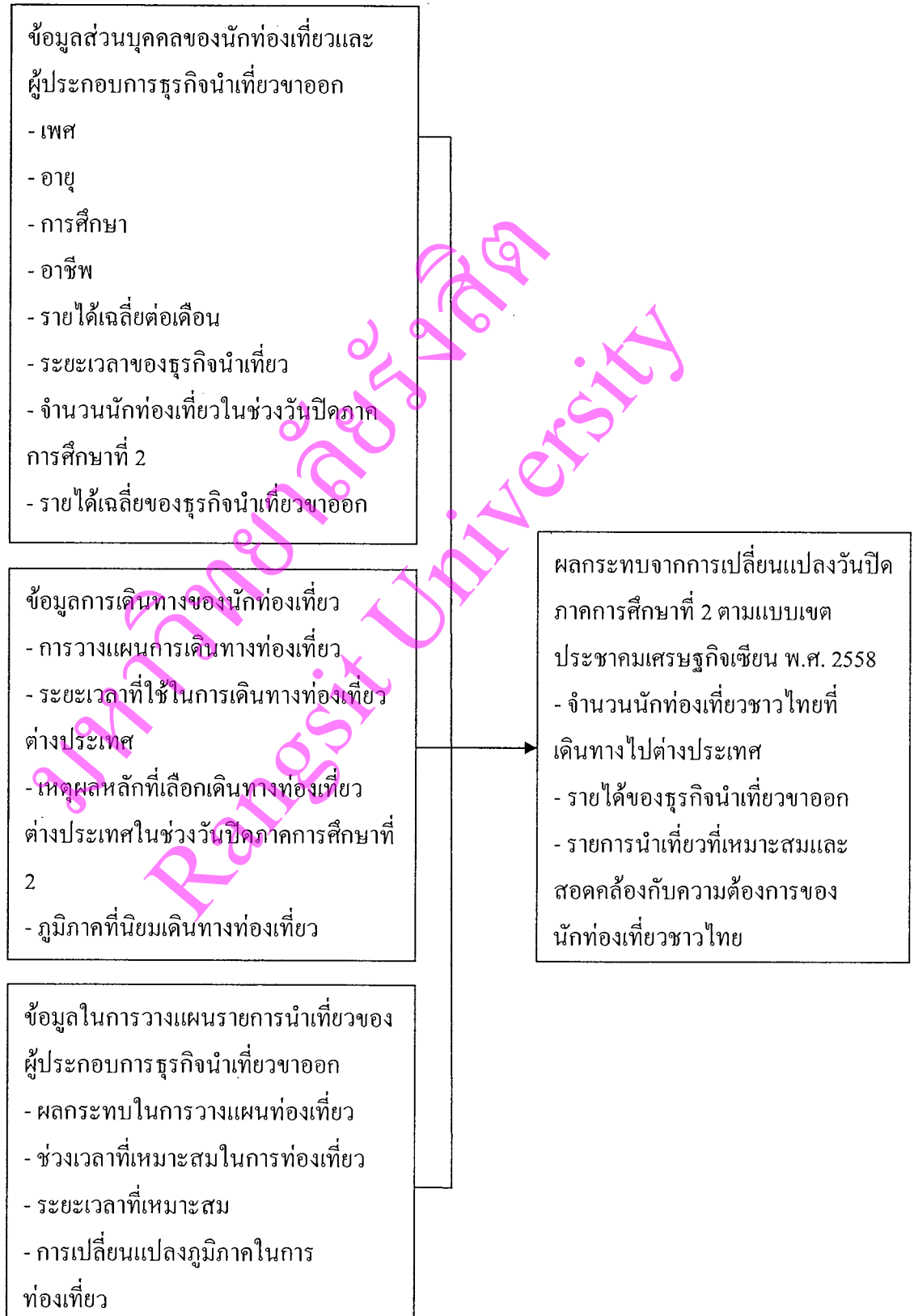


3. ขอบเขตด้านเนื้อหา
  - 3.1 เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 แบบเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวไทยไปยังต่างประเทศ
  - 3.2 เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ
  - 3.3 เพื่อศึกษาความเหมาะสมของรายการนำเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งมีวันหยุดยาวต่อเนื่องน้อยลง ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงการจัดรายการนำเที่ยวและระยะที่ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว
4. ขอบเขตด้านเวลา ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัย 1 ปี ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2558

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ตัวแปรอิสระ

## ตัวแปรตาม



## นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง โดยเดินทางไปด้วยความสมัครใจ เป็นการชั่วคราวและไม่ได้เดินทางไปเพื่อประกอบหารายได้หรือการประกอบอาชีพ

การท่องเที่ยวต่างประเทศ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ออกจากประเทศไทยไปยังต่างประเทศในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก

ธุรกิจนำเที่ยวขาออก หมายถึง ธุรกิจนำเที่ยวของคนไทยที่ขายรายการนำเที่ยวต่างประเทศให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและจัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศโดยใช้บริการการท่องเที่ยวจากธุรกิจนำเที่ยวขาออกและไม่ได้เดินทางด้วยตนเอง

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาผลกระทบธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก กรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาค การศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558 ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
6. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ
7. แนวคิดเกี่ยวกับแรงผลักดันและแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยว
8. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิด และปิดภาคการศึกษาใหม่เพื่อเข้าสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ตามหลักสากล “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางที่เป็นการท่องเที่ยว และต้องมีเงื่อนไขอย่างน้อยครบถ้วน 3 ประการคือ (ตุ้ย ชุมสาย, 2518: 40)

1. ต้องเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นไปตามความสนใจต้องการของผู้เดินทาง
3. ต้องมิใช่เพื่อรับสินจ้างในการนั้น

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยว โดยผู้ท่องเที่ยวไม่มุ่งหวังที่จะได้รับผลตอบแทน แต่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนอารมณ์เพื่อทำนุบำรุงสุขภาพ และเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540: 2-3)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายชั่วคราวของคนจากสถานที่ และชีวิตการทำงานปกติในที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่ง เพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในสถานที่นั้น และได้รับความสะดวกสบายจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น (Mason, 2008: 5)

การท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการและการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว (Mill, 1990:9)

การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเดินทางออกจากที่พักหรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่นๆ ในระยะเวลาสั้นๆ และคนเหล่านั้นจะทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ต้องการไปเยี่ยมญาติมิตรหรือท่องเที่ยว (Lickorish, 1997: 2)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะสั้นเพื่อไปเยี่ยมญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ ทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุมสัมมนา ฯลฯ (Davidson, 1993: 1-2)

ความหมายของการท่องเที่ยว จากการนิยามขององค์การสหประชาชาติ (United Nations) ที่ได้จัดการประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้กำหนดว่าการเดินทางที่เป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีลักษณะ 3 ประการดังนี้ (สุวัฒน์ จูธากรณ์, 2555: 6)

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทางพอแบ่งออกได้เป็น 9 อย่างดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 13-14 )

- (1) ความมุ่งหมายเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday – Mass Popular Individual) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อพักผ่อนในวันหยุด
- (2) ความมุ่งหมายเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural and Religion) เป็นความมุ่งมั่นในการเดินทางเพื่อเรียนรู้ เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นอื่นๆ ที่น่าสนใจ

- (3) ความมุ่งหมายเพื่อการศึกษา (Education) เป็นความมุ่งหมาย ในการเดินทางเพื่อการ ศึกษาวิจัยดูงานและสอนหนังสือในท้องถิ่นอื่น
- (4) ความมุ่งหมายเพื่อการกีฬาและบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นความมุ่งหมายใน การเดินทางเพื่อชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาในท้องถิ่นอื่น
- (5) ความมุ่งหมายเพื่อชมประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อชม โบราณสถาน และสิ่งอื่นที่น่าสนใจ เกี่ยวกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์
- (6) ความมุ่งหมายเพื่องานอดิเรก (Hobbies) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อทำงาน อดิเรก
- (7) ความมุ่งหมายเพื่อเยือนญาติมิตร (Visiting Friends and Relatives) เป็นความมุ่งหมาย ในการเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร ที่อยู่ห่างไกลและท้องถิ่น
- (8) ความมุ่งหมายเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อธุรกิจ แต่ ได้จัดเวลาว่างที่นอกเหนือจากการปฏิบัติงานนั้นทำการท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ
- (9) ความมุ่งหมายเพื่อประชุมและสัมมนา (Conference and Congress) เป็นความมุ่งหมาย ในการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนาในท้องถิ่นอื่น โดยปกติมักมีรายการนำ เทียบรวมอยู่

การเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 12)

1. เป็นการเดินทางไปยังท้องถิ่นอื่นเพื่อสินจ้าง หรือประกอบอาชีพ
2. เป็นการเดินทางไปยังท้องถิ่นอื่นเพื่อตั้งถิ่นฐานประจำถาวร
3. เป็นการเดินทางไปยังท้องถิ่นอื่น เพื่อปฏิบัติงานด้านต่างๆ โดยได้รับ ค่าจ้างตอบแทน
4. เป็นการเดินทางข้ามพรมแดนไปทำงานนอกประเทศเป็นประจำทุกวัน
5. เป็นการเดินทางผ่านประเทศอื่น โดยไม่แวะลง แม้ว่าการเดินทางจะอยู่ใน อาณาเขตของประเทศนั้นเป็นเวลานานกว่า 24 ชั่วโมง
6. เป็นการเดินทางไปยังท้องถิ่นอื่น โดยถูกบังคับ เช่น กองทหารเดินทางจาก เชียงใหม่ไปยังเชียงราย เป็นต้น

ในปัจจุบันนี้เกิดการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบขึ้นอย่างมาก แต่สามารถแบ่งประเภท การท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลบหนี จากสภาพชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อหรือหลีกเลี่ยงอากาศหนาวในประเทศของตน อันเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลกใหม่
2. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยว เพื่อไปติดต่อธุรกิจหรือไปประชุม โดยมีระยะเวลา 2-3 วันแรกในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจกิจกรรมพิเศษ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 15-16)
  - (1) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติ และการศึกษาธรรมชาติ
  - (2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้ และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีความเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของคนในสังคม
  - (3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการ และความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นริงบันเทิงใจ การออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นการได้รับการบริการที่เหมาะสม
  - (4) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากผลพลอยได้ในการเดินทางติดต่อธุรกิจ ประชุมสัมมนา ซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษา ดูงานและการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้

องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nation World Tourism Organization – UNWTO) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว

2. การเดินทางนั้นผู้เดินทางด้วยความสมัครใจไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่องค์ประกอบ 3 ด้านคือ แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Attractions) การบริการท่องเที่ยว (Tourism Services) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) แต่ละองค์ประกอบมีส่วนประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือเพื่อทัศนศึกษา ซึ่งสรุปได้ดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540)

1. แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Attractions) จัดว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญและเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ที่สามารถตอบสนองความต้องการท่องเที่ยวได้ โดยแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม
2. การบริการท่องเที่ยว (Tourism Services) จัดเป็นอุปทานสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง เช่น ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้าและบันเทิง เป็นต้น ซึ่งแม้ว่าจะไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่ก็ให้บริการรองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ที่บางโอกาสอาจเป็นสิ่งดึงดูดได้เช่นกัน
3. ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) โดยปกติตลาดการท่องเที่ยวควรจะเน้นที่นักท่องเที่ยว เป็นการแสดงถึงอุปสงค์ของการท่องเที่ยว (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่น ซึ่งในกระบวนการการจัดการแล้วหมายรวมไปถึง การส่งเสริมและการพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศโดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้นๆ (ESCAP/TAT/WTO 2000) ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยมีการจัดนำชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศจำนวนมาก เรียกว่า การท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวไปในต่างประเทศจากถิ่นพำนักถาวรของตนเพื่อไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น (กองวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543) เช่น



นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทย (Thai Tourists) ซึ่งมีถิ่นพำนักในประเทศไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศในยุโรป เป็นต้น การจําหน่ายเที่ยวในเส้นทางประเทศในทวีปยุโรปและการเดินทางท่องเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา ต้องใช้เวลาในการเดินทางหลายวันและมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง นักท่องเที่ยวชาวไทยจึงนิยมเดินทางโดยการซื้อรายการนำเที่ยว (Package Tour) และการบริการจากรูทจําหน่ายเที่ยว (Tour Operator) ซึ่งจะจําหน่ายนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังประเทศต่างๆ แบบหมู่คณะ (Group Tour) ซึ่งเป็นการจําหน่ายนักท่องเที่ยวจำนวน 11 – 15 คนขึ้นไป (กองวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543) การเดินทางแบบหมู่คณะนี้ นักท่องเที่ยวมักเลือกเดินทางโดยมีสาเหตุดังนี้

1. ประหยัดค่าใช้จ่าย
2. มีเพื่อนร่วมเดินทาง
3. มีความเหมาะสมคล่องตัว
4. มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและ
5. ได้รับสิทธิพิเศษ เช่น การเข้าชมสถานที่สำคัญบางแห่ง ซึ่งไม่เปิดโอกาสการให้กับการท่องเที่ยวทั่วไป เป็นต้น (สุวัฒน์ จุฑาภรณ์, 2556: 2-62)

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่ใดที่หนึ่ง ซึ่งหมายถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับคนในท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งมีองค์ประกอบหลัก 3 ประการคือ แหล่งท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวยังที่ใดที่หนึ่งในประเทศหรือเดินทางระหว่างประเทศ โดยสามารถเดินทางเองหรือเดินทางเป็นคณะ โดยมีธุรกิจท่องเที่ยวเป็นผู้ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวก็ได้เช่นกัน

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว นับว่า เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญ และได้มีผู้ที่ให้ความหมายไว้ต่างๆ กันดังนี้

การบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความสะดวกสบายในด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวให้ทรัพยากรนั้นหนาการณ์ที่มีอยู่ทั้งธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งบริการที่รองรับก่อนและหลังการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย และตอบสนองความจำเป็นพื้นฐาน

การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. สถานที่พัก

2. บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
3. ร้านค้า ร้านอาหาร และนันทนาการ

สรุปได้ว่า การบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความสะดวกสบายด้านต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 182)

#### บุคลากรด้านการท่องเที่ยว

บุคลากรด้านการท่องเที่ยว หมายถึง บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เช่น พนักงานร้านอาหาร พนักงานโรงแรม พนักงานขับรถยนต์ เจ้าหน้าที่บริการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ผู้นำเที่ยว และบุคลากรเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพ เนื่องจากเป็นผู้ที่มีโอกาสสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจ หรือสร้างความรำคาญใจ ความไม่พอใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเป้าหมายพิเศษ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวจะต้องมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยต้องมีความรู้ ความเข้าใจและความสามารถที่จะให้บริการ เช่น การให้บริการเชิงอนุรักษ์นั้น บุคลากรด้านการท่องเที่ยวจะต้องเป็นผู้ที่เป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง (ราณี อธิชัยกุล, 2547: 109)

บุคลิกที่เหมาะสมของบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ได้แก่

1. การเป็นคนมีบุคลิกลักษณะที่เหมาะสม ประกอบด้วย
  - 1.1 มีความภูมิใจในอาชีพของตนเอง ให้บริการด้วยความเห็นใจและเต็มความสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ
  - 1.2 มีจรรยาบรรณและจริยธรรมในอาชีพของตน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีงามของประเทศชาติและส่วนรวม
  - 1.3 มีความอดทนต่อความผิดพลาดของลูกค้า
  - 1.4 มีคุณพิณิจ และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
2. การเป็นคนที่มีความรู้ ทักษะที่เหมาะสม ประกอบด้วย
  - 2.1 มีความรู้ในด้านภาษา ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ
  - 2.2 มีความรู้ ความสามารถในการถ่ายทอด เรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี
  - 2.3 มีความรู้เรื่องการรักษาความปลอดภัย ทั้งต่อตนเองและนักท่องเที่ยว

2.4 มีความรู้รอบตัวเป็นคนทันต่อเหตุการณ์ และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

2.5 มีความรู้เรื่องนันทนาการเพื่อสร้างความอบอุ่นรื่นรมย์ และบรรยากาศที่ดีต่อนักท่องเที่ยว (นพปฎล ธาระวานิช, 2553: 13-14)

สรุปได้ว่า บุคลากรทางการท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการบริการการท่องเที่ยว โดยจะต้องเป็นบุคคลที่มีลักษณะเหมาะสม เพื่อป้องกันการสร้างความรำคาญใจหรือความไม่พอใจแก่นักท่องเที่ยว และต้องเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและทักษะด้านภาษารวมไปถึงมีการถ่ายทอดแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการท่องเที่ยว

ธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินธุรกิจให้บริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้เกิดความสุขความพึงพอใจ โดยหวังได้รับผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 182)

ธุรกิจนำเที่ยว หมายความว่า ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวหรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีการบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือการบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง (สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, 2555: 2)

ธุรกิจจัดนำเที่ยว หมายถึง การจัดนำเที่ยวให้กับบุคคล หรือกลุ่มบุคคล องค์กร หรือหน่วยงานต่างๆ เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552:2)

การดำเนินงานของธุรกิจจัดนำเที่ยวแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

1. ธุรกิจนำเที่ยวที่บริการจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ
2. ธุรกิจจัดนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวไปต่างประเทศ
3. ธุรกิจจัดนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวภายในประเทศ

ธุรกิจจัดนำเที่ยวหลายแห่งอาจดำเนินการจัดนำเที่ยวได้ทั้ง 3 ประเภท ขึ้นอยู่กับการจดทะเบียนและการแจ้งประเภทการดำเนินการกับทางการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552:2)

ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีความชำนาญในการนำเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีรายการนำเที่ยวแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบถึงกำหนดการ ระยะเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยพาหนะประเภทใด พร้อมสถานที่นำชม การรับประทานอาหาร การพักผ่อน ตลอดจนแผนที่สังเขปแสดงที่ตั้งระยะทางของแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีการซื้อบริการขนส่ง ห้องพัก

อาหาร ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามราคาสัญญา (Contract rate) แล้วนำมาเฉลี่ยเป็นต้นทุนต่อคน พร้อมบวกกำไรที่ต้องการออกมาเป็นราคาขายแบบเหมาจ่าย โดยรูปแบบการจัดนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวสามารถสรุปได้เป็น 10 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย
  - 1.1 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่มีผู้นำเที่ยว
  - 1.2 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่ไม่มีผู้นำเที่ยว
2. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบความต้องการ
  - 2.1 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบความต้องการของลูกค้า
  - 2.2 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบตามความต้องการของธุรกิจนำเที่ยว
3. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบตามลักษณะอาณาเขต
  - 3.1 รูปแบบการจัดนำเที่ยวภายในประเทศ
  - 3.2 รูปแบบการจัดนำเที่ยวภายนอกประเทศ
4. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบตามลักษณะการเดินทาง
  - 4.1 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบการนำนักท่องเที่ยวหลายๆ สังกัดมารวมกัน
  - 4.2 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบส่วนบุคคล
  - 4.3 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบหมู่คณะ
  - 4.4 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นรางวัล
5. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบตามระยะทาง
  - 5.1 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบระยะทางใกล้
  - 5.2 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบระยะทางไกล
6. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบตามลักษณะการซื้อ
  - 6.1 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย
  - 6.2 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบเลือกจ่าย
7. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบตามระยะเวลา
  - 6.1 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบครึ่งวัน
  - 6.2 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบเต็มวัน
  - 6.3 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบมากกว่า 1 วัน
8. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบตามจุดนำชม
  - 8.1 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบชมเมือง
  - 8.2 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบชมภูมิทัศน์
  - 8.3 รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบแหล่งบันเทิงยามราตรี

9. รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

9.1 รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบ Sightseeing Tour

9.2 รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบชมป่าเขาลำเนาไพร

9.3 รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบจุดประสงค์พิเศษ

10. รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

10.1 รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบเชิงรัฐสึ่กใจ

10.2 รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบเชิงสร้างสรรค์

10.3 รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบเชิงอนุรักษ์

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549: 43-48)

ธุรกิจนำเที่ยวที่จ้ดนำเที่ยวให้กับลูกค้าโดยตรง (Tour Operator) หมายถึง ธุรกิจบริการท่องเที่ยวที่ดำเนินการในลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการนำเที่ยวเองหรือเป็นผู้ขายส่ง คือสามารถวางแผนรายการและจัดการนำเที่ยวเอง ถ้าสินค้าบริการเป็นที่นิยมก็สามารถขายให้กับตัวแทนจำหน่ายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวรายอื่นๆ อีกทอดหนึ่ง เพื่อช่วยในการขาย หรือนำสินค้าบริการจากสถานประกอบการต่างๆ มารวมกันเป็นแบบเหมาจ่าย (Package) และขายในรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour) (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552:7)

ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ คือ การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดในต่างประเทศ หรือนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดภายในประเทศ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2551: 241)

การจัดนำเที่ยวไปต่างประเทศ (Outbound Tour) หมายถึง การนำนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยมีเหตุผลมาจาก นักท่องเที่ยวต้องการเปลี่ยนบรรยากาศการท่องเที่ยว การได้เดินทางไปต่างประเทศจะให้ความรู้สึกแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ บางคนอาจต้องการเดินทางไปสัมผัสสิ่งมหัศจรรย์ของโลก บางคนอาจต้องการเดินทางไปสัมผัสอากาศที่หนาวเย็น สัมผัสวัฒนธรรมประเพณี ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยว หรือความเจริญต่างๆ ในต่างประเทศ

การศึกษาข้อมูลต่างๆ ประกอบการวางแผนการจัดรายการนำเที่ยวไปยังต่างประเทศในแต่ละปี ควรมีการเตรียมข้อมูลดังนี้

1. ความต้องการของลูกค้า ความนิยมในรายการนำเที่ยวต่างๆ
2. วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ควรคำนึงถึงการให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากการเดินทางมากที่สุด ซึ่งบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่จะจ้ดนำเที่ยว โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์หลัก คือ การจ้ดนำ

เที่ยวเพื่อให้ลูกค้าได้พักผ่อนเพลิดเพลินสนุกสนาน เพื่อการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว ได้ชื่อของ เป็นสำคัญ

3. กำหนดการเดินทาง บริษัทต้องคำนึงถึงภูมิอากาศของแต่ละประเทศ ศึกษาช่วงเวลาที่คนไทยชอบเดินทางท่องเที่ยว โดยมากจากปฏิทินวันหยุดเทศกาลในแต่ละเดือน เรื่องของระยะเวลาการเดินทาง ตลอดจนพิจารณาถึงเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ในต่างประเทศ เช่น จัดไปเทศกาลหิมะที่เมืองซัปโปโร เกาะฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ หรือจัดไปเมืองมิวนิค ประเทศเยอรมนี ในช่วงเทศกาลคิมเบียร์ เป็นต้น

4. รายการนำเที่ยว บริษัทต้องพิจารณาจากรายการนำเที่ยวของแต่ละโปรแกรมไปยังภูมิภาคใดในช่วงเวลาไหน ระยะเวลาของการจัดตลอดจนวัตถุประสงค์ของการจัดนำเที่ยวโดยข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ต้องเป็นข้อมูลที่สามารนำไปเป็นรายละเอียดในการเจรจาต่อรองกับบริษัทตัวแทนต่างประเทศ

5. จุดเด่นทางการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ บริษัทควรจัดนำเที่ยวให้ลูกค้าได้มีโอกาสเยี่ยมชมจุดเด่นทางการท่องเที่ยวให้มากที่สุดเท่าที่เวลาและโอกาสจะอำนวย เช่น ไปฝรั่งเศสต้องแวะชมหอไอเฟล ไปประเทศกัมพูชาต้องนำชมนครวัด นครธม ไปประเทศอียิปต์ต้องนำชมปิรามิด เป็นต้น

6. บริษัทควรสำรวจลูกค้าที่ใช้บริการว่า เป็นใคร เพศ วัย อาชีพ ระดับการศึกษาเป็นอย่างไร เพื่อจะได้วางแผนจัดรายการนำเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

7. บริษัทในประเทศควรประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทตัวแทนในต่างประเทศ (Local Agent) เพื่อประกอบการพิจารณาว่า ควรใช้บริการต่อหรือไม่ ในขณะเดียวกันก็ควรใช้บริการบริษัทตัวแทนใหม่ๆ บ้าง เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบ ดูข้อเสนอต่างๆ จากหลายๆ บริษัท ก่อนการตัดสินใจในเลือก

(ฉันทิช วรรณถนอม, 2552: 171-172)

ผู้นำเที่ยว หมายความว่า ผู้รับผิดชอบในการดูแลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ (สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, 2554: 2)

มัคคุเทศก์ที่นำคนไทยไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ โดยทั่วไปจะเรียกว่า หัวหน้าทัวร์ เนื่องจากหมายถึง ผู้นำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยไม่ได้ให้ข้อมูลความรู้ทั่วไปแบบเดียวกับมัคคุเทศก์ เพียงแต่คอยอำนวยความสะดวกในเรื่องทั่วไป ได้แก่ การอำนวยความสะดวก ทำอากาศยานการเข้าออกประเทศ เรื่องการขนย้ายสัมภาระ การเข้าที่พัก การรับประทานอาหาร แต่ในบางประเทศ เช่น ในประเทศในทวีปยุโรป เอเชียบางประเทศ ประเทศแถบแอฟริกา



อเมริกาใต้ หัวหน้าทัวร์ต้องทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ในคราวเดียวกันด้วย (ฉันทิช วรรณถนอม, 2551: 27)

ผู้นำเที่ยวหรือหัวหน้าทัวร์หรือมัคคุเทศก์ที่นำคนไทยไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศมีขั้นตอนในการปฏิบัติงาน 3 ขั้นตอนดังนี้

### 1. การเตรียมตัวก่อนการนำเที่ยว

- 1.1 การประชุมรับงาน
- 1.2 ทราบจำนวนนักท่องเที่ยว
- 1.3 ทราบข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว
- 1.4 บุคคลที่สามารถติดต่อได้ในประเทศไทยพร้อมหมายเลขโทรศัพท์ ที่สามารถติดต่อได้
- 1.5 เตรียมรายการนำเที่ยวฉบับสมบูรณ์
- 1.6 เอกสารต่างๆ ที่ใช้ในการเดินทาง
- 1.7 ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
- 1.8 เตรียมอุปกรณ์อื่นๆ
- 1.9 เครื่องใช้ส่วนตัวของมัคคุเทศก์

### 2. การปฏิบัติงานระหว่างนำเที่ยว

- 2.1 ต้องเดินทางถึงสนามบินก่อนนักท่องเที่ยวอย่างน้อย 2 ชั่วโมง
- 2.2 ดูแลจัดที่นั่งบนเครื่องบินให้กับนักท่องเที่ยว
- 2.3 ถึงสนามบินปลายทาง ดูแลการผ่านพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร
- 2.4 ดูแลและอำนวยความสะดวกในการเข้าพักแรมในสถานที่พัก
- 2.5 ระหว่างการเดินทางบนรถโค้ชควรให้ข้อมูลต่างๆ ที่สำคัญ
- 2.6 นำชมสถานที่ต่างๆ ตามรายการให้ครบถ้วน
- 2.7 นัดหมายเวลาในการเดินทางในวันต่อไป
- 2.8 ผู้นำเที่ยวควรมีเวลาพักผ่อนให้เพียงพอ
- 2.9 ให้ชำระค่าใช้จ่ายทุกอย่างให้เรียบร้อย
- 2.10 ดูแลเรื่องสัมภาระของนักท่องเที่ยว

### 3. การปฏิบัติงานหลังการนำเที่ยว

ควรให้นักท่องเที่ยวทำแบบสอบถามให้เรียบร้อย หลังจากนั้นแจ้งปัญหา ข้อดี ข้อเสีย ข้อบกพร่องด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการนำเที่ยว เพื่อให้มีการปรับปรุงแก้ไขในครั้งต่อไป

การบริการ (Services) เป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว (Tourism Product) แม้ว่า การบริการเป็นสิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองตอบความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจเช่นเดียวกับสินค้า (Goods) แต่กลับมีคุณสมบัติแตกต่างจากสินค้า (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546: 22)

บริการเป็นการกระทำ (Perform) ที่เกิดขึ้นและส่งมอบแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าในเวลานั้นทันที โดยที่ผู้รับบริการต้องสัมผัสและใช้บริการนั้นๆ ในเวลาเดียวกัน สิทธิในการใช้บริการของผู้รับบริการหรือลูกค้า เป็นสิทธิชั่วคราวในระยะเวลาและสถานที่ซึ่งกำหนดไว้ บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) แต่เป็นสิ่งที่รู้สึกได้ (Sensible) ในการส่งมอบบริการมักจะตรวจสอบได้ยาก นอกจากนั้น บริการไม่อาจเก็บสะสมไว้ได้และเสื่อมสลายเสียหายไปเมื่อไม่มีผู้ให้บริการ

ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นักเดินทาง หรือนักท่องเที่ยวมีความจำเป็นหรือความต้องการต่อบริการหลากหลาย บริการเหล่านี้มีทั้งบริการที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ หรือบริการที่นักท่องเที่ยวต้องใช้อยู่ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น

ดังนั้นสามารถแบ่งการบริการการท่องเที่ยวออกได้เป็น 6 กลุ่มดังนี้

1. บริการขนส่ง
2. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
3. บริการที่พัก
4. บริการร้านอาหารและภัตตาคาร
5. บริการด้านสินค้าที่ระลึก
6. บริการด้านนันทนาการ

จากแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจนำเที่ยว นับว่า เป็นธุรกิจการบริการที่มีความสำคัญในการดูแลนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ ไม่ว่าจะเดินทางไปสถานที่ใด โดยเฉพาะธุรกิจนำเที่ยวไปต่างประเทศต้องมีการดูแลนักท่องเที่ยว ให้ได้รับความสะดวกสบาย ความรู้และความสุข การบริการถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวซึ่งมีข้อแตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไป โดยเฉพาะการบริการด้านการท่องเที่ยวต้องมีความละเอียดรอบคอบและดูแลธุรกิจบริการอื่นๆ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว มีการบอกต่อและกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป



#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ (Motivation) ที่สำคัญ 4 ประการคือ

(McIntosh and Goeldner, 1991: 131-132)

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา นันทนาการ การบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการรักษาสุขภาพ
2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น ได้เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่จะพบสิ่งใหม่หรือได้รู้จักคนใหม่ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว
4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเอง และแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การเดินทางไปศึกษาต่อ

นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ย่อมมีเหตุผลที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่ม โดยงานวิจัยชิ้นนี้ สรุปได้ว่า สิ่งที่ทำให้แรงจูงใจของแต่ละคนแตกต่างกันคือ เพศ อายุ และการศึกษา สามารถอธิบายได้ดังนี้ (Swarbrook and Horner, 1999: 95)

1. เพศ (Sex) ในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้นำปัจจัยด้านเพศมาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้สินค้าทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า เพศหญิงมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่มากกว่าเพศชาย 3 ปัจจัยหลักคือ
  - (1) ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน (Escape)
  - (2) ความต้องการพักผ่อนทางร่างกาย (Physical Relaxation)
  - (3) ความต้องการการพักผ่อนทางอารมณ์ (Emotional Relaxation)
2. อายุ (Age) อายุเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการเลือกรูปแบบการเดินทางหรือการพักผ่อน ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เช่น กลุ่มวัยหนุ่มสาว เป็นวัยที่มีความต้องการอยากรู้ อยากเห็น ชอบที่จะเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ หรือ ชอบค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่

ให้กับตนเอง ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุจะมองหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น โรงแรมหรือการได้พักผ่อนจากการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทาง การที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาสูงสุดแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และคนที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาสูงสุดเพียงแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับการศึกษาส่งผลให้พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงส่วนมากต้องการแสวงหาความรู้จากการเดินทาง เช่น การไปท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม ซึ่งตรงกันข้ามกับคนที่มีความรู้บางส่วนมากมักจะมองว่า การท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่จะให้พวกเขาได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างจากชีวิตประจำวัน

## 5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมคือ การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด ความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525: 583-584 )

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การตอบสนองความต้องการ (Wants) และความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) (เสรี วงษ์มณฑา, 2542: 30)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน (ชูชัย สมितिไกร, 2554: 6)

### ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

2. ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น
  3. ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
  4. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่างๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่ง
  5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่างๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่ง
- (ชูชัย สมितिไกร, 2554: 19)

#### กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค (Process of Behavior)

1. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด
2. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น
3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย

#### ปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่ง โดยเฉพาะ

#### ลักษณะชั้นทางสังคม ประกอบด้วย 6 ระดับ

ชั้นที่ 1 Upper-Upper Class ประกอบด้วยผู้ที่มีชื่อเสียงเก่าแก่เกิดมาบนกองเงินกองทอง

ชั้นที่ 2 Lower-Upper Class เป็นชั้นของคนรวยหน้าใหม่ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบริหาร เป็นผู้ที่มียาได้สูงสุดจำนวนชั้นทั้งหมด จัดอยู่ในระดับมหาเศรษฐี

ชั้นที่ 3 Upper-Middle Class ประกอบด้วยชายหญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่นๆ สมาชิกชั้นส่วนมากจบปริญญาจากมหาวิทยาลัย กลุ่มนี้เรียกกันว่า เป็นตาเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่ 4 Lower-Middle Class เป็นพวกที่เรียกว่าคน โดยเฉลี่ย ประกอบด้วยพวกที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหาร เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พวกทำงานนั่งโต๊ะระดับต่ำ

ชั้นที่ 5 Upper-Lower Class เป็นพวกจนแต่ซื้อสตั๊ด ได้แก่ ชนชั้นทำงานเป็นชั้นที่มีจำนวนมากที่สุดในสังคม

ชั้นที่ 6 Lower-Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความชำนาญ กลุ่มชนวนาที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง ชนกลุ่มน้อย

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 247-250)

2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ กลุ่มอ้างอิง หมายถึง กลุ่มใด ๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกัน ระหว่างคนในกลุ่ม แบ่งเป็น 2 ระดับ

2.1 กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท มักมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพระดับชั้นทางสังคม และช่วงอายุ

2.2 กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย มีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

ครอบครัว เป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด นักการตลาดจะพิจารณาครอบครัวมากกว่าพิจารณาเป็นรายบุคคล

บทบาททางสถานะ บุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิงทำให้บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

- ปัจจัยส่วนบุคคลการตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ เช่น อายุ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฏจักรชีวิต ครอบครัว
- ปัจจัยทางจิตวิทยาการเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพ และแนวความคิดของตนเอง

นักจิตวิทยามาสโลว์ ได้กำหนดทฤษฎีลำดับขั้นตอนของความต้อการซึ่งกำหนดความต้อการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ ซึ่งจัดลำดับจากความต้อการระดับต่ำไปยังระดับสูงคือ

1. ความสำเร็จส่วนตัว
2. ความต้อการด้านอัตตา (ความภาคภูมิใจ สถานะ ความเคารพ)
3. ความต้อการด้านสังคม
4. ความปลอดภัยและมั่นคง
5. ความต้อการของร่างกาย (Factors influencing consumer's buying behavior) (Kotler, 1997: 172)

กระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 27)

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหา หรือความต้อการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอ ก็ต้อหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

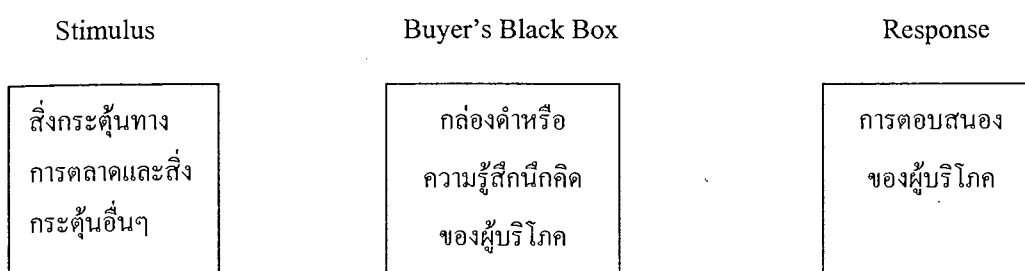
ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มามาจัดเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินผลหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนั้นมาใช้ และในขณะที่เดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ (Five-stage model of the consumer buying process) (Kotler, 1997: 192)

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาดังเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้อการ เมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision) โคนการซื้อหรือไม่ซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 157)

จุดเริ่มต้นของแบบจำลองนี้อยู่ที่การมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้น แบบจำลองนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory ดังแผนภาพที่ 2.1 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 139)



แผนภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ S-R Theory

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (outside Stimulus) ซึ่งจะเน้นการจัดสิ่งกระตุ้นจากภายนอกให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นเป็นเหตุจูงใจเกิดการใช้บริการ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นซึ่งเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคภายนอก ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้และอาจเป็นทางที่จะส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการบริโภคได้แก่

ก. เศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจโลก รายได้ของผู้บริโภค

ข. เทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร

ค. วัฒนธรรม (Culture) เช่น วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี เทศกาล

ในการศึกษาสิ่งกระตุ้นภายนอกที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาจะศึกษาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นด้านอื่นๆ ไปพร้อมกัน เพราะเป็นสิ่งที่ต้องการทำการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ต่างๆ

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามหาความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

## 2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อซึ่งมีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ คือ

### ก. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factor)

- วัฒนธรรมขั้นพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของชาวไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทยทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน
- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Sub Culture) มีรากฐานจากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิวหรือภูมิภาคที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการบริโภคแตกต่างกันออกไปและกลุ่มเดียวจะมีพฤติกรรมคล้ายกัน
- ชั้นของสังคม (Social Class) มีการแบ่งชนชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ทรัพย์สินหรืออาชีพ ชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยม และพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่าง

### ข. ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

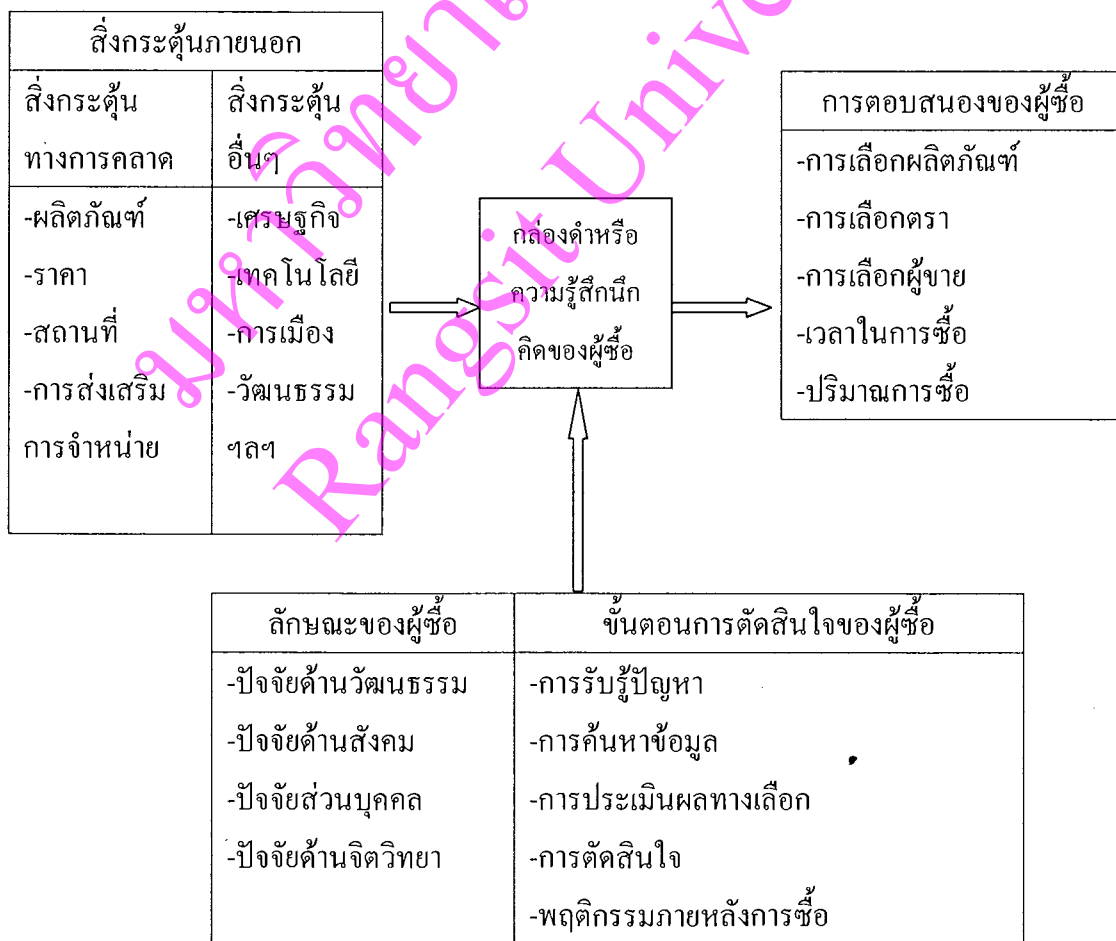
- กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท โดยกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล
- ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่า มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดและค่านิยมของบุคคล
- บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มเช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ โดยจะมีสถานะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

### ค. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ อาชีพ

### ง. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics) การซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการตัดสินใจ 5 อย่างคือ

- การจูงใจ (Motivation) เป็นวิธีการชักนำพฤติกรรมของบุคคล โดยอาศัยสิ่งจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Needs) และตอบสนองออกมาในรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค
- การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลตีความและรับรู้ข้อมูล

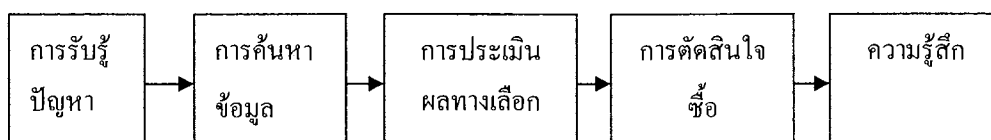
- การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) สิ่งกระตุ้นนั้น
- ความเชื่อ (Belief) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้จากประสบการณ์ในอดีต
- ทักษะคติ (Attitude) เป็นสภาวะทางจิตใจซึ่งแสดงถึงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น ทักษะคิตก่อตัวขึ้นมาจากประสบการณ์ และส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือชี้แนะต่อพฤติกรรมซึ่งเป็นการประเมินความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในแนวทางที่ชอบ ไม่ชอบ พอใจ ไม่พอใจ ขณะเดียวกันที่เกิดจากการจัดระเบียบของแนวคิดที่มาจากการรับรู้ การเรียนรู้ การจงใจ ความเชื่อ และอุปนิสัย การบริโภคที่รับมาจากกระบวนการที่บุคคลเข้าไปสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมในสังคมนั้นๆ ทักษะคติของบุคคลเป็นสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ยาก มีผลทำให้พฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งก่อนข้างคงที่ดังแผนภาพที่ 2.2 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 157)



แผนภาพที่ 2.2 แสดงรายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค



2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมหลังการซื้อ ดังแผนภาพที่ 2.3



แผนภาพที่ 2.3 ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ผู้บริโภคจะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยจะกระทำการเปรียบเทียบระหว่างสิ่ง กระตุ้นทางการตลาดว่า สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคหรือไม่ และถ้ามีการซื้อเกิดขึ้น จะมีพฤติกรรมอย่างไรในการตอบสนองความต้องการ

3. การตอบสนองของผู้บริโภค (Buyer's Response) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็น ต่างๆ ดังนี้

- 3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- 3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- 3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- 3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing Choice)
- 3.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount Choice)

โดยสรุปการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่เป็น ตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของการบริโภคนั้นๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด ในธุรกิจท่องเที่ยวออก ผู้ประกอบการจำเป็นต้อง ค้นหาว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้น มีพฤติกรรมการซื้อ ก่อนและหลัง การใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดแผนกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด ให้สอดคล้องเหมาะสมกับช่วงเวลาและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างถูกต้อง และ เหมาะสมกับช่วงเวลา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 359-365)

## 6. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจไว้โดยจัดลำดับขั้นตอนความต้องการ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน ทฤษฎีนี้ได้ตั้งขึ้นจากสมมติฐาน (Maslow, 2000: 253) คือ

1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการเหล่านี้มีอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุดและสิ่งที่มีมนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่า เขามีสิ่งนั้นอยู่หรือยัง ความต้องการใดที่ได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่เป็นอย่างนี้เรื่อยไปไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป
3. ความต้องการของมนุษย์มีเป็นลำดับความสำคัญคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

ลำดับขั้นตอนความต้องการของมนุษย์ โดยเริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐานทางร่างกายไปสู่ขั้นสูงสุด เมื่อมนุษย์ประสบความสมหวังตามความต้องการขั้นพื้นฐานแล้ว มนุษย์จะมุ่งความต้องการขั้นสูงขึ้น Maslow แบ่งชั้นความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ระดับขั้น โดยเริ่มต้นจากความต้องการขั้นพื้นฐานทางด้านร่างกายของมนุษย์ไปสู่จุดยอด คือ ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดของตน (Maslow, 2000: 271)

### 5. Self-Actualization Needs

#### 4. Esteem Needs (Recognition)

#### 3. Social Needs (Sense of belonging) (Love)

#### 2. Safety Needs (Security Protection)

#### 1. Physiological Needs (Hunger, Thirst)

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดสำหรับการดำรงชีวิต ร่างกายจะต้องได้รับการตอบสนองเพราะถ้าไม่ได้รับการตอบสนองแล้ว ชีวิตก็ดำรงอยู่ไม่ได้ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อนและความต้องการทางเพศ เป็นต้น
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อความต้องการทางร่างกายซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่สำคัญของมนุษย์ได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการในระดับสูงขึ้น นั่นคือความปลอดภัยจะเข้ามาแทนที่ เช่น ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินตลอดจนความมั่นคงในหน้าที่การงาน เพราะมนุษย์มีความต้องการที่จะได้รับ

ความคุ้มครองจากอันตรายที่จะเกิดขึ้น เช่น จากอุบัติเหตุ จากอาชญากรรม จากการถูกออก  
จากงาน เป็นต้น ความต้องการความปลอดภัยนั้นหมายรวมถึงขอบเขตของพฤติกรรมซึ่ง  
เป็นที่ยอมรับกันในสังคมด้วย

3. ความต้องการความรักและการยอมรับ (Social Needs) หมายถึง ความต้องการที่จะให้และ  
ได้รับความรักจากบุคคลอื่น การเข้าร่วมและได้รับการยอมรับความเป็นมิตรของสังคม  
โดยทั่วไปตลอดจนต้องการความรักจากเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นความต้องการที่จะให้บุคคล  
หรือเพื่อนร่วมงานยอมรับในความสำเร็จของตนเอง
4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่จะอยากเด่น  
เป็นที่ยอมรับในสังคมและมีความเชื่อมั่นในตนเองถึงความต้องการสำเร็จ ความรู้  
ความสามารถ ตลอดจนการได้รับความยกย่องนับถือรวมถึงความต้องการที่จะมีฐานะซึ่ง  
เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปในสังคม
5. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จตามความนึกคิดของตน (Self-Actualization Needs)  
ความต้องการขั้นสูงสุดนี้เป็นความต้องการพิเศษ ซึ่งคนธรรมดาส่วนมากนี้ก็อยากจะเป็น  
นี้ก็อยากจะได้ แต่ไม่สามารถเสาะหาได้ การที่บุคคลได้บรรลุถึงความต้องการในขั้นนี้  
จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความนึกคิดที่อยากจะเป็นนายกรัฐมนตรี เป็น  
นักกีฬาที่มีความสามารถได้รับการยกย่องจากบุคคลทั่วไป หรือเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียง  
 เป็นต้น

ทฤษฎี ERG (Alderfer's Existence Relatedness Growth Theory) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 87)

Alderfer ได้พัฒนาทฤษฎี ERG โดยยึดถือพื้นฐานความรู้จากทฤษฎีของ Maslow โดยตรง  
แต่มีการสร้างรูปแบบที่เป็นจุดเด่นที่ต่างไปจากทฤษฎีของ Maslow คือ Alderfer เห็นว่า ความ  
ต้องการของมนุษย์ทั้ง 3 ประการ ได้แก่

1. ความต้องการในการดำรงชีวิต (Existence Needs: E)
2. ความต้องการทางด้านความสัมพันธ์ (Relatedness Needs: B)
3. ความต้องการด้านความเจริญเติบโตก้าวหน้า (Growth Needs: G)

ตามทฤษฎีความต้องการของ Maslow นั้น ความต้องการจะได้รับการตอบสนองเป็นขั้นๆ  
และก้าวหน้าขึ้นไปเรื่อยๆ กล่าวคือ เมื่อใดที่มีความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความ  
ต้องการที่อยู่มีในระดับที่สูงขึ้นก็จะมีผลในการจูงใจ ซึ่งทฤษฎีความต้องการของ Alderfer ก็มี

สภาพเหมือนกัน แต่จะมีการเคลื่อนตัวถอยหลัง ถ้าความต้องการที่อยู่ต่ำกว่า และจากความจริงข้อนี้ ทำให้ผู้บริหารสามารถทราบถึงสถานการณ์ต่างๆ ที่ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความต้องการก้าวหน้า หรือ ความต้องการความสัมพันธ์ซึ่งในสถานการณ์เช่นนี้ Alderfer ซึ่งให้ทราบว่า ประเภทของความ ต้องการที่อยู่ต่ำลงไปจะมีความสำคัญในการจูงใจทันที ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับจาก บุคคลอื่น มีความรู้สึกว่า ตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคมมีความต้องการเพื่อน เช่น การเข้าเป็นสมาชิกขององค์กรหรือสมาคมต่างๆ

นอกจากนี้ ยังมีทฤษฎีอีกทฤษฎีหนึ่งซึ่งขยายความทฤษฎีของมาสโลว์ ทฤษฎีนี้ได้แก่ ทฤษฎีแรงจูงใจทางสังคมของเฮอรัชเบิร์ก (สงวน สุทธอรุณเลิศ, 2529: 117) ทฤษฎีนี้ได้ศึกษา ถึงจิตวิทยาของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งที่จะจูงใจให้บุคคลที่ประกอบอาชีพต่างๆ มักจะประกอบด้วยปัจจัย ที่เรียกว่า ปัจจัยในการกระตุ้น (Motivation Factors) 6 ประการ ได้แก่

1. ความสำเร็จของงาน
2. การได้รับการยอมรับ
3. ความก้าวหน้า
4. ลักษณะของงาน
5. โอกาสที่จะก้าวหน้า
6. ความรับผิดชอบ

ซึ่งเป็นสิ่งที่จะจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงาน หรือปัจจัยในการกระตุ้นนี้จะจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงาน ทำงานนั้นอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

สาเหตุจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว มีสาเหตุที่จูงใจให้คนเดินทางท่องเที่ยว นอกเหนือจากความต้องการที่จะหลบหนีพ้นจากความจำเจในชีวิตประจำวัน คือ

1. เพื่อค้นหาสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง การท่องเที่ยวเป็นการเปิดโลกทัศน์ของมนุษย์ การดำเนิน ชีวิตประจำวันบางครั้งอาจไม่รู้ซึ่งถึงความชอบ ความถนัด หรืออุปนิสัยที่แท้จริงของ ตนเอง การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นการเปิดโอกาสให้คนเราสามารถค้นหาสิ่งใหม่ๆ หรือสิ่งที่มีอยู่ในตัวเราและนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตต่อไป
2. เพื่อการพักผ่อน การพักผ่อนที่กล่าวถึงนี้เป็นการพักผ่อนหลังจากการทำงานมา ตลอดระยะเวลาหนึ่ง เพื่อเป็นการหลีกหนีความวุ่นวายสับสนความซ้ำซากจำเจใน ชีวิตประจำวัน การเดินทางท่องเที่ยวนับว่า เป็นการพักผ่อนทั้งทางร่างกายและทางด้าน จิตใจ และได้รับความรู้ได้ประสบการณ์ ได้สัมผัสกับธรรมชาติ ซึ่งหาได้ยากในสังคม เมือง

3. เพื่อเป็นเกียรติประวัติ การท่องเที่ยวนอกจากให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้วยังให้ความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยว ยังเป็นเกียรติประวัติของนักท่องเที่ยวด้วยว่าได้เคยไปท่องเที่ยวดินแดนที่สวยงาม หรือแหล่งประวัติศาสตร์เหล่านั้นมา นักท่องเที่ยวจะสามารถอธิบายให้ผู้อื่น เห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองเฉพาะบุคคลที่เคยเดินทางท่องเที่ยวมาแล้วเท่านั้น
4. เพื่อระลึกถึงอดีต เนื่องจากอดีตเป็นที่มาของปัจจุบัน คนเราทุกคนมีอดีต อดีตที่กล่าวถึงนี้ อาจเป็นประวัติตลอดจนความเป็นมาของครอบครัวว่า เป็นใครมาจากไหน นอกจากนั้นแล้วยังมีอดีตของแต่ละบุคคลที่เคยได้ประสบการณ์มา การเดินทางท่องเที่ยวเป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยให้เข้าใจหรือรำลึกถึงอดีตได้ เช่น เดินทางกลับไปเยี่ยมบ้านเกิด เยี่ยมสถาบันการศึกษาเก่า เป็นต้น
5. เพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง ปัจจุบันการคมนาคมเจริญขึ้นมาก สังคมกระจายไปยังส่วนต่างๆ ครอบครัวก็เช่นกัน บางครอบครัวญาติพี่น้องอยู่คนละทิศคนละทาง บางคนอยู่ต่างประเทศ เกิดการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวตามมาด้วย
6. เพื่อปฏิสัมพันธ์ทางด้านสังคม ปัจจุบันสังคมต่างๆ จะอยู่ร่วมกันอย่างสงบและสันติได้ด้วยหลายวิธี ความไม่เข้าใจหรือปัญหาทางสังคมบางครั้งเกิดความรู้หรือไม่เข้าใจในสังคมอื่นใกล้ชิด เข้าใจปัญหาจะช่วยให้สังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข การเดินทางท่องเที่ยวเป็นหนทางหนึ่ง ที่จะสร้างหรือช่วยให้สังคมร่วมกันได้อย่างมีความสุข การเดินทางท่องเที่ยวเป็นหนทางหนึ่งที่จะสร้างหรือช่วยให้กลุ่มที่มีความคิดคล้ายกันร่วมกันแบ่งปันประสบการณ์กัน ทำให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ทำให้ไม่มีความรู้สึกโดดเดี่ยว การท่องเที่ยวเท่ากับช่วยสังคมให้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

(Crompton, 1979: 408-424)

การศึกษาและมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวมี 8 ประการคือ

1. เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้นับได้ว่า มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตในโลกที่แตกต่างกัน เต็มไปด้วยความฉุกฉุน ความเครียด และความเหนื่อยล้า
2. เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสัมผัสอากาศบริสุทธิ์ อากาศดี อากาศเย็น เป็นต้น
3. เพื่อไปร่วมแข่งขันกีฬาต่างๆ เช่น การเดินทาง ไต่เขา เล่นสกี เล่นเรือใบตกปลา ยิงปืน เล่นกระดาน โต้คลื่น ฯลฯ

4. เพื่อไปร่วมหรือไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ เช่น การเดินทางไปท่องเที่ยวชมสิ่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการแสดง ฯลฯ
  5. เพื่อความบันเทิง การเดินทาง ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อเป็นการพักผ่อน
  6. เพื่อเหตุผลส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติ ไปพบเพื่อนใหม่ หรือเพื่อหลบหนีจากคนที่ใกล้ชิดหรือจากภาระงานที่จำเจ
  7. เพื่อการศึกษา โดยเฉพาะการเดินทางไปเยี่ยมชมหรือไปนมัสการศาสนสถาน เช่น การไปเยี่ยมที่ตั้งศาสนจักรของพวกคาทอลิกหรือการเดินทางไปแสวงบุญที่นครเมกกะของชาวอิสลาม เป็นต้น
  8. เพื่ออาชีพและการธุรกิจ เช่น การเดินทางไปทำธุรกิจ การไปร่วมประชุม เป็นต้น
- (Holloway, 1995: 63)

มูลเหตุจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวขั้นพื้นฐานและสรุปมูลเหตุจูงใจว่ามี 4 ประการคือ

(McIntosh, 1990: 642)

1. มูลเหตุเพื่อกายภาพหรือเพื่อร่างกาย รวมไปถึงการไปพักผ่อนร่างกาย การไปตากอากาศที่ชายหาด หรือไปท่องเที่ยวตามคำแนะนำของแพทย์หรือเพื่อไปให้พ้นจากภาวะการณืดำเนินชีวิตที่เคร่งเครียด
2. มูลเหตุจูงใจเพื่อวัฒนธรรม หมายถึง มูลเหตุจูงใจในสิ่งที่ยากเห็นเกี่ยวกับประเทศต่างๆ เช่น ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ การวาดภาพ ฯลฯ
3. มูลเหตุจูงใจเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งหมายถึง การไปพบปะกับบุคคลอื่นๆ เช่น เยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพที่จำเจในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากครอบครัว จากเพื่อนบ้าน จากเพื่อนร่วมงาน และใช้ประโยชน์จากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปแสวงหาเพื่อนใหม่
4. มูลเหตุจูงใจเพื่อสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึง ความต้องการที่จะยกฐานะของตนให้สูงขึ้น มีเกียรติภูมิสูงขึ้น เช่น การไปทำธุรกิจในต่างประเทศ การไปร่วมประชุม การเดินทางเพื่อการศึกษา ฯลฯ การได้ทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นคนที่มีเกียรติและมีสังคมที่ดีขึ้น

จากมูลเหตุจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวทั้งหลายที่กล่าวมานี้ จะเห็นได้ว่า ไม่มีมูลเหตุจูงใจใดที่เด่นหรือสำคัญที่สุด มูลเหตุจูงใจจะมีลักษณะรวมๆ กัน เช่น มูลเหตุจูงใจให้เดินทางไปเพื่อรักษาสุขภาพในเวลาเดียวกันก็มีการเดินทางท่องเที่ยวไปด้วย ดังนั้นมูลเหตุจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวจึงมีลักษณะที่ผสมผสานกันไป

สรุปมูลเหตุจูงใจให้คนอยากเดินทางท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่า มูลเหตุจูงใจให้เดินทางท่องเที่ยวมาหลายประการ อาจสรุปได้ว่า เป็นธรรมชาติโดยทั่วไปของมนุษย์ที่มีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดจากสัญชาตญาณ โดยมีเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามสภาพของเศรษฐกิจ สังคม ร่างกาย ทัศนคติ ฯลฯ สำหรับมูลเหตุจูงใจสำคัญที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยวอาจสรุปได้ดังนี้

1. ต้องการผจญภัย เมื่อมีสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวใหม่ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการขนส่ง ที่พักแรม หรืออื่นๆ จะมีการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้คนอยากลองผจญภัยกับสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น อยากนั่งเครื่องบินที่มีความเร็วเหนือเสียง (Supersonic) เป็นต้น
2. ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง การเดินทางเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยเดินทางไปค้นหาสิ่งใหม่ๆ เช่น การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อได้พบเห็นสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน เป็นต้น
3. ต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว มูลเหตุจูงใจนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความสนุกสนานหรือความประทับใจขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยปกติผู้เดินทางท่องเที่ยวต้องการจะได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้นคุ้มค่าในการเดินทางซึ่งถือว่าเป็นกำไรของชีวิต
4. ต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศที่ไปเที่ยว เช่น ประเพณี เทศกาล หรือศาสนาที่แตกต่างกัน ทำให้คนที่เดินทางท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรมของท้องถิ่นและเป็นการศึกษาภาษาต่างประเทศที่จะต้องใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

จากแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมาส โลว์ จนถึงแรงจูงใจ Alderfer และเฮอรัซเบิร์ต มาสู่แรงจูงใจและมูลเหตุของแรงจูงใจ จะเห็นว่า การเดินทางท่องเที่ยวนั้นเป็นกิจกรรมที่มนุษย์กระทำเมื่อมีความต้องการขั้นพื้นฐานและมีความต้องการในขั้นสูงขึ้นไป ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งที่มนุษย์มักจะแสวงหาโดยการเดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นจุดประสงค์ใด

ก็ตาม และเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศของตนและเดินทางไปต่างประเทศตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป แต่ก็เป็นการตอบสนองความต้องการภายในของตนด้วย

การบริการหมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งไม่สามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งลักษณะของการบริการมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป เมื่อเกี่ยวข้องกับการดำเนินการทางธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการ ดังนี้ (Kotler, 1994: 9)

1. สารสำคัญของความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่า จะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมบริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบจับ ตรวจสอบสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อได้ การบริการทำได้เพียงการให้คำอธิบายสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ การรับประกันคุณภาพ หรือการอ้างอิงประสบการณ์ที่ผู้อื่น ได้เคยใช้บริการมาแล้ว
2. สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการมีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถสัมผัสได้ก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น กล่าวคือ ผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้าหรือก่อนที่จะตกลงใจซื้อเหมือนกับการซื้อสินค้าทั่วไป นอกจากนั้นการซื้อบริการก็เป็นการซื้อที่จับต้องไม่ได้เพียงแต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับประกอบการตัดสินใจซื้อบริการนั้นๆ โดยผู้ซื้ออาจกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพหรือประโยชน์ของการบริการที่ตนควรได้รับ แล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการดังกล่าว
3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลหรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการซึ่งการผลิตและการบริโภคบริการ จะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ ซึ่งแตกต่างกับตัวสินค้าที่มีการผลิตการขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง นอกจากนี้การดำเนินการบริการไม่สามารถแบ่งแยกส่วนประกอบในตัวเองออกจากกัน เหมือนเช่นการผลิตสินค้าทั่วไปได้ ผู้ให้บริการจะเป็นผู้ขายบริการโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มให้บริการ



จนกระทั่งบริการนั้นสิ้นสุดลง ทั้งนี้ผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ ขณะนั้นด้วย โดยทำหน้าที่เป็นผู้รับบริการจากผู้ให้บริการในเวลาเดียวกัน

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะที่ไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอน เนื่องจากการบริการแต่ละระบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกัน คุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการ และสภาพแวดล้อมขณะบริการที่แตกต่างกัน
5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาหรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่วไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นการสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง
6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-Ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด เพราะเมื่อผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าใดก็จะเป็นเจ้าของสินค้าอย่างถาวรทันที ในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใด ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภท เพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของ แต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำนั้น

การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำที่มีจุดมุ่งหมายอย่างใดอย่างหนึ่งในทางธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องจับไม่ได้และเกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกสบายให้ลูกค้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2547: 260)

ลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว มีลักษณะดังนี้  
(ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542: 13)

1. เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิด หรือตัวต่อตัว เช่น พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน พนักงานต้อนรับในร้านอาหาร การบริการแบบใกล้ชิดจะทำให้ลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจทันทีในขณะที่รับบริการ การบริการที่ดีและถูกใจสร้างได้ยาก เพราะขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของผู้ให้และผู้รับบริการ

2. การบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานานๆ และพร้อมเสมอที่จะให้บริการทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ห้องพักรวมโรงแรม ถ้าไม่มีผู้มาใช้บริการ การบริการที่เตรียมไว้ก็สูญไปเลย และการเพิ่มการบริการเป็นไปไม่ได้มากนัก ในกรณีที่เกิดความต้องการอย่างเร่งด่วน
3. การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะรูปแบบ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการบริการสั้นมาก เช่น การรับประทานอาหารเช้า 1-2 ชั่วโมง ทั้งนี้อาจใช้บริการพร้อมกันหรือหมุนเวียนกัน ผู้ให้บริการจึงมีเวลาสั้นมากในการให้บริการอย่างเสมอภาค ถูกต้องและน่าประทับใจ
4. ใช้แรงคนในการบริการ ไม่สามารถหรือไม่นิยมเอาเครื่องจักรใดๆ มาให้บริการแทน จึงเกิดปัญหาแรงงานอยู่เสมอ คุณวุฒิ คุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ และค่าจ้างเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานเป็นเพียงเครื่องมือ ที่ช่วยให้พนักงานบริการทำงาน สะดวกและรวดเร็วขึ้นเท่านั้น

งานบริการที่ดีต้องประกอบด้วยหลัก 7 ประการคือ

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction)
2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation)
3. ความพร้อมของผู้ให้บริการ (Readiness)
4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values)
5. ความสนใจเอาใจใส่ต่อการบริการ (Interest)
6. ความมีมิตรไมตรีในการบริการ (Courtesy)
7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency)

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2547: 273-275)

บริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมที่กระทำขึ้นหรือจัดการมาเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้ซื้อบริการ ไม่อาจนำมาขายต่อได้ เป็นการขายความสามารถ ความรู้ และแรงงาน ตัวอย่างเช่น โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ร้านอาหาร ฯลฯ ลักษณะที่สำคัญของการบริการมีดังนี้ (Holloway, 1995: 10-11)

1. บริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน แต่ก่อให้เกิดประโยชน์ได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า สามารถมองเห็นบริการในรูปของผลที่ได้รับเท่านั้น เช่น บริการซักรีด บริการเสิร์ฟอาหาร เป็นต้น
2. แบ่งแยกไม่ได้ คือ จะนำเอาบริการอย่างเดียวกันซึ่งมีอยู่ที่หนึ่ง ไปขายที่อื่นอีกแห่งหนึ่งไม่ได้
3. มีความไม่เหมือนโดยทั่วกัน หมายความว่า แม้แต่บริการของผู้ขายคนเดียวกัน แต่ต่างเวลา ต่างสถานที่ ก็ย่อมแตกต่างกันด้วย ฉะนั้นจึงเป็นการยากที่จะกำหนดมาตรฐานของการบริการ
4. ไม่อาจเก็บรักษาไว้ได้ บริการเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์สลายตัวสูงมาก จะเก็บเอาไว้ใช้ในโอกาสต่อไปไม่ได้ เช่น แรงงานพนักงานเสิร์ฟอาหาร เป็นต้น
5. บริการมีอุปสงค์ที่เปลี่ยนแปลงได้ง่าย อุปสงค์สำหรับบริการนั้นย่อมขึ้นอยู่กับเวลาตามเวลา ฤดูกาล เช่น อาหาร จะมีผู้มาใช้บริการมากในช่วงเที่ยง หลังจากนั้นจะลดลง

ลักษณะเฉพาะของการบริการข้อ 4 และข้อ 5 ดังกล่าว มีผลทำให้ผู้ขายบริการต้องให้ความสนใจในเรื่องการวางแผนเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และบริการที่จะเสนอขาย การตั้งราคา การเลือกช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ดังนี้

1. การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Planning and Product Development) เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในโปรแกรมการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมบริการ การจัดระดับมาตรฐานคุณภาพเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการบริการบางชนิด เช่น การเสริมสวย การรักษาโรค ฯลฯ จะไม่มีการผลิตขนาดใหญ่เหมือนสินค้าทั่วไป ผู้ให้บริการมักจะต้องทำเฉพาะสำหรับผู้ซื้อแต่ละรายต่อไป อย่างไรก็ตามผู้ใช้ก็ยังคงต้องการให้มีคุณภาพแน่นอนเช่นเดียวกัน
2. การกำหนดราคา (Pricing) ในขบวนการการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ผู้ขายสามารถกำหนดราคาขึ้นเองได้ตามใจผู้ขาย การกำหนดราคาให้ต่างกันนั้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่งเนื่องจากความแตกต่างกันของลูกค้า เพราะผู้ซื้อสามารถเลื่อนการซื้อไม่ว่าจะเป็นการซื้อบริการสำหรับบุคคลหรือเพื่อธุรกิจ อย่างไรก็ตามราคามักถูกกำหนดด้วยการพิจารณาอุปสงค์และคู่แข่งเป็นครั้งแรก
3. ช่องทางจัดจำหน่าย (Channels and Distribution) ธุรกิจบริการส่วนมากจะขายตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยไม่ผ่านคนกลาง แต่มีบริการบางอย่างต้องมีตัวแทนจำหน่าย

เช่น รถไฟ เครื่องบิน ฯลฯ ไม่ว่าผู้ขายบริการจะจำหน่ายโดยผ่านคนกลางหรือจำหน่ายโดยตรงก็ตาม การเลือกทำเลที่ตั้งย่อมเป็นสิ่งสำคัญเหนือสิ่งอื่นใด ฉะนั้นผู้ขายจึงควรเลือกทำเลที่ตั้งที่จะสะดวก ผู้บริโภคสามารถเข้าได้ถึงและผ่านมากที่สุด โรงแรมหรือภัตตาคารเล็กๆ หลายแห่งต้องเลิกกิจการเพราะมีการสร้างถนนใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เป็นเหตุทำให้คนที่เคยผ่านโรงแรมหรือภัตตาคารที่ถือว่าอยู่ในทำเลที่ดี แต่เดิมนั้นหันไปใช้ถนนอื่นที่ดีกว่า

การส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Promotion) นอกจากหน่วยธุรกิจจะมีวิธีการส่งเสริมการตลาดหรือการส่งเสริมการจัดจำหน่าย เช่น การแจกแถม การให้คูปองส่วนลด การโฆษณาเหมือนกับสินค้าทั่วไปแล้วก็ตาม แต่การส่งเสริมการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจบริการนั้น เป็นสิ่งที่ยากในการจะสร้างโปรแกรมการส่งเสริมการขายสำหรับธุรกิจบริการซึ่งไม่มีตัวตน ดังนั้นในตลาดของธุรกิจบริการ การขายโดยมีพนักงานขายจะถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง การขายโดยพนักงานขายเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะผู้ซื้อและผู้ขายต้องติดต่อกันอย่างใกล้ชิด ตราหรือยี่ห้อใช้น้อยมาก และการบริการตนเองหรือการจัดจำหน่ายโดยใช้เครื่องอัตโนมัติไม่สามารถนำมาใช้กับธุรกิจบริการได้มากเหมือนอย่างสินค้าทั่วไป พนักงานขายมีโอกาสมากที่จะสร้างหรือทำลาย Good Will ของบริษัท บ่อยครั้งที่ฝ่ายบริหารจะต้องตระหนักในความสำเร็จของการเลือกการอบรมพนักงานขาย รวมทั้งบริหารพนักงานขายอย่างมีประสิทธิภาพด้วย ในอุตสาหกรรมบริการส่วนมากใช้พนักงานเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย พนักงานขายที่ทำงานโดยมีประสิทธิภาพอย่างสูงย่อมเป็นสิ่งจำเป็น

เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพบริการ โดยคำนึงถึงคุณลักษณะ 10 ประการ ดังนี้  
(ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542: 14-15)

1. ลักษณะของการบริการ (Tangible) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ
2. ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง
3. ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าอย่างทันทีทันใด
4. ความเชี่ยวชาญ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ความมีอัธยาศัยนอบน้อม (Courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพนอบน้อมเป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ
6. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ
7. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยและปัญหาต่างๆ
8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก
9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาง่ายและรับฟังผู้ใช้บริการ
10. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding of Customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการ

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า การบริการที่ดีจะต้องตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้มากที่สุด ดังนั้น เครื่องมือและบุคลากรผู้ให้บริการ กลยุทธ์ของการบริการมุ่งเน้นความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

## 7. แนวคิดเกี่ยวกับแรงผลักและแรงดึงทางการท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวของคนนั้นจะมีปัจจัย 2 ชนิดที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยวคือ แรงผลัก (Push Factor) และแรงดึง (Pull Factor) กล่าวคือ Push Factor คือปัจจัยที่ทำให้คนอยากที่จะเดินทาง และ Pull Factor คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่ๆ ต้องการเดินทางไปซึ่งทั้งสองปัจจัยหลักนี้ได้มีการศึกษาและค้นพบสาเหตุหลายประการดังนี้

### แรงผลัก (Push Factor)

ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย (Physical Needs) ความต้องการขั้นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดหรือความต้องการด้านอื่นๆ นั้น คือ ความต้องการทางร่างกาย (Tourism: The International Business, 1990) ในที่นี้ เช่น หากเราต้องทำงานอย่างหนัก ร่างกายย่อมต้องการพักผ่อนการเดินทางท่องเที่ยว เป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อนร่างกาย หรือหากเราต้องการหลีกเลี่ยง

หนีความจำเจ (Escape) ความเครียดจากการทำงาน การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็นทางเลือกหนึ่งในการคลายความเครียดลงได้

ความต้องการเดินทาง เพื่อให้โอกาสในกาเข้าสังคม (Social Needs) การเดินทางท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นต่างๆ ย่อมทำให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวรู้สึกตัวเองว่าเป็นที่ชื่นชอบ และได้รับการยอมรับจากสังคมและมีโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ หรือเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่าที่ทำงานหายกันไปนาน

ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่อาศัยเดิม (Culture Needs) เนื่องจากคนเรามีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็นอยู่ในตัวเอง ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว เช่น มีความอยากรู้อยากเห็นวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะของประเทศอื่นๆ ที่แตกต่างกับที่ตนอาศัยอยู่ ทำให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ที่ไม่เคยพบเคยเห็นมาก่อน (Tourism: A Shrinking World, 1980)

ความต้องการ ความภาคภูมิใจที่ตนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ (Esteem/Prestige Needs) เนื่องจากคนที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังที่ต่างๆ ทำให้ผู้อื่นเห็นว่า ตนได้ไปเห็นสถานที่แปลกแตกต่างจากผู้อื่น ยิ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เขาค้นพบเอง ย่อมนำความภาคภูมิใจมาสู่ตนเอง อีกทั้งญาติมิตรอาจจะมาขอคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ (Novelty Needs) เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งแปลกใหม่ให้กับชีวิต โดยเฉพาะคนหนุ่ม คนสาวสมัยใหม่มีความอยากรู้อยากเห็น อยากพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ จึงเป็นเหตุให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อจะได้พบเห็นสิ่งที่ตนยังไม่เคยพบเห็นมาก่อน อันเป็นการค้นพบโลกใหม่ และค้นพบสิ่งแปลกใหม่ สำหรับตนเองด้วยแรงผลักดันที่กล่าวข้างต้นนี้ เป็นเพียงจุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ต่อจากนี้ในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังสถานที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแต่ละท่องเที่ยว ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ คือ แรงดึง (Pull Factor)

แรงดึง (Pull Factor)

แรงดึง คือ แรงดึงต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเช่น หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ ต้องการไปผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน เขาอาจเลือกไปสถานที่ๆ เงียบๆ ไม่ต้องการพบปะผู้คน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือ การสร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่นิยมทั่วไป (Cooper, 2005: 55)

สรุปว่า แรงจูงใจจากการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้คนเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัย 2 ประการคือ

Push Factor เป็นสิ่งที่จูงใจ ซึ่งเกิดจากแรงผลักดันที่ทำให้เกิดความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน

Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้เดินทางไปตามแหล่งท่องเที่ยว หรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่นเพื่อเป็นการรักษาหรือบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น
2. สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้ อยากเห็นจากวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งวิถีการดำเนินชีวิตของคนต่างถิ่น งานศิลป์ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ประเพณีต่างๆ เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การเดินทางไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น
4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนาหรือยกระดับตัวเองให้สูงขึ้นและเพื่อเป็นการสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุม การเข้าร่วมแข่งกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เมื่อผู้ประสงค์ที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวและเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยว ตลอดจนเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพพจน์ในการท่องเที่ยว (Tourist Image) ภาพพจน์เหล่านี้จะมีอิทธิพลหรือเป็นสิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจหาทางเลือกที่ดีที่สุด ส่วนใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัย ความสะดวกสบายและความประทับใจมากที่สุด ภาพพจน์ของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศในยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาจะมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายก็จะสูงตามไปด้วย ส่วนประเทศสังคมนิยมอาจมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างต่ำ แต่มักจะมีเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยาก อาจมีปัญหาด้านความปลอดภัย หรือ ด้านความไม่สะดวกสบาย เป็นต้น

เหตุจูงใจที่สำคัญที่กระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวนั้นมีดังนี้คือ (Johnson and Thomas, : )

1. เพื่อการศึกษาและวัฒนธรรม
  - 1.1 เพื่อที่จะศึกษาว่า คนในประเทศอื่นๆ มีการดำรงชีวิต การทำงาน และการเล่นอย่างไร
  - 1.2 เพื่อไปดูสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าสนใจ
  - 1.3 เพื่อไปดูให้เห็นจริงและเข้าใจต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ปรากฏเป็นข่าวอยู่
2. เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
  - 2.1 เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานที่จำเจและยุ่งยาก
  - 2.2 เพื่อไปหามุมสงบ
  - 2.3 เพื่อแสวงหาความสุขทางเพศที่แปลกใหม่
3. เพื่อการเยี่ยมชม
  - 3.1 เพื่อไปเยี่ยมชมถิ่นกำเนิด หรือเดินทางไปเยี่ยมสถาบันที่เคยอาศัยอยู่ หรือเคยศึกษามาในอดีต
  - 3.2 เพื่อไปสถานที่ที่ครอบครัวหรือสถานที่เพื่อนเคยไป และแนะนำได้ไปเที่ยว
4. อื่นๆ
  - 4.1 เพื่อหนีอากาศหนาว
  - 4.2 เพื่อสุขภาพ (อาบแดด, รักษาโรค ฯลฯ)
  - 4.3 เพื่อการกีฬา (ว่ายน้ำ, เล่นสกี, ตกปลา, เล่นเรือใบ ฯลฯ)
  - 4.4 เพื่อเหตุผลทางเศรษฐกิจ (ค่าครองชีพไม่ถูก)
  - 4.5 เพื่อการผจญภัยแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ คนใหม่ๆ และประสบการณ์ใหม่ๆ
  - 4.6 เพื่อฝึกงาน
  - 4.7 เพื่อทำตามคนอื่น
  - 4.8 เพื่อไปร่วมกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ (ชมโบราณสถาน ชมงานแสดง แสง สี เสียงชุมชนโบราณ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น)
  - 4.9 เพื่อสังคม (อยากรู้จักโลกกว้างขวาง)

กระบวนการการจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แรงจูงใจหรือสิ่งที่กระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวว่า เดินทางเพื่ออะไร และคาดหวังที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และการบริการ รูปแบบใดเมื่อนำทฤษฎีทางจิตวิทยา



และสังคมวิทยามาประยุกต์กับการท่องเที่ยว แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางอาจจำแนกออกเป็น 2 ประเภทคือ (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545: 25)

ปัจจัยดึง (Pull Factor) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริม หรือดึงดูดให้คนเดินทางไปที่ต่างๆ ได้แก่

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจประเทศใดที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดี ย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศนั้น มีอำนาจทางการเงินซื้อสูงและมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้มาก
2. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ นักจิตวิทยา Adler Fedler (1964) ได้ให้ข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่า “คนมักจะแสวงหาสิ่งที่ตนเองไม่มี หรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี” จากหลักจิตวิทยานี้ อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่แตกต่างไปจากประเทศของตนสามารถดึงดูดให้คนเดินทางได้ และข้อคิดดังกล่าว อาจนำมาประยุกต์ใช้กับแนวความคิดทางปัจจัยทางภูมิศาสตร์ได้ว่า นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างไปจากของตน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป หรือเพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่มีลักษณะแตกต่างจากประเทศ หรือท้องถิ่นของตน
3. ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรมรูปแบบวัฒนธรรม และบรรทัดฐานของสังคมใดสังคมหนึ่งกำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้น ในขณะที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมชนบทรอบนิยมประเพณี งานเทศกาลประวัติศาสตร์สามารถเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้
4. ปัจจัยทางการเมือง ประเทศใดที่มีสภาพการณ์ทางการเมืองมั่นคงย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้ และในขณะเดียวกัน นโยบายของรัฐบาลอาจกัน หรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้เช่นเดียวกัน
5. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้น นอกจากนี้ความล้ำหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้
6. สื่อมีอิทธิพลต่อความคิด ค่านิยม และการตัดสินใจของคน เนื่องจากสื่อมวลชนจะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชน และสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ ถ้าข่าวสาร หรือข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อเป็นภาพที่ดีก็สามารถดึงดูดให้

นักท่องเที่ยวเดินทาง ในทางตรงกันข้ามถ้าข้อมูลในเชิงลบก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล และกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง ซึ่ง Maslow ได้กล่าวถึงเรื่องปัจจัยผลักดันไว้ว่า “คนจะมีพฤติกรรมแสดงออกต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้น ความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคน จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียด และได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย
2. นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัย และสะอาด ผู้บริหารที่จริงใจให้ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้อง จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง
3. นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการ ทักทาย หรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอ และคาดหวังผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัวของตนได้อย่างถูกต้อง เพราะแสดงออกถึงการเป็นที่ยกย่อง ยอมรับนับถือในสังคมนั้นๆ
4. นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่น และศักดิ์ศรีของตน
5. นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทาง และสำรวจท้องถิ่นต่างๆ ด้วยตนเอง โดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้นจะมีสิ่งอำนวยความสะดวก และอยู่ใกล้เมือง หรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเรียนรู้ หรือพยายามทำความรู้จัก เข้าใจวัฒนธรรม และวิถีความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และมักจดจำหรือบันทึกสิ่งที่ตนได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์ และความสำเร็จของตน นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกัน และนักท่องเที่ยวคนหนึ่งๆ ก็อาจมีพฤติกรรมที่หลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคล

จากแนวคิดเกี่ยวกับแรงผลักและแรงดึงทางการท่องเที่ยวดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การเลือกเดินทางไปท่องเที่ยว มีปัจจัยที่สำคัญ 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึง ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทาง

## 8. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิด และปิดภาคการศึกษาใหม่ของสถาบันการศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558

ศ.ดร.ประสาธ สืบคำ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประธานที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.) ครั้งที่ 4/2554 เปิดเผยว่า ที่ประชุมมีมติเป็นเอกฉันท์ในการเตรียมพร้อมมหาวิทยาลัยเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยจะเริ่มภายในปีการศึกษา 2555 ด้วยการเลื่อนการเปิดภาคเรียนให้เป็นสากล จึงทำให้ต้องเปลี่ยนจากการเปิดภาคเรียนเดือนมิถุนายน เป็นราวต้นเดือนกันยายนแทน เหมือนกับประเทศสมาชิกอาเซียนอีก 9 ประเทศ ที่มีการเปลี่ยนตรงกันแล้ว ซึ่งจะมีประโยชน์ในด้านการแลกเปลี่ยนนักศึกษาที่อาจจะเป็นอุปสรรคได้ หากการเปิด-ปิดภาคเรียนของไทยไม่ตรงกับประเทศสมาชิกอาเซียน

อย่างไรก็ดี นอกจากไทยต้องปรับเข้าหาประเทศเพื่อนบ้านแล้ว ยังมีประเด็นที่ประเทศเพื่อนบ้านต้องปรับบ้าง คือ จำนวนปีที่นักเรียนเรียนก่อนเข้าศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ประเทศไทยและบางประเทศใช้เวลาเรียน 12 ปี แต่สำหรับพม่าและฟิลิปปินส์เรียน 10 ปี จึงอาจต้องออกแบบหลักสูตรให้ประเทศที่เรียนจำนวนปีน้อยกว่าได้เรียนเพิ่ม เช่น อาจมีวิชาปรับพื้นฐาน เป็นต้น เนื่องจากอาจจะกระทบกับอัตราค่าจ้างได้ หากจบปริญญาตรี แต่มีการเรียนในจำนวนปีที่น้อยกว่า เป็นต้น ส่วนประเด็นการรองรับวิทยฐานะ เป็นรายละเอียดที่จะดูต่อไปในอนาคต

สำหรับการเตรียมการสอบรับตรงนักศึกษาเข้ามหาวิทยาลัยร่วมกัน ประธาน ทปอ. กล่าวว่า ที่ประชุมเห็นชอบเกี่ยวกับเรื่องเทคนิคไปแล้ว เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม เช่น เรื่องการยืนยันสิทธิ การตัดสิทธิ การออกบัตรประจำตัวผู้สอบ โดยการรับตรงร่วมกันจะทำให้เสร็จสิ้นภายในเดือนมีนาคม เพื่อไม่ให้กระทบกับการสอบแอดมิชชั่นส์กลาง ซึ่งจะเริ่มตั้งแต่วันที่ 4 เมษายน - ต้นเดือนพฤษภาคม ดังนั้น เรื่องการออกข้อสอบ 7 วิชาได้เตรียมการเรียบร้อยแล้ว ไม่มีปัญหาใดๆ มีการจัดเวิร์กชอปการเตรียมการด้านเทคนิคเรียบร้อยแล้ว กรอบเวลาต่างๆ ในการยืนยันสิทธิ ตัดสิทธิ ทำความเข้าใจกับสถาบันต่างๆ การสมัครหลายๆ มหาวิทยาลัยทำอย่างไร

ประธาน ทปอ. กล่าวต่อว่า ที่ประชุมยังเห็นพ้องต้องกันอีกหลายประเด็น อาทิ การเพิ่มเงินเดือนให้พนักงานมหาวิทยาลัยทั้ง 79 แห่ง จำนวนร้อยละ 5 ซึ่งหากไม่บริหารจัดการให้ทันปีงบประมาณ 2554 จะทำให้เกิดผลกระทบกับการจัดสรรงบประมาณบุคลากรปี 2555 โดย ทปอ. จะทำหนังสือยื่นไปยังรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการคนใหม่ จากนั้นจะเข้าชี้แจงด้วยตนเอง

SIU วิเคราะห์ว่าสิ่งที่สำคัญต่อจากนี้คือการศึกษาเพียง 2 ภาษา คือไทยและอังกฤษไม่เพียงพอต่อการรับมือของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2015 นักศึกษาและนักเรียนจำเป็นต้องศึกษาภาษาที่ 3 ซึ่งเป็นทางเลือกด้วย โดยภาษาที่ควรจะศึกษาเพิ่มเติมคือภาษาจีนแมนดาริน ที่มีประชากรกระจายตัวอยู่ตามทั่วภูมิภาค และอีกภาษาคือภาษาฮกเกี้ยนที่ใช้ในมาเลเซียและบางส่วนของ

อินโดนีเซีย (Siam Intelligence. (2011). ผลพวงจากการเข้า AEC ทำให้มหาวิทยาลัยเปลี่ยนแปลง การเกิดเทอม.(ออนไลน์))

การติดตามข่าวผลพวงจากการเข้า AEC ทำให้มหาวิทยาลัยเปลี่ยนแปลงการเปิด ปิดเทอม มี แนวโน้มพอสรุปได้ ณ เวลานี้ ดังต่อไปนี้

1. ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.) มีมติให้มหาวิทยาลัย และสถาบันที่เป็นสมาชิก จำนวน 27 แห่ง (ส่วนใหญ่เป็นมหาวิทยาลัยที่เดิมเคยสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย) เปิดปีการศึกษา ภาคเรียนที่ 1 วันที่ 15 เดือนสิงหาคม - เดือนธันวาคม (โดยประมาณ) ภาคเรียนที่ 2 เดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม (โดยประมาณ) ปิดภาคฤดูร้อน เดือนมิถุนายน - วันที่ 14 เดือนสิงหาคม (โดยประมาณ) ทั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ปีการศึกษา 2557
2. ที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ (ทปอ.มรภ.) มีมติให้มหาวิทยาลัยที่เป็นสมาชิก เปิดปีการศึกษา ภาคเรียนที่ 1 วันที่ 11 เดือนสิงหาคม - เดือนธันวาคม (โดยประมาณ) ภาคเรียนที่ 2 เดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม (โดยประมาณ) ปิดภาคฤดูร้อน เดือนมิถุนายน - วันที่ 10 เดือนสิงหาคม (โดยประมาณ) ทั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ปีการศึกษา 2557
3. มหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยสงฆ์และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีแนวโน้มที่จะเปิดปิด ตาม มติ ทปอ. (มหาวิทยาลัย 27 แห่ง) ตามข้อ 1
4. โรงเรียนสังกัด สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) เปิดปีการศึกษา ภาคเรียนที่ 1 วันที่ 10 เดือนมิถุนายน - เดือนพฤศจิกายน (โดยประมาณ) ภาคเรียนที่ 2 เดือนธันวาคม - เดือนเมษายน (โดยประมาณ) ปิดภาคฤดูร้อน เดือนพฤษภาคม - วันที่ 9 เดือนมิถุนายน (โดยประมาณ) ทั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ปีการศึกษา 2557
5. โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัย มีแนวโน้มจะเปิดปิด พร้อม สพฐ.ตาม ข้อ 3
6. สถาบันการศึกษาสังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) จะเปิดปิด พร้อม สพฐ. ตามข้อ 3

ถ้าเป็นไปตามนี้ มีผลดังนี้

- 1) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ลงมา สิ้นปีการศึกษา 2556 จะมีช่วงวันหยุด ระหว่าง เดือนเมษายน 2557 - วันที่ 9 มิถุนายน 2557 รวมประมาณ 2 เดือนครึ่ง นับแต่สิ้นปีการศึกษา 2557 เป็นต้นไป จะมีช่วงวันหยุด รวมประมาณ 1 เดือนครึ่ง
- 2) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า สิ้นปีการศึกษา 2556 จะมีช่วงวันหยุด ระหว่าง เดือนเมษายน 2557 - วันที่ 14 เดือนสิงหาคม 2557 รวมประมาณ 4 เดือนครึ่ง นับแต่สิ้นปีการศึกษา 2557 เป็นต้นไป จะมีช่วงวันหยุด รวมประมาณ 2 เดือนครึ่ง

3) ปีการศึกษา 2557 เป็นต้นไป ในช่วงเดือนเมษายน (อากาศร้อน เทศกาลสงกรานต์ วันครอบครัว และฤดูการท่องเที่ยว) จะมีการเรียนการสอนและสอบปลายปี และเดือนตุลาคม (ช่วงที่มีสถิติน้ำท่วมสูงในหลายจังหวัด) ก็จะมีการเรียนการสอนและสอบปลายภาคด้วย

4) การเปิดปิดมีความสอดคล้องกับนานาชาติและบางประเทศในอาเซียน สำหรับระดับอุดมศึกษาเท่านั้น ซึ่งจะทำให้มีความสะดวกในการเคลื่อนย้ายไปมาในการเรียนต่อระหว่างประเทศได้ ส่วนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ขณะที่ประเทศไทย เปิดปิดตามเดิมหรือเปิดปิดใหม่ ตามนี้ ก็ไม่มีความสอดคล้องกันกับนานาชาติหรือประเทศในอาเซียนแต่อย่างใด โดยเฉพาะประเทศในอาเซียน มีการเปิดปิดแตกต่างกันไปเป็น 3-4 กลุ่ม และยังไม่มีการตกลงร่วมกัน

5) การเปิดปิดที่ไม่สอดคล้องกันระหว่างสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา กับการศึกษาขั้นพื้นฐาน อาจจะทำให้เกิดปัญหาการส่งนิสิตนักศึกษาไปฝึกปฏิบัติการสอน ซึ่งสถาบันผลิตครูจะต้องหาหรือครุสภา เพื่อแก้ปัญหาได้ไม่ยากนัก (ปีการศึกษา.2556). ระบบการศึกษาของอาเซียน.(ออนไลน์)

ข่าวสำนักงานรัฐมนตรี 338/2556

ข้อสรุปการเลื่อนเปิดปิดภาคเรียนของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน-อาชีวศึกษา

นายจาตุรนต์ ฉายแสง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ เปิดเผยผลการพิจารณาของที่ประชุมกระทรวงศึกษาธิการ ครั้งที่ 9/2556 เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2556 เรื่อง ข้อสรุปของการเลื่อนเปิดปิดภาคการศึกษาของสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาทุกสังกัด

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ กล่าวว่า สืบเนื่องจาก สช. ได้เคยพิจารณาการเลื่อนเปิดปิดภาคเรียนในส่วนของอุดมศึกษา โดยมีสถาบันการศึกษาจำนวนหนึ่งเปิดภาคเรียนที่ 1 ในช่วงเดือนสิงหาคม เพื่อให้สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ (ประเทศตะวันตก) และได้มีการพิจารณาต่อเนื่องไปว่า ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาควรจะเลื่อนเปิดปิดภาคเรียนด้วยหรือไม่ ซึ่งเดิมมีข้อสรุปว่า จะเลื่อนเปิดภาคเรียนที่ 1 จากวันที่ 16 พฤษภาคม เป็นวันที่ 10 มิถุนายน และภาคเรียนที่ 2 จากวันที่ 1 พฤศจิกายน เป็นวันที่ 26 พฤศจิกายน และได้มีการเห็นชอบแล้ว แต่อยู่ระหว่างการดำเนินการแก้ไขระเบียบและได้มีการเผยแพร่ทางสื่อต่างๆ ไปบ้างแล้ว

ต่อมา สช. ได้มีการหารือ รับฟังความคิดเห็นและสำรวจความคิดเห็น ทั้งที่ รมว.สช. ได้ร่วมหารือเอง และมอบหมายให้ รมช.สช. และผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำ สช. และองค์กรหลักหารือร่วมกัน

รวมทั้งมีการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของการเลื่อนวันเปิดปิดภาคเรียน กับไม่เลื่อนเปิดปิดภาคเรียน ดังนี้

การเปิดปิดภาคเรียน	ข้อดี	ข้อเสีย	ข้อสังเกต/ข้อเสนอแนะ
เดิม ภาคเรียนที่ 1 เปิด 16 พฤษภาคม ปิด 11 ตุลาคม ภาคเรียนที่ 2 เปิด 1 พฤศจิกายน ปิด 1 เมษายน	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ไม่ประสบปัญหา น้ำท่วม</li> <li>2. ไม่กระทบต่อ ประเพณีสงกรานต์</li> <li>3. นักเรียน ม.6 มี เวลาดูหนังสือ เพื่อ เตรียมตัวสอบเข้า มหาวิทยาลัยและ เรียนจบหลักสูตร ก่อนการสอบแอด มิชชั่น</li> <li>4. ไม่ต้องแก้ไข ระเบียบ กฎหมายที่ เกี่ยวข้อง</li> <li>5. ไม่กระทบต่อการ ขอรับเงินอุดหนุน รายหัว</li> <li>6. ผู้สำเร็จ ปวช. ปวส. เข้าสู่ตลาด แรงงานได้ทันตาม ความต้องการ</li> <li>7. ไม่กระทบต่อ ปัญหาการใช้ พลังงานไฟฟ้าและ การขาดแคลนน้ำดื่ม เนื่องจากภัยแล้ง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. นักศึกษา ฝึกสอนครุศาสตร์ ไม่มีเวลาเตรียมตัว ล่วงหน้าก่อนการ ฝึกสอน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. กำหนดการเปิดปิด ภาคเรียนของ สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ของประเทศในกลุ่ม อาเซียนเปิดปิดไม่พร้อม กัน ดังนี้ - กลุ่มหนึ่ง เปิดช่วง เดือนมกราคม ได้แก่ บรูไนดารุสซาลาม มาเลเซีย และสิงคโปร์ - กลุ่มสอง เปิดช่วง เดือนมิถุนายน- กรกฎาคม ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และไทย - กลุ่มสาม เปิดช่วง เดือนกันยายน-ตุลาคม ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม</li> <li>2. การสอบแอดมิชชั่น ทปอ. ให้สถาบันอุดม- ศึกษา ปรับปฏิทินการ รับนักศึกษาแล้ว การ เลื่อนหรือไม่เลื่อนเปิด ปิดภาคเรียนไม่กระทบ โดยในปี 2557 การสอบ แอดมิชชั่นอยู่ในช่วง</li> </ol>

			<p>เดือนมิถุนายน-กรกฎาคม</p> <p>3. การสอบ GAT/PAT การเลื่อนหรือไม่เลื่อน เปิดปิดภาคเรียนมีผลเท่ากัน เพราะอยู่ในช่วงเวลาเรียนเช่นเดียวกัน</p> <p>4. หากเลื่อนการเปิดปิดภาคเรียน อาจส่งผลให้นักศึกษาต้องใช้เวลาในการเรียนมากกว่าเดิม จากเดิม 16 ปี เป็น 16 ปีครึ่ง เพราะสถาบันอุดมศึกษาได้เลื่อนเวลาเปิดปิดภาคเรียนออกไป</p>
<p>ใหม่</p> <p>ภาคเรียนที่ 1</p> <p>เปิด 10 มิถุนายน</p> <p>ปิด 4 พฤศจิกายน</p> <p>ภาคเรียนที่ 2</p> <p>เปิด 26 พฤศจิกายน</p> <p>ปิด 26 เมษายน</p>	<p>1. นักศึกษาฝึกสอน คณะครุศาสตร์ไม่มีเวลาเตรียมล่วงหน้าก่อนการฝึกสอน</p> <p>2. ระยะห่างของการเปิดภาคเรียนนักเรียนมี 6 มีเวลาเหมาะสมกับการเลื่อนเปิดปิดภาคเรียนของมหาวิทยาลัย</p>	<p>1. ได้รับผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศ อาจประสบปัญหาน้ำท่วม การจราจรติดขัด</p> <p>2. กระทบต่อประเพณีวันสงกรานต์</p> <p>3. ต้องแก้ไขระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง</p> <p>4. กระทบต่อการขอรับเงินอุดหนุน</p>	

		รายหัว 5. ผู้สำเร็จ ปวช./ ปวส. อาจเข้าสู่ ตลาดแรงงานไม่ ทันตามความ ต้องการ 6. กระทบต่อ ปัญหาการใช้ พลังงานไฟฟ้าและ การขาดแคลนน้ำ ดื่มจากภัยแล้ง	
--	--	---	--

ดังนั้น ศธ. จึงมีมติไม่เลื่อนเปิดปิดภาคเรียน หมายความว่า จะให้มีการเปิดปิดภาคเรียน เช่นเดิมคือ ภาคเรียนที่ 1 ในวันที่ 16 พฤษภาคม – 11 ตุลาคม และภาคเรียนที่ 2 ในวันที่ 1 พฤศจิกายน – 1 เมษายน เพราะมีข้อดีมากกว่าข้อเสีย

ในส่วนของอาชีวศึกษาได้เสนอความเห็นว่าการศึกษาของอาชีวะเชื่อมโยงกับ มหาวิทยาลัยน้อย และการเกิดปิดภาคเรียนเช่นเดิมมีความสอดคล้องกับตลาดแรงงานมากกว่า เพราะตลาดแรงงานมีความต้องการกำลังแรงงานจำนวนมาก ในช่วงเดือนมีนาคม-เดือนพฤษภาคม ฉะนั้น การสำเร็จการศึกษาในช่วงปลายเดือนมีนาคม ก็จะสอดคล้องกับความต้องการของ ตลาดแรงงานมากกว่า

นอกจากนี้ สพฐ. ยังได้สำรวจความคิดเห็นของครู นักเรียน ผู้ปกครอง ผู้อำนวยการ โรงเรียน และผู้แทนภาคเอกชน รวมทั้งผู้อำนวยการเขตพื้นที่การศึกษา จำนวน 15,696 คน ต่อการ เลื่อนหรือไม่เลื่อนเปิดปิดภาคเรียน ได้ผลว่า ร้อยละ 54.54 เห็นด้วยกับการเปิดปิดภาคเรียนเช่นเดิม ร้อยละ 27.44 เห็นด้วยกับการเลื่อนเปิดปิดภาคเรียนเพื่อให้สอดคล้องกับมหาวิทยาลัย และร้อยละ 18.02 เห็นด้วยกับการเปิดปิดภาคเรียนตามที่ได้เคยสรุปไว้ (นวัตน์ งามสุด.(2556). 338 ข้อสรุป การเปิดปิดภาคเรียน.(online))

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิด และปิดภาคการศึกษาใหม่เพื่อเข้าสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน พ.ศ. 2558 นั้น พบว่า การศึกษาระดับอุดมศึกษามีการเปลี่ยนแปลงวันเปิด ปิดภาค การศึกษาจากการประชุมอธิการบดีสถาบันระดับอุดมศึกษาครั้งที่ 4/2554 และเริ่มใช้ในปีการศึกษา 2557 สอดคล้องกับผลพวงการเปลี่ยนแปลงวันเปิดปิดภาคศึกษาดำเนินการตามเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



ซึ่งพยายามปรับตรงกับระบบการศึกษาในประเทศตะวันตก แต่การศึกษาขั้นพื้นฐานยังคงเปิดปิดภาคการศึกษาตามเดิมจากการแถลงข่าวของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการเมื่อปี พ.ศ. 2556

## 9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทายาท กิตติกุล ได้ศึกษาปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย (ทายาท กิตติกุล, 2540: ข)

กรณีศึกษา คนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

1. คนไทยที่กำลังจะไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนมากเป็นเพศหญิง โดยมีอายุในช่วงระหว่าง 31-40 ปี และสมรสแล้วเป็นส่วนใหญ่ สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 44.1) มีอาชีพธุรกิจเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท และมีเงินออมต่อเดือนต่ำกว่า 10,001 บาทเป็นส่วนใหญ่
2. เหตุจูงใจที่ทำให้คนไทยต้องการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนใหญ่เกิดจากความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งสะสมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และพบว่า สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสาร เป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทยส่วนใหญ่ค้นหา
3. คนไทยให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินมากที่สุด และแหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศที่คนไทยใฝ่ฝันและต้องการจะไปเที่ยวมากที่สุด คือ ประเทศสวีเดนและนอร์เวย์ แต่แหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศที่คนไทยเดินทางไปมากที่สุดคือ เมืองคุนหมิง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
4. ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย พบว่า ปัจจัยทางเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.2020 ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านแรงจูงใจ สินค้าทางการท่องเที่ยว ราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยว ผู้จัดการจำหน่ายสินค้าทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดของสินค้าทางการท่องเที่ยว ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เงินออมต่อเดือน ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ อายุ ค่านิยม กลุ่มอ้างอิง ความเชื่อและทัศนคติ สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือน อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ ระดับการศึกษา และเพศ ก็มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

พรอมา หาระบุตร (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาประเทศสิงคโปร์

โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์มาก 2 ครั้งต่อปี ระยะเวลาพักเฉลี่ย 3-7 วัน ใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 30,000 บาทต่อครั้งต่อคน โดยมีเหตุผลหลักว่า ประเทศสิงคโปร์เป็นแหล่งจับจ่ายที่มีคุณภาพ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ และแหล่งจับจ่ายใช้สอยดีกว่าประเทศไทย แต่กลุ่มตัวอย่างได้มีความตระหนักว่า การท่องเที่ยวต่างประเทศมีส่วนทำให้ประเทศไทยเสียดุลการค้า ในส่วนของปัจจัยในระดับมหภาค พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์ เหตุการณ์ผิดปกติเกิดขึ้นในประเทศไทยหรือประเทศสิงคโปร์ และวงจรกิจกรรมในไตรมาสที่ 2 มีผลต่อปริมาณนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศสิงคโปร์ ดังนั้น รัฐบาลไทยจึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ โดยการพัฒนาและประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะแหล่งจับจ่ายใช้สอยในประเทศไทยให้มีความเป็นที่ยอมรับมากขึ้น และเพิ่มความเข้มข้นของกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงไตรมาสที่ 2 และเมื่อค่าเงินบาทสูงขึ้น หรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ ซึ่งจะมีผลต่ออุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยสูง (พรอมา หาระบุตร, 2547: ค)

เกิดศิริ เจริญวิศาลและคณะ (2542) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย ในการศึกษาครั้งนั้น เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาสาเหตุและแรงจูงใจ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และพบว่า นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปต่างประเทศเพื่อต้องการความแปลกใหม่ เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุด และอีกสองเหตุผลหลักที่พบคือ การเดินทางเพื่อไปเรียนรู้และการเดินทางไปต่างประเทศเพราะเห็นความเป็นพิเศษ การเลือกเดินทางไปต่างประเทศมีแรงดึงดูดคือ การเดินทางและการคมนาคมสะดวกและพบว่า ความสะอาดและความปลอดภัยในการเดินทางในต่างประเทศเมื่อเปรียบกับการเดินทางในประเทศไทยสูงกว่า (เกิดศิริ เจริญวิศาลและคณะ, 2542: ค)

เหิง เกา (2552) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 350 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง สาธารณรัฐ

ประชาชนจีน เพศชายมากกว่าเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง เพราะเป็นเมืองที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เป็นธรรมชาติ ไม่เหมือนกับที่อื่น การเดินทางสะดวก และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไม่สูงนัก แต่ควรมีการปรับปรุงในด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อพัฒนาการตลาดที่เหมาะสมของเมืองคุนหมิง (เหิง เกา, 2552: ข)

จากการศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความนิยมไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เนื่องจากมีความสะดวกสบาย มีความปลอดภัยสูง แรงจูงใจหลัก มีความแปลกใหม่ มีความสวยงามและมีแหล่งจับจ่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ประเทศสวีเดนแลนด์เป็นประเทศที่อยู่ในความใฝ่ฝันของนักท่องเที่ยวชาวไทย

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาผลกระทบธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก กรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558

ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและการดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการทดสอบความเชื่อถือของข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็นดังนี้ คือ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการออกปฏิบัติงานภาคสนามในพื้นที่ที่ศึกษาด้วยตนเอง โดยการสำรวจ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวขาออก โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

- 1) กรรมการสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและอดีตกรรมการสมาคมฯ
- 2) ที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำ ซึ่งจากข้อมูลทางสถิติ ในปีพ.ศ. 2556 ระหว่างช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 272,845 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2556).สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางออกนอกประเทศ.ออนไลน์) ผู้วิจัยใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane (ตาราง

- ที่ 3.1) จำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่า 100,000 คน ใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)
- 2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ซึ่งจัดทำรายการท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศในช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) มีสมาชิกสามัญจำนวน 684 ราย นำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปท่องเที่ยวยังทวีปยุโรป อเมริกาจำนวน 117 ราย (สมาคมบริการไทยบริการท่องเที่ยว.(2556).คณะกรรมการบริหาร.ออนไลน์) ผู้วิจัยใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane (ตารางที่ 3.1) จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกจำนวน 100 ราย ใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 80 ราย ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 102 ราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ในกลุ่มที่ 1 ผู้วิจัยได้เข้าสำรวจธุรกิจนำเที่ยวขาออกว่า มีผู้ประกอบการรายใดบ้าง ที่จัดทำรายการนำเที่ยวไปยังต่างประเทศในช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จากนั้นได้ส่งกลุ่มนักศึกษาเข้าไปทำการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกต่างๆ ว่า มีปัญหาในการจัดทำรายการนำเที่ยวไปยังต่างประเทศ และมีปัญหาเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางในช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 หรือไม่ จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กรรมการสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว ได้แก่ นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว 1 ท่าน อดีตนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว 1 ท่าน อดีตอุปนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว 1 ท่าน ประธานที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว 1 ท่าน และที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว 1 ท่าน รวม 5 ท่าน เน้นการศึกษาโดยการถามคำถามแบบปลายเปิดและปลายปิด เพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบบทสัมภาษณ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยว่า ชอบเดินทางไปต่างประเทศที่มีระยะทางไกลและมีระยะเวลาในการเดินทางหลายวันในช่วงใดมากที่สุดของทุกๆ ปี จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวว่า เลือกเดินทางในภูมิภาคใดมากที่สุด และผลกระทบทางธุรกิจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ในกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำจำนวน 400 คน ใช้วิธีการให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถาม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยส่งนักศึกษาผู้ช่วยการวิจัยที่แบ่งออกเป็นกลุ่มๆ เพื่อเดินทางไปทำการบริษัทยาเกี่ยวกับ

ประกอบธุรกิจนำเที่ยวขาออกภายในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล และนำแบบสอบถามไปให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม ในด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ยังต่างประเทศ เหตุผลสำคัญที่สุดที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 สถานที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคใดที่นิยมเดินทางมากที่สุด และราคาของรายการนำเที่ยวที่เหมาะสม นอกจากนี้สอบถามผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ว่า มีผลกระทบในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด หากมีผลกระทบแล้ว จะมีผลในการเปลี่ยนแปลงแผนการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด และจะเปลี่ยนภูมิภาค หรือปรับลดระยะเวลาของแผนการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวขาออกหรือไม่ เพราะเหตุใด

- 2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกจำนวน 102 คน ใช้วิธีการให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถาม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยส่งนักศึกษาผู้ช่วยการวิจัยที่แบ่งออกเป็นกลุ่มๆ ไปยังสำนักงานธุรกิจนำเที่ยวขาออกเพื่อเก็บข้อมูลในด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงการปิดภาคการศึกษาที่ 2 ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในด้านช่วงเวลาในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว การปรับเปลี่ยนเส้นทางรายการท่องเที่ยวและด้านรายได้ รวมทั้งข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตารางที่ 3.1 ตารางกำหนดขนาดตัวอย่าง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อน					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
100	99	96	92	86	80	-
200	196	185	169	152	133	-
300	291	268	236	203	171	-
400	385	345	294	244	200	-
500	476	417	-	-	222	83

1,000	-	-	-	385	286	91
1,500	-	-	638	441	316	94
2,000	-	-	714	476	333	95
2,500	-	1,250	769	500	345	96
3,000	-	1,364	811	517	353	97
3,500	-	1,458	843	530	359	97
4,000	-	1,538	870	541	364	97
4,500	-	1,607	891	549	367	98
5,000	-	1,667	909	556	370	98
6,000	-	1,765	938	566	375	98
7,000	-	1,842	959	574	378	99
8,000	-	1,905	976	580	381	99
9,000	-	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	100
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
>100,000	10,000	2,500	1,111	625	400	-

การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้รวบรวมข้อมูลจากตำรา เอกสารงานวิจัย สิ่งพิมพ์ จากสถาบันการศึกษา ห้องสมุด และเอกสารของหน่วยงานราชการและองค์การที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1) บทสัมภาษณ์กรรมการบริหารสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว และที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว

เนื้อหาบทสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบบทสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง ชื่อสถานประกอบการ ที่ตั้ง เพศของผู้ตอบบทสัมภาษณ์ ระดับการศึกษา จำนวนครั้งที่สัมภาษณ์ วันที่สัมภาษณ์ สถานที่สัมภาษณ์ ปฏิบัติการของผู้ให้สัมภาษณ์ และปฏิกริยา และความรู้สึกของนักวิจัยต่อผู้ให้สัมภาษณ์และการสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 บทสัมภาษณ์กรรมการสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว และที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดโดยครอบคลุมในประเด็นดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบเดินทางไปต่างประเทศที่มีระยะทางไกลและมีระยะเวลาในการเดินทางหลายวันในช่วงใดมากที่สุดของทุกๆ ปี
- 2) จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกเดินทางท่องเที่ยวไปภูมิภาคใดมากที่สุดในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 และเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น
- 3) การเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงหยุดยาวประมาณ 2 เดือน และมีวันหยุดยาวต่อเนื่องในช่วงวันสงกรานต์ จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมมีผลกระทบต่อสมาชิกในสมาคมของท่านหรือไม่ เพราะเหตุใด
- 4) การเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และมีผลกระทบด้านรายได้ต่อสมาชิกในสมาคมของท่านมากน้อยแค่ไหน อย่างไร
- 5) สมาชิกในสมาคมของท่าน มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยว ระยะเวลาแต่ละรายการนำเที่ยว และสถานที่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)



โดยลักษณะคำถามประเมินศักยภาพมีค่าประเมิน 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์น้ำหนัก  
คะแนนแต่ละตัวเลือกตามการประเมินค่าของ Likert Rating Scale

ระดับสูงสุด	5	คะแนน
ระดับสูง	4	คะแนน
ระดับปานกลาง	3	คะแนน
ระดับต่ำ	2	คะแนน
ระดับต่ำสุด	1	คะแนน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

### 1) แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก

เนื้อหาแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก

ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุลของผู้ประกอบการ ตำแหน่ง ชื่อสถานประกอบการ ที่ตั้ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว รายได้เฉลี่ย (โดยประมาณ) ของผู้ประกอบการในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบในด้านต่างๆ จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 โดยสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดดังนี้

- (1) ผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านช่วงเวลาหรือไม่ เพราะเหตุใด
- (2) ผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด
- (3) ผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด
- (4) ผลกระทบต่อธุรกิจของท่าน ในด้านการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการเดินทางหรือไม่ เพราะเหตุใด
- (5) ผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านรายได้หรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)

## 2) แบบสอบถามนักท่องเที่ยว

เนื้อหาแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว

ประกอบด้วย การวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงปิดภาคการศึกษาที่

2 ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว เหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว ภูมิภาคของโลก  
ที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ราคาสำหรับรายการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม

ตอนที่ 3 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2  
กับการเดินทางท่องเที่ยวว่า มีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

ประกอบด้วย ผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลกระทบเกี่ยวกับ  
ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว ผลกระทบเกี่ยวกับการปรับระยะเวลาการ  
ท่องเที่ยว ผลกระทบในการเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว และผลกระทบ  
เกี่ยวกับการเลือกภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศ

โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าของ Likert Rating Scale ที่มีค่าประเมิน  
เป็น 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์น้ำหนักแต่ละตัวเลือก ดังนี้

ระดับสูงสุด	5	คะแนน
ระดับสูง	4	คะแนน
ระดับปานกลาง	3	คะแนน
ระดับต่ำ	2	คะแนน
ระดับต่ำสุด	1	คะแนน

3. อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการบันทึกข้อมูล
  - 3.1 กล้องถ่ายรูป และแท็บเล็ต สำหรับใช้ในการบันทึกเสียง สำหรับบันทึกข้อมูลภาพและเหตุการณ์เพื่อนำมาใช้ทบทวนวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งใช้ในการบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์
  - 3.2 สมุดบันทึกข้อมูล สำหรับการบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการสำรวจข้อมูลในสถานประกอบการ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีการเก็บรวบรวม ดังนี้
  - 1) ข้อมูลจากการสำรวจและสังเกตการณ์ เป็นการเดินทางไปสำรวจข้อมูลในสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก เพื่อสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมว่า ธุรกิจนำเที่ยวขาออก มีปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงการปิดภาคการศึกษาที่ 2 หรือไม่
  - 2) ข้อมูลจากการจดบันทึกข้อมูล บันทึกเสียงการสัมภาษณ์กรรมการสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว และรวบรวมข้อมูลพร้อมทั้งความคิดเห็นต่างๆ
  - 3) จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลด้านต่างๆ จากประชากรและกลุ่มตัวอย่างในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านอื่นๆ ที่สำคัญในแต่ละกลุ่มประชากร
  - 4) ข้อมูลจากแบบสอบถาม ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก และนักท่องเที่ยวชาวไทยในเรื่องเกี่ยวกับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงการปิดภาคการศึกษาที่ 2 เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558

## 2. ข้อมูลทุติยภูมิ ใช้วิธีการ ดังนี้

ศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ หอสมุดมหาวิทยาลัยรังสิต การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สิ่งพิมพ์ต่างๆ และแหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์ เพื่อนำมาประกอบกับข้อมูลที่รวบรวมได้ในภาคสนามเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาออกเป็นรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผลโดยใช้การพรรณนา (Descriptive Analysis) ด้วยการดูความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงปริมาณบางส่วน กับข้อมูลจากการศึกษา วิจัย ด้วยการสังเกต สัมภาษณ์กับปรากฏการณ์ต่างๆ ว่าสัมพันธ์กันอย่างไร เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่า ธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มากน้อยเพียงใด และจะต้องปรับตัวอย่างไรภายใต้กรอบแนวคิดที่กำหนด

### 2. การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangular) ดังนี้

- 1) ใช้วิธีการสำรวจ เทียบกับข้อมูลที่ได้รับการผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก
- 2) สังเกตการณ์ธุรกิจนำเที่ยวขาออก เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล และการสังเกตการณ์แบบมีไม่มีส่วนร่วม
- 3) เก็บข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์กรรมการสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจาก

นักท่องเที่ยมและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องใน  
 การธุรกิจนำเที่ยวขาออกแบบเจาะจง  
 การตรวจสอบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ดำเนินการด้วยวิธีการตรวจสอบคุณภาพของ  
 เครื่องมือรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 1) ความตรง (Validity) โดยได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และที่ปรึกษาตรวจสอบแบบสอบถาม  
 อย่างละเอียด ปรากฏว่า แบบสอบถามต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ตรงตามวัตถุประสงค์  
 และได้มีการแก้ไขตามของผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำเป็นที่เรียบร้อย
- 2) ความเที่ยง (Reliability) โดยใช้แบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบแล้ว ทดสอบ  
 (Pre-test) กับนักท่องเที่ยมจำนวน 30 คน ปรากฏผลดังนี้

จาก Scale นำมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) แล้วนำมาแจกแจงดังนี้

อันตรภาคชั้น	-	$\frac{\text{Max} - \text{Min}}{n}$
เมื่อ Max		ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด
Min		ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด
N		จำนวนชั้น

ซึ่งเมื่อแทนค่าแล้วจะได้ ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} - \frac{5 - 1}{5} = 4 / 5 = 0.85$$

กำหนดเกณฑ์ค่านำหนัก คะแนนเฉลี่ยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยมชาวไทยที่เดินทางไปยัง  
 ต่างประเทศในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แจกแจง  
 ค่าเฉลี่ย โดยใช้อันตรภาคชั้นข้างต้นดังนี้

ระดับมากที่สุด	4.21 – 5.00	คะแนน
ระดับมาก	3.41 – 4.20	คะแนน
ระดับปานกลาง	2.61 – 3.40	คะแนน

ระดับน้อย	1.81 – 2.60	คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	1.00 – 1.80	คะแนน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for the Social Science: SPSS) ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการประกอบการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมทั้งทำการศึกษาสมมติฐานด้วย One Sample t-test ด้วย

ตารางที่ 3.2 แสดงผลการทดสอบ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded	0	0.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	No. of Items
0.749	30

แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยง Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.749 ซึ่งเกณฑ์การยอมรับอยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป ในที่นี้มีค่าอยู่ที่ .749 พบว่า แบบสอบถามมีความเที่ยง

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาผลกระทบธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก กรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558 ครั้งนี้ ผู้วิจัย มีวัตถุประสงค์ไว้ 3 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 แบบเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวไทยไปยังต่างประเทศ 2. เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวไทยไปยังต่างประเทศ 3. เพื่อศึกษาผลกระทบการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่จัดนำที่แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

โดยผู้วิจัย ได้นำเสนอผลการวิจัยเชิงปริมาณดังนี้  
การศึกษาเรื่อง การศึกษาผลกระทบธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก  
กรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558 ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำ

#### 1) ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	253	63.20
ชาย	147	36.80
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 และเพศชาย จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ซึ่งตรงกับ สถิตินักท่องเที่ยวโดยทั่วไปซึ่งมีนักท่องเที่ยวหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-25 ปี	78	19.50
26-30 ปี	86	21.50
30-35 ปี	94	23.50
36-40 ปี	55	13.80
41-45 ปี	29	7.30
46-50 ปี	18	4.50
51-60 ปี	28	7.00
61 ปีขึ้นไป	12	3.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีช่วงอายุระหว่าง 30-35 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 อันดับที่ 2 เป็นผู้มีช่วงอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 อันดับที่ 3 เป็นผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 อันดับที่ 4 เป็นผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 อันดับที่ 5 เป็นผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-45 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 อันดับที่ 6 เป็นผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 อันดับที่ 7 เป็นผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และอันดับสุดท้าย อันดับที่ 8 เป็นผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง 61 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ที่ตอบแบบ สอบถามมากที่สุดจะเป็นช่วงอายุระหว่าง 30-35 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยทำงานนิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ



ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	9	2.30
มัธยมศึกษา	6	1.50
ปวช.	27	6.80
ปวส.	70	17.50
ปริญญาตรี	287	71.80
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.10
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.80 อันดับที่ 2 ระดับปวส. จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 อันดับที่ 3 ระดับปวช. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 อันดับที่ 4 ระดับประถมศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 อันดับที่ 5 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และอันดับสุดท้ายคือ อันดับที่ 6 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.10 พบว่า ผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีลงมาจนถึงปวช. นิยมเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศสอดคล้องกับระดับช่วงอายุ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	41	10.30
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	8.70
ลูกจ้างเอกชน	110	27.50
ประกอบอาชีพส่วนตัว	87	21.70
รับจ้างทั่วไป	39	9.80
แม่บ้าน	88	22.00

อื่นๆ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนั้น เป็นลูกจ้างเอกชนมากที่สุด เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 อันดับที่ 2 เป็นแม่บ้าน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 อันดับที่ 3 เป็นประกอบอาชีพส่วนตัว จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 อันดับที่ 4 เป็นข้าราชการ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 อันดับที่ 5 รับจ้างทั่วไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 อันดับที่ 6 เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 และอันดับสุดท้าย คือ อันดับที่ 7 เป็นอื่นๆ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
40,001-50,000 บาท	214	53.50
50,001-60,000 บาท	81	20.30
60,001-70,000 บาท	40	10.00
70,001-80,000 บาท	16	4.00
80,001-85,000 บาท	16	4.00
85,001-90,000 บาท	32	8.00
90,001-100,000 บาท	1	0.20
100,001 บาทขึ้นไป	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนั้นที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 อันดับที่ 2 เป็นนักท่องเที่ยวนั้นที่มีรายได้ระหว่าง 50,001-60,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 อันดับที่ 3 เป็นนักท่องเที่ยวนั้นที่มีรายได้ระหว่าง 60,001-70,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อันดับที่ 4 เป็นนักท่องเที่ยวนั้นที่มีรายได้ระหว่าง 85,001-90,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 อันดับที่ 5 มี 2 กลุ่มคือนักท่องเที่ยวนั้นที่มีรายได้ระหว่าง 70,001-80,000 บาท และนักท่องเที่ยวนั้น

ที่มีรายได้ระหว่าง 80,001-85,000 บาท จำนวนกลุ่มละ 16 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4.00 อันดับที่ 6 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 90,001-100,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20 และอันดับสุดท้ายคือ อันดับที่ 7 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 เป็นที่น่าสังเกตว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดสอดคล้องกับการประกอบอาชีพ

2) ผลการศึกษานักท่องเที่ยวที่เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษานักท่องเที่ยว เพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

2.1) เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 แบบเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจัดนำเที่ยวชาวออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม

เดือน	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
มีนาคม	น้อยที่สุด	3	3.00
	น้อย	9	9.00
	ปานกลาง	49	49.00
	มาก	32	32.00
	มากที่สุด	7	7.00
<b>รวม</b>		<b>100</b>	<b>100</b>
เมษายน	น้อยที่สุด	2	1.00
	น้อย	14	7.00
	ปานกลาง	41	20.50
	มาก	57	28.50
	มากที่สุด	86	43.00
<b>รวม</b>		<b>200</b>	<b>100</b>

พฤษภาคม	น้อยที่สุด	9	9.00
	น้อย	20	20.00
	ปานกลาง	38	38.00
	มาก	27	27.00
	มากที่สุด	6	6.00
<b>รวม</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยววางแผนเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ในเดือนเมษายน มีจำนวนมากที่สุดคือ 200 คน และวางแผนเดินทางในระดับมากที่สุด จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ในเดือนมีนาคม มีจำนวน 100 คน และวางแผนเดินทางในระดับปานกลาง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 และนักท่องเที่ยววางแผนเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ในเดือนพฤษภาคม มีจำนวน 100 คน และวางแผนการเดินทางในระดับปานกลาง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 แสดงให้เห็นว่าเดือนเมษายนเป็นเดือนที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมากที่สุด และเป็นเดือนที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่องในช่วงเทศกาลสงกรานต์ รวมทั้งเป็นช่วงการปิดภาคการศึกษาที่ 2 ด้วย

2.2) เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว  
ที่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

ระยะเวลา ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
7 วัน	น้อยที่สุด	11	4.70
	น้อย	20	8.50
	ปานกลาง	22	9.30
	มาก	47	20.00
	มากที่สุด	135	57.50
<b>รวม</b>		<b>235</b>	<b>100</b>
8-10 วัน	น้อยที่สุด	5	5.00
	น้อย	5	5.00
	ปานกลาง	40	40.00
	มาก	30	30.00
	มากที่สุด	20	20.00
<b>รวม</b>		<b>100</b>	<b>100</b>
11 วันขึ้นไป	น้อยที่สุด	15	23.00
	น้อย	25	38.50
	ปานกลาง	10	15.40
	มาก	12	18.50
	มากที่สุด	3	4.60
<b>รวม</b>		<b>65</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 7 วัน มากที่สุด คือ มีจำนวน 235 คน และอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 8-10 วัน มีจำนวน 100 คน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และนักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 11 วันขึ้นไป มีจำนวน 65 คน อยู่ในระดับน้อย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 แสดงให้เห็นว่า

นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 7 วัน สอดคล้องกับรายได้และช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2

เหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นช่วงที่มีอากาศดีที่สุด	น้อยที่สุด	2	1.90
	น้อย	5	4.80
	ปานกลาง	27	26.20
	มาก	44	42.80
	มากที่สุด	25	24.30
<b>รวม</b>		<b>103</b>	<b>100</b>
เป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวัน	น้อยที่สุด	2	0.80
	น้อย	3	1.20
	ปานกลาง	33	13.50
	มาก	63	25.70
	มากที่สุด	144	58.80
<b>รวม</b>		<b>245</b>	<b>100</b>
เป็นช่วงที่มีเวลาว่างมากพอที่จะเดินทางได้	น้อยที่สุด	2	3.80
	น้อย	4	7.70
	ปานกลาง	8	15.40
	มาก	27	51.90
	มากที่สุด	11	21.20
<b>รวม</b>		<b>52</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 เนื่องจากเป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวันมีมากที่สุด จำนวน 103 คนและอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 เนื่องจากเป็นช่วงที่มีอากาศดีที่สุด มีจำนวน 103 คน และในระดับมากที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 และเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 เนื่องจากเป็นช่วงที่มีเวลาว่างมาก พอที่จะเดินทางได้ มีจำนวน 52 คน และอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 เนื่องจากว่า เป็นช่วงเวลาที่วันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวันมากที่สุด

2.3) เพื่อศึกษาผลกระทบการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวชาวออก ที่จัดนำเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภูมิภาคที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2

ภูมิภาค ที่นิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยว ในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิภาคอเมริกา	น้อยที่สุด	56	14.00
	น้อย	49	12.30
	ปานกลาง	142	35.50
	มาก	111	27.80
	มากที่สุด	42	10.50
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100</b>
ภูมิภาคยุโรป	น้อยที่สุด	20	5.00
	น้อย	44	11.00
	ปานกลาง	92	23.00
	มาก	148	37.00
	มากที่สุด	96	24.00

<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100</b>
ภูมิภาคอื่นๆ	น้อยที่สุด	16	4.00
	น้อย	66	16.50
	ปานกลาง	122	30.50
	มาก	128	32.00
	มากที่สุด	68	17.00
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเลือกท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปในระดับมาก จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 นักท่องเที่ยวนิยมเลือกท่องเที่ยวในภูมิภาคอเมริกาในระดับปานกลาง จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และนักท่องเที่ยวนิยมเลือกท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ ในระดับมาก จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคที่ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาก สอดคล้องกับระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 7 วัน

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ  
ราคารายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสม

ราคารายการนำเที่ยว ที่มีความเหมาะสม	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 50,000 บาท ไม่เกิน 80,000 บาท	น้อยที่สุด	7	1.75
	น้อย	9	2.25
	ปานกลาง	82	20.50
	มาก	133	33.25
	มากที่สุด	169	42.25
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100</b>



มากกว่า 80,001 บาท ไม่เกิน 100,000 บาท	น้อยที่สุด	28	7.00
	น้อย	62	15.50
	ปานกลาง	141	35.30
	มาก	126	31.50
	มากที่สุด	43	10.80
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100</b>
ตามความเหมาะสมของ รายการนำเที่ยว	น้อยที่สุด	104	26.00
	น้อย	100	25.00
	ปานกลาง	113	28.30
	มาก	52	13.00
	มากที่สุด	31	7.70
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเลือกราคารายการนำเที่ยว ที่มีช่วงราคา มากกว่า 50,000 บาท แต่ไม่เกิน 80,000 บาท ในระดับมากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 นักท่องเที่ยวนิยมเลือกราคารายการนำเที่ยวที่มีช่วงราคามากกว่า 80,000 บาท แต่ไม่เกิน 100,000 บาท ในระดับปานกลาง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 และนักท่องเที่ยวนิยมเลือกราคารายการนำเที่ยวตามความเหมาะสมของรายการนำเที่ยว ในระดับปานกลาง จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวนิยมเลือกราคารายการนำเที่ยว ที่มีช่วงราคามากกว่า 50,000 บาท แต่ไม่เกิน 80,000 บาท มากที่สุด สอดคล้องกับการประกอบอาชีพ และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 7 วัน

ตารางที่ 4.11 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านการวางแผนการท่องเที่ยว

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	(S.D.)	แปลผล
1. โดยปกติท่านวางแผนเดินทางท่องเที่ยวช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในเดือนใด			
- เดือนมีนาคม	3.31	0.84	ปานกลาง
- เดือนเมษายน	4.05	1.00	มาก
- เดือนพฤษภาคม	3.01	1.03	ปานกลาง
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวตามข้อ 1 เป็นระยะเวลานานเท่าใด			
- 7 วัน	4.17	1.18	มาก
- 8-10 วัน	3.55	1.02	ปานกลาง
- 11 วันขึ้นไป	2.43	1.16	น้อย
3. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวตามข้อ 2. คืออะไร			
- เป็นช่วงเวลาที่ภูมิภาคต่างๆ มีอากาศดี	3.83	0.91	ปานกลาง
- เป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวัน	4.40	0.83	มาก
- เป็นช่วงที่มีเวลาว่างมาก พอจะเดินทางได้	3.79	0.99	ปานกลาง
4. ภูมิภาคที่ท่านนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ได้แก่ภูมิภาคใด			
- ภูมิภาคอเมริกา	3.09	1.17	ปานกลาง
- ภูมิภาคยุโรป	3.64	1.11	ปานกลาง
- ภูมิภาคอื่นๆ	3.42	1.07	ปานกลาง
5. ราคารายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสมสำหรับท่านคือราคาเท่าใดต่อ 1 ท่าน			
- 50,000 บาท แต่ไม่เกิน 80,000 บาท	4.12	0.93	มาก
- 80,001 บาท แต่ไม่เกิน 100,000 บาท	3.24	1.06	ปานกลาง
- ตามความเหมาะสมของรายการนำเที่ยว	2.52	1.22	น้อย

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วงเดือนเมษายน อยู่ในระดับมาก มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.46 รองลงมาคือเดือนมีนาคมและเดือนพฤษภาคม ตามลำดับ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว 7 วัน อยู่ในระดับมาก มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.17 รองลงมาคือระหว่าง 8-10 วันและอันดับสุดท้ายคือ 11 วันขึ้นไป เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในช่วงระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เนื่องจากเป็นช่วงที่วันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวัน อยู่ในระดับมาก มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.00 รองลงมาคือ เป็นช่วงที่ภูมิภาคต่างๆ มีอากาศดีและอันดับสุดท้ายเป็นช่วงที่มีเวลาว่างมาก พอจะเดินทางได้ ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ได้แก่ ภูมิภาคยุโรป อยู่ในระดับปานกลาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.64 รองลงมาคือ ภูมิภาคอเมริกาและอันดับสุดท้ายคือภูมิภาคอื่นๆ ราคารายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวต่อ 1 ท่าน ระหว่าง 50,000 บาท แต่ไม่เกิน 80,000 บาท อยู่ในระดับมาก มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.12 ช่วงราคาระหว่าง 80,001-100,000 บาท อยู่ในระดับปานกลาง และตามความเหมาะสมของรายการนำเที่ยวอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.12 ค่าสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรม SPSS (One Sample t-test)

รายการ	t	df	Sig. (2 tailed)
1. โดยปกติท่านวางแผนเดินทางท่องเที่ยวช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในเดือนใด			
- เดือนมีนาคม	79.02	400	0.00
- เดือนเมษายน	83.15	400	0.00
- เดือนพฤษภาคม	58.78	400	0.00
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวตามข้อ 1 เป็นเวลานานเท่าใด			
- 7 วัน	26.24	400	0.00
- 8-10 วัน	60.71	400	0.00
- 11 วันขึ้นไป	40.54	400	0.00

3. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวตามข้อ 2. คืออะไร			
- เป็นช่วงเวลาที่ภูมิภาคต่างๆ มีอากาศดี	81.52	400	0.00
- เป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวัน	90.95	400	0.00
- เป็นช่วงที่มีเวลาว่างมาก พอจะเดินทางได้	59.62	400	0.00
4. ภูมิภาคที่ท่านนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ได้แก่ภูมิภาคใด			
- ภูมิภาคอเมริกา	52.60	400	0.00
- ภูมิภาคยุโรป	65.55	400	0.00
- ภูมิภาคอื่นๆ	63.53	400	0.00
5. ราคารายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสมสำหรับท่านคือราคาเท่าใดต่อ 1 ท่าน			
- 50,000 บาท แต่ไม่เกิน 80,000 บาท	90.16	400	0.00
- 80,001 บาท แต่ไม่เกิน 100,000 บาท	60.93	400	0.00
- ตามความเหมาะสมของรายการนำเที่ยว	41.10	400	0.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ในการทดสอบสมมติฐาน เป็นไปตามเงื่อนไข คือ ค่า sig. ที่โปรแกรมคำนวณได้คือ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 และ  $t > 0$  จริง ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ตั้งไว้ว่า ทดสอบสมมติฐานมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และมีประสิทธิภาพด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยว

การเปลี่ยนแปลง วันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในการวางแผน การท่องเที่ยวหรือไม่	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	3	1.10
	น้อย	6	2.20
	ปานกลาง	56	20.90
	มาก	83	30.90
	มากที่สุด	120	44.90
<b>รวม</b>		<b>268</b>	<b>100</b>
ไม่มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	15	11.40
	น้อย	18	13.60
	ปานกลาง	50	37.90
	มาก	40	30.30
	มากที่สุด	9	6.80
<b>รวม</b>		<b>132</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำนวน 268 คน และอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 44.90 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวให้เหตุผลว่า ช่วงเวลาปิดภาคการศึกษาเดิมมีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวัน ทำให้สามารถวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมทั้งครอบครัวได้สะดวก อีกเหตุผลหนึ่งคือ ช่วงเดือนเมษายนในภูมิภาคยุโรปและอเมริกามีอากาศดีเนื่องจากอยู่ในช่วงฤดูใบไม้ผลิ อากาศกำลังดี ส่วนในประเทศไทยมีอากาศร้อนอบอ้าว และไม่มีผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำนวน 132 คน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 37.90 โดยนักท่องเที่ยวให้เหตุผลว่า ปกติจะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำ ไม่ว่าจะเป็น

ช่วงปิดภาคการศึกษาหรือไม่ แสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาก

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นช่วงใด	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม	น้อยที่สุด	10	4.30
	น้อย	18	7.70
	ปานกลาง	115	48.90
	มาก	62	26.40
	มากที่สุด	30	12.70
<b>รวม</b>		<b>235</b>	<b>100</b>
ระหว่างธันวาคมถึงเดือนมกราคม	น้อยที่สุด	6	3.60
	น้อย	10	6.10
	ปานกลาง	43	26.10
	มาก	58	35.20
	มากที่สุด	48	29.00
<b>รวม</b>		<b>165</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่า หากเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 นักท่องเที่ยวจะเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม จำนวน 235 คน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 48.90 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมมีวันหยุดยาวต่อเนื่องน้อยมาก การจะนำครอบครัวออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศไม่สะดวก อีกเหตุผลหนึ่งคือ อากาศในภูมิภาคยุโรปและอเมริกามีอากาศร้อน แม้ว่าจะไม่ร้อนเหมือนประเทศไทยก็ตาม และเหตุผลสุดท้ายคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกาเองก็จะเดินทางท่องเที่ยว ทำให้เกิดความหนาแน่นในแหล่งท่องเที่ยว แหล่งที่พัก และร้านอาหาร ไม่ได้ได้รับความสะดวกเท่าที่ควรและนักท่องเที่ยวจะเลือกช่วงเวลาในการเดินทางระหว่าง

เดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม จำนวน 165 คน อยู่ในระดับมาก จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 35.20 นักท่องเที่ยวให้เหตุผลว่า การเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนี้ อากาศหนาว แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งก็ปิด แต่สภาพอากาศแตกต่างจากประเทศไทยและมีโอกาสได้สัมผัสกับหิมะ จึงเลือกเดินทางในช่วงนี้ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวจะเลือกช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม มากกว่าช่วงระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการปรับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

การปรับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวให้น้อยลงหรือไม่	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
มีการปรับเปลี่ยน	น้อยที่สุด	5	3.40
	น้อย	6	4.10
	ปานกลาง	38	26.20
	มาก	56	38.60
	มากที่สุด	40	27.70
<b>รวม</b>		<b>145</b>	<b>100</b>
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	น้อยที่สุด	37	14.50
	น้อย	40	15.70
	ปานกลาง	88	34.50
	มาก	69	27.00
	มากที่สุด	21	8.30
<b>รวม</b>		<b>255</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวมีการปรับเปลี่ยนระยะเวลาในการเดินทางให้น้อยลงจำนวน 145 คน และปรับเปลี่ยนในระดับมากจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 โดยให้เหตุผลว่า หากเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ต้องปรับเปลี่ยนระยะเวลาในการท่องเที่ยวให้น้อยลงเพื่อให้สอดคล้องกับวันหยุด และนักท่องเที่ยวไม่มีการปรับเปลี่ยนระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวให้น้อยลง จำนวน 255 คน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50

โดยให้เหตุผลว่า ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในภูมิภาคที่อยู่ห่างไกลต้องใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวพอสมควร หากปรับระยะเวลาการท่องเที่ยวให้น้อยลง จะไม่เป็นการคุ้มค่าในการเดินทางไกลและระยะเวลาในการท่องเที่ยวเพียงไม่กี่วัน แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวจะไม่ปรับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวให้น้อยลงสอดคล้องกับ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เลือกการเดินทางท่องเที่ยว 7 วัน

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว

การเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
มีการเปลี่ยนแปลงภูมิภาค	น้อยที่สุด	19	9.40
	น้อย	20	9.90
	ปานกลาง	55	27.00
	มาก	59	29.10
	มากที่สุด	50	24.60
<b>รวม</b>		<b>203</b>	<b>100</b>
ไม่มีการเปลี่ยนแปลง	น้อยที่สุด	22	11.20
	น้อย	31	15.70
	ปานกลาง	65	33.10
	มาก	67	34.00
	มากที่สุด	12	6.00
<b>รวม</b>		<b>197</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวจะมีการเปลี่ยนแปลงภูมิภาค ในการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 203 คน อยู่ในระดับมาก 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 นักท่องเที่ยวเหตุผลว่า หากต้องเดินทางไปท่องเที่ยวในภูมิภาคที่อยู่ห่างไกล ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาก ทำให้มีเวลาท่องเที่ยวน้อยลง จึงอยากจะเปลี่ยนภูมิภาคที่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางน้อยกว่า และ นักท่องเที่ยวที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 197 คน อยู่ในระดับ



มาก จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้เหตุผลว่า ระยะเวลาท่องเที่ยว 7 วัน รวมการเดินทางมีความเหมาะสมและตรงกับช่วงระยะเวลาที่มีวันหยุด และมีความคุ้มค่าเพียงพอแล้ว แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวจะมีการเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยวใกล้เคียงกันกับไม่มีการเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับการเลือกภูมิภาคของนักท่องเที่ยวซึ่งยังคงไม่มีการเปลี่ยนแปลงในการเลือกภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคใด

การเลือกเดินทางท่องเที่ยว ในภูมิภาคใด	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิภาคเอเชีย	น้อยที่สุด	16	4.00
	น้อย	29	7.30
	ปานกลาง	131	32.80
	มาก	129	32.30
	มากที่สุด	95	23.80
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100</b>
ภูมิภาคอื่น	น้อยที่สุด	29	7.30
	น้อย	36	9.00
	ปานกลาง	140	35.00
	มาก	140	35.00
	มากที่สุด	55	13.80
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และในระดับมาก จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 และนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นที่ไม่ใช่ยุโรป อเมริกา และเอเชีย ในระดับมากและปานกลาง เท่ากันคือ 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเลือกภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยวอื่นนอกเหนือจากภูมิภาคยุโรปและอเมริกาในระดับใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.18 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการวางแผนการท่องเที่ยว

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	(S.D.)	แปลผล
1. ท่านคิดว่า การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยวของท่านหรือไม่			
- มี	4.16	0.91	มาก
- ไม่มี	3.08	1.08	ปานกลาง
2. ท่านคิดว่า ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านเป็นช่วงใด			
- ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม	3.36	0.95	ปานกลาง
- ระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม	3.80	1.04	ปานกลาง
3. ท่านจะปรับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวให้น้อยลงหรือไม่			
- ปรับ	3.83	0.99	ปานกลาง
- ไม่ปรับ	3.00	1.16	ปานกลาง
4. ท่านคิดว่า จะเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่			
- เปลี่ยน	3.50	1.23	ปานกลาง
- ไม่เปลี่ยน	3.08	1.09	ปานกลาง
5. ท่านคิดว่า จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคใด			
- ภูมิภาคเอเชีย	3.65	1.04	ปานกลาง
- ภูมิภาคอื่นๆ นอกเหนือจาก ยุโรปและอเมริกา	3.39	1.06	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยวเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับมาก มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.16 ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว คือช่วงระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.36 และระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.80 นักท่องเที่ยวจะปรับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ อยู่ในระดับปาน

กลาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.83 และไม่ปรับระยะเวลาในการเดินทาง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.00 นักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.50 และไม่เปลี่ยนภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.08 หากนักท่องเที่ยวต้องเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว จะไปท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.65 และภูมิภาคอื่น นอกเหนือจากอเมริกาและยุโรป อยู่ในระดับปานกลาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.39

ตารางที่ 4.19 ค่าสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรม SPSS (One Sample t-test)

รายการ	t	df	Sig. (2 tailed)
1. ท่านคิดว่า การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยวของท่านหรือไม่ เพราะอะไร			
- มี	71.92	400	0.00
- ไม่มี	55.78	400	0.00
2. ท่านคิดว่า ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านเป็นช่วงใด			
- ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม	67.13	400	0.00
- ระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม	71.72	400	0.00
3. ท่านจะปรับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวให้ น้อยลงหรือไม่ เพราะเหตุใด			
- ปรับ	63.90	400	0.00
- ไม่ปรับ	55.75	400	0.00
4. ท่านคิดว่า จะเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด			
- เปลี่ยน	69.77	400	0.00
- ไม่เปลี่ยน	63.76	400	0.00

5. ท่านคิดว่า จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคใด			
- ภูมิภาคเอเชีย	76.23	400	0.00
- ภูมิภาคอื่นๆ นอกเหนือจาก ยุโรปและอเมริกา	50.37	400	0.00

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ในการทดสอบสมมติฐาน เป็นไปตามเงื่อนไข คือ ค่า sig. ที่โปรแกรมคำนวณได้คือ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 และ  $t > 0$  จริง ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ตั้งไว้ว่า หากค่า sig. น้อยกว่า 0.000 ในการทดสอบสมมติฐานถือว่า มีประสิทธิภาพด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากการคำนวณพบว่า มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และมีประสิทธิภาพด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ดังนี้  
 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก  
 (1) ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขาออก

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	60	58.80
ชาย	42	41.20
รวม	102	100

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 และเพศชาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของธุรกิจนำเที่ยวขาออก

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขายออกที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
26-35 ปี	38	37.30
36-40 ปี	18	17.60
41-45 ปี	16	15.70
46-50 ปี	21	20.60
51-55 ปี	7	6.90
56-60 ปี	0	0.00
61 ปีขึ้นไป	2	2.00
<b>รวม</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขายออกมีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 อันดับที่สอง มีช่วงอายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 อันดับที่สาม มีช่วงอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 17.60 อันดับที่ยี่สี่ มีช่วงอายุระหว่าง 41-45 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.70 อันดับที่ยี่ห้า มีช่วงอายุระหว่าง 51-55 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.90 และอันดับสุดท้าย อันดับที่ยี่หก มีช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขายออกที่ตอบ  
แบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	0	0.00
ปวช.	3	2.90
ปวส.	6	5.90
ปริญญาตรี	81	79.40
สูงกว่าปริญญาตรี	12	11.80
<b>รวม</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มากเป็นอันดับที่หนึ่ง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 79.40 อันดับที่สอง มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 อันดับที่สาม ระดับปวส. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.90 และอันดับสุดท้าย ระดับปวช. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90

ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่มีการประกอบธุรกิจตามระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ปี	5	4.90
3-5 ปี	10	9.80
6-8 ปี	13	12.70
9-10 ปี	15	14.70
11 ปีขึ้นไป	59	57.90
<b>รวม</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวขาออก ประกอบธุรกิจยาวนานที่สุด 11 ปีขึ้นไป เป็นอันดับที่หนึ่ง จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.90 อันดับที่สอง ประกอบธุรกิจธุรกิจนำเที่ยวขาออกมาแล้วเป็นเวลา 9-10 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.70 อันดับที่สาม ประกอบธุรกิจนำเที่ยวขาออกมาแล้ว เป็นเวลา 6-8 ปี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.70 อันดับที่ยี่สี่ ประกอบธุรกิจนำเที่ยวขาออกมาแล้ว เป็นเวลา 3-5 ปี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.80 และอันดับสุดท้าย ประกอบธุรกิจนำเที่ยวขาออกมาแล้ว เป็นระยะเวลา 1-2 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.90

ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวขาออก  
ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม)

จำนวนนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
100-150 คน	5	4.90
151-200 คน	6	5.90
201-250 คน	9	8.80
251-300 คน	35	34.30
301-350 คน	18	17.60
351-400 คน	10	9.80
401-500 คน	3	2.90
501 คนขึ้นไป	16	15.70
รวม	102	100

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก นำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยว  
ยังต่างประเทศในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ระหว่าง 251-300 คน มากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง จำนวน 35  
ราย คิดเป็นร้อยละ 34.30 อันดับที่สอง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก นำนักท่องเที่ยวไป  
ท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ระหว่าง 301-350 คน จำนวน 18 ราย คิดเป็น  
ร้อยละ 17.60 อันดับที่สาม ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก นำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวยัง  
ต่างประเทศในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจำนวน 501 คนขึ้นไป มีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.70  
อันดับที่สี่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกนำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วง  
ฤดูกาลท่องเที่ยว ระหว่าง 351-400 คน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.80 อันดับที่ยี่  
ห้า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก นำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงฤดูกาล  
ท่องเที่ยว ระหว่าง 201-250 คน จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.80 อันดับที่ยี่หก ผู้ประกอบการ  
ธุรกิจนำเที่ยวขาออก นำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ระหว่าง  
151-200 คน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.90 อันดับที่ยี่เจ็ด ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก  
นำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ระหว่าง 100-150 คน จำนวน 5  
ราย คิดเป็นร้อยละ 4.90 และอันดับสุดท้าย ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก นำนักท่องเที่ยว  
ไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ระหว่าง 401-500 คน จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อย  
ละ 2.90 แสดงให้เห็นว่า ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกมีจำนวน  
นักท่องเที่ยวระหว่าง 251-300 คน มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกตามวัตถุประสงค์  
ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก เพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ มี  
รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.25 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกในด้านช่วงเวลา

ผลกระทบในด้านช่วงเวลา	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	0	0.00
	น้อย	3	4.11
	ปานกลาง	37	50.68
	มาก	33	45.21
	มากที่สุด	0	0.00
รวม		73	100
ไม่มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	1	3.45
	น้อย	2	6.90
	ปานกลาง	9	31.03
	มาก	13	44.83
	มากที่สุด	4	13.79
รวม		29	100

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านช่วงเวลา จำนวน 73 ราย อันดับที่หนึ่งอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.68 อันดับที่สองอยู่ในระดับมาก จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.21 และอันดับที่สาม อยู่ในระดับน้อย จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.11 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จำนวน 29 ราย อันดับที่หนึ่งอยู่ในระดับมาก 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.83 อันดับที่สองอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.03 อันดับที่สาม อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.79 อันดับที่ยี่ อยู่ในระดับน้อย จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.90 และอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.45 แสดงให้เห็นว่า



ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงการปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในจำนวนมากกว่าไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2

ส่วนเหตุผลที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกตอบมากที่สุดคือ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จากช่วงระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคมเป็นช่วงระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีภาระด้านครอบครัวเดินทางท่องเที่ยวน้อยลง

ตารางที่ 4.26 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว

ผลกระทบในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	0	0.00
	น้อย	6	8.70
	ปานกลาง	30	43.48
	มาก	33	47.82
	มากที่สุด	0	0.00
<b>รวม</b>		<b>69</b>	<b>100</b>
ไม่มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	2	6.07
	น้อย	4	12.12
	ปานกลาง	14	42.42
	มาก	10	30.30
	มากที่สุด	3	9.09
<b>รวม</b>		<b>33</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว จำนวน 69 ราย อันดับที่หนึ่ง อยู่ในระดับมาก จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.82 อันดับที่สอง อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.48 และอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับน้อย จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.70 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ไม่ได้รับผลกระทบในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว มีจำนวน 33 ราย อันดับที่หนึ่ง อยู่ในระดับปานกลาง 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.42 อันดับที่สอง อยู่ในระดับมาก จำนวน 10 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 30.30 อันดับที่สาม อยู่ในระดับน้อย จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.12 อันดับที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.09 และอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.07 แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในด้านระยะเวลาของมากกว่า ไม่ได้รับผลกระทบ

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า จะต้องปรับระยะเวลาของรายการนำเที่ยวให้สั้นลง เพื่อให้มีราคาของรายการนำเที่ยวลดลง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจในการซื้อรายการนำเที่ยวและสอดคล้องกับจำนวนวันหยุดที่น้อยลง

ตารางที่ 4.27 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว

ผลกระทบในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	1	1.43
	น้อย	0	0.00
	ปานกลาง	40	57.14
	มาก	29	41.43
	มากที่สุด	0	0.00
<b>รวม</b>		<b>70</b>	<b>100</b>
ไม่มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	1	3.13
	น้อย	3	9.38
	ปานกลาง	10	31.25
	มาก	12	37.50
	มากที่สุด	6	18.74
<b>รวม</b>		<b>32</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 70 ราย อันดับหนึ่ง อยู่ในระดับปานกลาง 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.14 อันดับที่สอง อยู่ในระดับมาก จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.43 และอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับน้อยที่สุด 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.43 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ไม่ได้รับผลกระทบในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 32 ราย อันดับหนึ่ง อยู่ในระดับมาก จำนวน 12 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 37.50 อันดับที่สอง อยู่ในระดับปานกลาง 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.25 อันดับที่สาม อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.74 อันดับทีสี่ อยู่ในระดับน้อย จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.38 และอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.13 แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าไม่ได้รับผลกระทบ

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จากช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคมเป็นช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการท่องเที่ยวจะมีจำนวนน้อยลง เนื่องจากช่วงระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคมมีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวัน และมีวันหยุดหลายช่วง ส่วนช่วงระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมนั้นแทบจะไม่มีวันหยุดและวันหยุดยาวต่อเนื่องเลย

ตารางที่ 4.28 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกในด้านการเปลี่ยนเส้นทางท่องเที่ยว

ผลกระทบในด้านการเปลี่ยนแปลงเส้นทางท่องเที่ยว	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	0	0.00
	น้อย	2	2.82
	ปานกลาง	30	42.25
	มาก	37	52.11
	มากที่สุด	2	2.82
<b>รวม</b>		<b>71</b>	<b>100</b>
ไม่มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	1	3.23
	น้อย	2	6.45
	ปานกลาง	11	35.48
	มาก	13	41.94
	มากที่สุด	4	12.90
<b>รวม</b>		<b>31</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในการเปลี่ยนแปลงเส้นทางท่องเที่ยว จำนวน 71 ราย อันดับที่หนึ่ง อยู่ในระดับมาก จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.11 อันดับที่สอง อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.25 อันดับที่สาม อยู่ในระดับน้อยและมากที่สุด จำนวน 2 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 2.82 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ไม่ได้รับผลกระทบในการเปลี่ยนแปลงเส้นทางท่องเที่ยว จำนวน 31 ราย อันดับที่หนึ่ง อยู่ในระดับมาก จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.94 อันดับที่สอง อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.48 อันดับที่สาม อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.90 อันดับทีสี่ อยู่ในระดับน้อย จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.45 และอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.23 แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในการเปลี่ยนแปลงเส้นทางท่องเที่ยวมากกว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ไม่ได้รับผลกระทบ

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกส่วนใหญ่ให้เห็นผลว่า จะต้องมีการปรับเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อให้เหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยว และรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวในช่วงระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคมไว้ โดยจัดเส้นทางท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น เพื่อให้เกิดความหลากหลายและตัวเลือกรมากขึ้น ส่วนนักท่องเที่ยวที่ไม่มีปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุดก็ปรับเปลี่ยนรายการให้เหมาะสมในช่วงระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม

ตารางที่ 4.29 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกในด้านรายได้

ผลกระทบในด้านรายได้	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	0	0.00
	น้อย	6	8.45
	ปานกลาง	28	39.44
	มาก	35	49.30
	มากที่สุด	2	2.81
<b>รวม</b>		<b>71</b>	<b>100</b>
ไม่มีผลกระทบ	น้อยที่สุด	1	3.23
	น้อย	4	12.90
	ปานกลาง	11	35.48
	มาก	10	32.26
	มากที่สุด	5	16.13

รวม		31	100
-----	--	----	-----

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในด้านรายได้ จำนวน 71 ราย อันดับที่หนึ่ง อยู่ในระดับมาก จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.30 อันดับที่สอง อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.44 อันดับที่สาม อยู่ในระดับน้อย จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.45 และอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.81 ส่วนผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวขาออกไม่ได้รับผลกระทบในด้านรายได้ จำนวน 31 ราย อันดับที่หนึ่ง อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.48 อันดับที่สองอยู่ในระดับมาก จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.26 อันดับที่สาม อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.13 อันดับที่สุด อยู่ในระดับน้อย จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.90 และอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.23 แสดงว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในด้านรายได้มากกว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวขาออกไม่ได้รับผลกระทบ

ตารางที่ 4.30 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวขาออก เกี่ยวกับการวางแผนการท่องเที่ยว

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	(S.D.)	แปลผล
<b>1. มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านช่วงเวลาหรือไม่</b>			
- มีผลกระทบ	2.59	0.57	น้อย
- ไม่มีผลกระทบ	2.41	0.93	น้อย
<b>2. มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด</b>			
- มีผลกระทบ	2.61	0.64	น้อย
- ไม่มีผลกระทบ	2.76	0.99	น้อย

3. มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวหรือไม่			
- มีผลกระทบ	2.61	0.57	น้อย
- ไม่มีผลกระทบ	2.39	0.98	น้อย
4. มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการเดินทางหรือไม่			
- มีผลกระทบ	2.45	0.60	น้อย
- ไม่มีผลกระทบ	2.45	0.91	น้อย
5. มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านรายได้หรือไม่			
- มีผลกระทบ	2.53	0.69	น้อย
- ไม่มีผลกระทบ	2.54	1.01	น้อย

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวชาวออกมามีความคิดเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในการวางแผนการท่องเที่ยว มีผลกระทบในด้านช่วงเวลา อยู่ในระดับน้อย มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.59 และไม่มีผลกระทบในด้านช่วงเวลา อยู่ในระดับน้อยเช่นกัน มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.41 การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.61 และไม่มีผลกระทบในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อยเช่นกัน มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.76 การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.61 และไม่มีผลกระทบในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อยเช่นกัน มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.39 การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการเดินทาง อยู่ในระดับน้อย มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.45 และไม่มีผลกระทบในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อยเช่นกัน มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.45 39 การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในด้านรายได้ อยู่ในระดับน้อย มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.53 และไม่มีผลกระทบในด้านรายได้ อยู่ในระดับน้อยเช่นกัน มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.54

ตารางที่ 4.31 ค่าสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้โปรแกรม SPSS (One Sample t-test)

รายการ	t	df	Sig. (2 tailed)
<b>1. มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านช่วงเวลาหรือไม่</b>			
- มีผลกระทบ	50.83	102	0.000
- ไม่มีผลกระทบ	20.42	102	0.000
<b>2. มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด</b>			
- มีผลกระทบ	43.56	102	0.000
- ไม่มีผลกระทบ	18.61	102	0.000
<b>3. มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวหรือไม่</b>			
- มีผลกระทบ	49.48	102	0.000
- ไม่มีผลกระทบ	21.36	102	0.000
<b>4. มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการเดินทางหรือไม่</b>			
- มีผลกระทบ	42.10	102	0.000
- ไม่มีผลกระทบ	18.70	102	0.000
<b>5. มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านรายได้หรือไม่</b>			
- มีผลกระทบ	47.45	102	0.000
- ไม่มีผลกระทบ	18.53	102	0.000

จากตารางที่ 4.31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก จำนวน 102 ราย ในการทดสอบสมมติฐาน เป็นไปตามเงื่อนไข คือ ค่า sig. ที่โปรแกรมคำนวณได้คือ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 และ  $t > 0$  จริง ดังนั้นจึงตัดสินใจปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ตั้งไว้ว่า หากค่า sig. น้อยกว่า 0.000 ในการทดสอบสมมติฐานถือว่า มีประสิทธิภาพด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ

95 จากการคำนวณ พบว่าทดสอบสมมติฐาน มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และมีประสิทธิภาพด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 แบบเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจําหน่ายเที่ยวขาออก ที่จําหน่ายนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ
- 2.2 เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จําหน่ายนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ
- 2.3 เพื่อศึกษาผลกระทบการจัดการจําหน่ายเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จําหน่ายนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำบทสัมภาษณ์ และได้ทำการสัมภาษณ์นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) คือ คุณสุภฤกษ์ สุรางกูร กรรมการผู้จัดการบริษัท N.S. Travel & Tour Co., Ltd. โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางไปต่างประเทศที่มีระยะทางไกลและมีระยะเวลาในการเดินทางหลายวันในช่วงใด มากที่สุดของทุกๆปี  
ตอบ คนไทยนิยมเดินทางไกลตั้งแต่เดือน ตุลาคม (เป็นช่วงที่เด็กปิดเทอม) ไปจนถึงเดือน พฤษภาคม โดยจะมากที่สุดคือ ช่วงเดือนตุลาคม ปีใหม่ และสงกรานต์ โดยส่วนมากคนไทยมักจะเกาะติดกับวันหยุดยาว เพราะคนไทยมีวันพักร้อนน้อย เลยทำให้เมื่อมีวันหยุดหลายๆ วันต่อกัน (Long Holiday) คนไทยจะนิยมไปต่างประเทศมากขึ้น
2. จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกเดินทางท่องเที่ยวไปภูมิภาคใดมากที่สุด ในช่วงวันหยุด ปิดภาคการศึกษาที่ 2 และเพราะเหตุใดถึงเป็นเช่นนั้น  
ตอบ คนไทยนิยมเดินทางไปในภูมิภาคเอเชียเป็นอันดับหนึ่งเพราะอยู่ไม่ไกล โดยประเทศที่มีชายแดนติดกันก็จะมี ประเทศเขมร ลาว มาเลเซีย ที่ทำให้เดินทางง่าย ต่อมาการเดินทางทางเครื่องบินจะมีประเทศสิงคโปร์ ฮองกง ซึ่งเป็นจุดหมายดั้งเดิม ซึ่งตอนนี้มีมาเวียคานาม และพม่าเพิ่มเข้าด้วย สำหรับประเทศที่ไกลออกไปหน่อยได้แก่



ประเทศจีน เกาหลี และตั้งแต่กลางปีที่ผ่านมา จะมีประเทศญี่ปุ่นเข้ามาด้วย เพราะยกเลิกวีซ่า เพราะฉะนั้นตั้งแต่เดือนกรกฎาคมปีที่แล้วจนถึงตอนนี้ญี่ปุ่นจะเป็น Destination ที่คนไปมากที่สุด ส่วนระยะทางไกลจะเป็น โซนยุโรป สำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยเที่ยวเอเชียแล้ว ก็จะเปลี่ยนไปเที่ยวยุโรปมากขึ้น

3. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงหยุดยาวประมาณ 2 เดือน และมีวันหยุดยาวต่อเนื่องในช่วงวันสงกรานต์ จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือน มิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม มีผลกระทบต่อสมาชิกในสมาคมของท่านหรือไม่ เพราะเหตุใด
 

ตอบ น่าจะเป็นผลกระทบทางบวก เพราะนักท่องเที่ยวไม่ต้องกระจุกตัวกันแคในช่วงสงกรานต์ ที่ผ่านมาสงกรานต์มีวันหยุดในช่วง Long Weekend และเป็นช่วงปิดภาคเรียน ฉะนั้นผู้ประกอบการและนักเรียนสามารถเดินทางไปพร้อมๆ กันได้ ถ้าเปลี่ยนเป็นมิถุนายนถึงสิงหาคม จะทำให้สามารถกระจายวันช่วงเดินทางได้มากขึ้น เพราะสงกรานต์ยังไกลคนก็เที่ยวอยู่แล้ว ตอนนี้ก็มีเพิ่มในช่วงสิงหาคม ทำให้มีการกระจายวันท่องเที่ยวได้มากขึ้น เพราะปกติมิถุนายนถึงสิงหาคมจะเป็นช่วง Low Season ของเรา อีกเรื่องที่จะมีผลกระทบคือ เมื่อวันหยุดของอาเซียนมันตรงกันหมด เวลาไปเที่ยวต่างประเทศ อาจทำให้ต้องไปแย่งใช้ทรัพยากรและ บริการกันในต่างประเทศ เช่น โรงแรม ห้องอาหาร สถานที่เที่ยว ก็จะกระจุกตัวในช่วงเดียวกัน แต่เดิมพีค (Peak) ของเราในเดือนเมษายน จะไม่ตรงกับอินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ เลยเป็นช่วงโลว์ (Low) ของประเทศจุดหมายปลายทาง เพราะประเทศอื่นยังไม่ได้เข้ามา มีแค่ประเทศไทย ทำให้เราไม่ต้องไปแย่งกับประเทศอื่น
4. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และมีผลกระทบด้านรายได้ต่อสมาชิกในสมาคมของท่านเพียงใด และอย่างไร
 

ตอบ น่าจะดีขึ้นเพราะมีการกระจายวันหยุดออกไป ทำให้มีการจัดทัวร์ได้ถี่มากขึ้น
5. ท่านคิดว่า สมาชิกในสมาคมของท่าน มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยวระยะเวลาแต่ละรายการนำเที่ยว และสถานที่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอบ คงต้องเปลี่ยนโปรแกรมให้สอดคล้องกับฤดูกาลนำเที่ยว เช่น ช่วงมิถุนายนถึงสิงหาคมเป็นช่วงหน้าร้อนของเขา ต้องปรับโปรแกรมเช่นเปลี่ยนจากขายหิมะ เป็นขายดอกไม้แทน (Spring) อาจทำให้ต้องมีการปรับราคาโปรแกรมทัวร์ขึ้นด้วย

#### 6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

กระทรวงท่องเที่ยวฯ น่าจะมีหน่วยงานเพื่อดูแลผลประโยชน์ของคนไทยที่ไปเที่ยวต่างประเทศ เราต้องรณรงค์ให้คนไทยท่องเที่ยวอย่างถูกวิธีคือ หนึ่งท่องเที่ยวอย่างไรให้ปลอดภัย สองท่องเที่ยวอย่างไรให้ได้ความรู้กลับมา ดำเนินชีวิตในประเทศไทยมากกว่าการหาความสุขใส่ตน สาม ทำอย่างไรให้คนไทยไปเที่ยวแล้วมีมารยาททางสากล

บุคคลที่ 2 ที่การสัมภาษณ์ คือ คุณนवलจันทร์ เพียรธรรม ที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) และกรรมการผู้จัดการ บริษัท N.C. Tour and Enterprise Co., Ltd. โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางไปต่างประเทศ ที่มีระยะทางไกลและมีระยะเวลาในการเดินทางหลายวันในช่วงใด มากที่สุดของทุกๆ ปี  
ตอบ นักท่องเที่ยวเดินทางไปไกลต่างประเทศ ในช่วงประมาณเดือนธันวาคม กุมภาพันธ์ มีนาคม และเมษายน มากที่สุดในแต่ละปี
2. จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกเดินทางท่องเที่ยวไปภูมิภาคใดมากที่สุด ในช่วงวันหยุด ปีการศึกษาที่ 2 และเพราะเหตุใดถึงเป็นเช่นนั้น  
ตอบ ปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางไปแถวเอเชีย ได้แก่ เกาหลี ญี่ปุ่น จีน ฮองกง และรองลงมาเป็นกลุ่มในประเทศ AEC เช่น สิงคโปร์ และพม่า สำหรับโซนยุโรปจะมีประเทศฝรั่งเศส, สวิสเซอร์แลนด์ และอิตาลี ที่คนนิยมไปแต่จำนวน นักท่องเที่ยวจะน้อยกว่าโซนเอเชีย เป็นเพราะราคาไม่แพงมากจนเกินไป
3. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงหยุดยาวประมาณ 2 เดือน และมีวันหยุดยาวต่อเนื่องในช่วงวันสงกรานต์ จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม มีผลกระทบต่อสมาชิกในสมาคมของท่านหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอบ ไม่มีค่ะ เพราะถ้า School Holiday ลูกค้ากลุ่มนี้ว่างและเดินทางช่วงนั้น เราก็ต้องปรับตามวันที่ลูกค้าเดินทาง แต่ในขณะที่เดียวกันในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม ก็ยังมีลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่ง เช่น กลุ่มคนทำงานที่ไม่ได้มีลูกมีหลาน เขายังคงเดินทางได้ในช่วงนี้

4. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และมีผลกระทบด้านรายได้ต่อสมาชิกในสมาคมของท่านเพียงใดและอย่างไร

ตอบ ไม่มีและไม่กระทบอีกเช่นเดียวกันค่ะ หรืออาจจะมีเป็นผลกระทบทางบวกค่ะ เพราะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้ทั้งปี

5. ท่านคิดว่า สมาชิกในสมาคมของท่าน มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยวระยะเวลาแต่ละรายการนำเที่ยว และสถานที่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอบ คงต้องปรับเฉพาะวันเดินทางสำหรับ School Holiday แต่ตารางก็คงไม่เปลี่ยนแปลง ยังคงเป็นถ้าสี่วันสามคืน ก็เหมือนเดิม เพราะการเลื่อนไปแค่สามเดือน ฤดูกาลไม่ได้แตกต่างกันมากจนเกินไป เช่น ถ้าเป็นญี่ปุ่น ก็เปลี่ยนจากฤดูใบไม้ผลิ เป็นฤดูร้อน ทำให้ไม่ถึงกับต้องเปลี่ยนแปลงตารางเที่ยว

6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

เห็นด้วยมานานกับการเปลี่ยนวันหยุดภาคเรียนที่ 2 ค่ะ เพราะสงสารเด็กที่ต้องเดินทางและดิ้นรนช่วงฤดูฝน

บุคคลที่ 3 ที่ได้ทำการสัมภาษณ์คือ คุณแอนก ศรีชีวะชาติ ประธานที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและกรรมการผู้จัดการ บริษัท Unithai Travel Co., Ltd. มีรายละเอียดดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางไปต่างประเทศที่มีระยะทางไกล และมีระยะเวลาในการเดินทางหลายวันในช่วงใด มากที่สุดของทุกๆ ปี

ตอบ มี 2 ช่วง คือ ช่วงเดือนเมษา พฤษภาคม และอีกช่วงคือตุลาคม

2. จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกเดินทางท่องเที่ยวไปภูมิภาคใดมากที่สุด ในช่วงวันหยุด ปิดภาคการศึกษาที่ 2 และเพราะเหตุใดถึงเป็นเช่นนั้น

ตอบ ส่วนมากจะไม่ไปไกลจะเที่ยวแถวเอเชียเยอะ ประเทศที่ไปเยอะสุดก็จะเป็น ประเทศ

จีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย เพราะว่าต้นทุนไม่สูงจนเกินไป และอย่างญี่ปุ่นที่มีวัฒนธรรมและอาหารที่ถูกปาก ประเทศจีนที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ค่อนข้างเยอะ

3. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงหยุดยาวประมาณ 2 เดือน และมีวันหยุดยาวต่อเนื่องในช่วงวันสงกรานต์ จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม มีผลกระทบต่อสมาชิกในสมาคมของท่านหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอบ ตอนนี้อยู่ยังไม่ออกว่าจะมีผลมากน้อยแค่ไหน เพราะคนไทยช่วงนั้นคนไทยจะไม่ค่อยชอบเดินทางไปไหน เช่น อย่างประเทศญี่ปุ่น คนไทยก็ไม่ค่อยอยากเดินทางไปเพราะอากาศก็จะเป็นช่วงร้อนเหมือนกัน อาจทำให้คนไทยเลือกที่จะมองหาประเทศอื่นแทนเพราะอากาศ

4. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และมีผลกระทบด้านรายได้ต่อสมาชิกในสมาคมของท่านเพียงใดและอย่างไร

ตอบ น่าจะมีผลอยู่บ้าง เพราะช่วงมีนาคมถึงพฤษภาคม เป็นช่วงที่ต่างประเทศอากาศเย็นสบาย แต่ต่อไปจะเดินทางไปไม่ได้ในช่วงนั้น ก็อาจทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง

5. ท่านคิดว่า สมาชิกในสมาคมของท่าน มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยวระยะเวลาแต่ละรายการนำเที่ยว และสถานที่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอบ ต้องมีการเปลี่ยนแปลงแน่นอน แต่คงต้องดูตามช่วงเวลา เพราะถ้าเปลี่ยนวันหยุดไปเป็นช่วงใหม่ จะเป็นช่วงเดียวกันกับที่คนเที่ยวยุโรปเยอะ อาจทำให้ต้นทุนในการท่องเที่ยวสูงขึ้น แต่สำหรับประเทศทางโซนเอเชียไม่น่าจะมีการเปลี่ยนแปลงมากเหมือนกันยุโรป เพราะอากาศใกล้เคียงกัน

6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ไม่มี เพราะตอนนี้อยู่ยังไม่ออก

บุคคลที่ 4 ที่ได้ทำการสัมภาษณ์คือ คุณสุทธิพงษ์ เผื่อนพิภพ อดีตนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว และกรรมการผู้จัดการ บริษัท Glory Travel Co., Ltd. มีรายละเอียดดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางไปต่างประเทศที่มีระยะทางไกล และมีระยะเวลาในการ

เดินทางหลายวันในช่วงใด มากที่สุดของทุกๆ ปี

ตอบ การท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย จะแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา ซึ่งเป็นการเดินทางระยะทางไกลเหมือนกัน แบบ 4-5 วัน และแบบ 7-10 วัน ถ้า 4-6 วัน จะอยู่แถวเอเชียเป็นส่วนใหญ่ แล้วก็ 6-10 วัน จะอยู่แถวยุโรปและอื่นๆ ช่วงเวลาที่คนจะเดินทางมากที่สุด ส่วนใหญ่แล้วปัจจุบันนี้แล้วก็รวมทั้งปีนี้ด้วยก็อยู่ในช่วงปลายเดือนมีนาคมถึงต้นเดือนมิถุนายน

2. จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกเดินทางท่องเที่ยวไปภูมิภาคใดมากที่สุด ในช่วงวันหยุด ปิดภาคการศึกษาที่ 2 และเพราะเหตุใดถึงเป็นเช่นนั้น

ตอบ ปีที่ผ่านมา ปีนี้ เศรษฐกิจอาจจะยังไม่ค่อยดี เพราะมีเรื่องของการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ว่าดูจากตัวเลขของคนไทยที่ไปต่างประเทศปีนี้ จะมาทางด้านเอเชียก่อนข้างเยอะ แล้วก็ส่วนใหญ่ปีนี้ ตัวเลขน่าจะพุ่งสูงสุดอยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น รองลงมาก็น่าจะเป็นเกาหลี รองมาก็น่าจะเป็นประเทศจีน ซึ่งจีนรวมทั้งฮ่องกงและไต้หวันด้วย และรองมาก็น่าจะเป็นอาเซียน

3. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงหยุดยาว ประมาณ 2 เดือน และมีวันหยุดยาวต่อเนื่องในช่วงวันสงกรานต์ จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม มีผลกระทบต่อสมาชิกในสมาคมของท่านหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอบ ก็มีผลกระทบอย่างแน่นอนกับพฤติกรรมที่มันขัดแย้งกับวัฒนธรรมบ้านเรา และก็วันหยุดที่มีมายาวนาน ตั้งแต่เดือนมีนาคม พฤษภาคม มันจะมีช่วงเทศกาลวันหยุดในบ้านเรา ซึ่งคนจะมีการเคลื่อนย้ายออกไปในชนบทกันเยอะ มีวันหยุดใหญ่ช่วงสงกรานต์ และยังวันหยุดของประเทศอีกหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็น เริ่มต้นวันสงกรานต์ วันแรงงาน วันฉัตรมงคล วันต่างๆ อีกมากมาย และก็มันเป็นที่โรงเรียนต่างๆ จะปิดด้วยแล้ว รับกับสังคมวัฒนธรรมไทยที่จะต้องหยุดอยู่แล้ว ทีนี้เปลี่ยนมาเป็นเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมมีผลแน่นอนกับสมาชิก คิดว่า การเปลี่ยนแปลงที่จะเริ่มขึ้น ไม่แน่ว่า 2558 นี้หรือเปล่า ผมคิดว่า ยอดและรายได้หรือสิ่งที่สมาชิกจะได้รับน่าจะน้อยลง ผมคิดว่าน่าจะตกลงไปประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์

4. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และมีผลกระทบด้านรายได้ต่อสมาชิกในสมาคมของท่านเพียงใดและอย่างไร

ตอบ คิดว่ามี เพราะว่าในปริมาณนักท่องเที่ยวและก็รายได้ที่ผู้ประกอบการทำมาอย่าง

ต่อเนื่องเป็นสิบๆ ปี ตั้งแต่เดือนมีนาคม เมษายน พฤษภาคม มันเป็นรายได้ที่สำคัญที่สุดของผู้ประกอบการในแต่ละปี และเมื่อเลื่อนวันหยุดมาเป็นมิถุนายนถึงสิงหาคมนี้ ซึ่งก็ต้องบอกตรงๆ ในช่วงเดือนมิถุนายน กรกฎาคม สิงหาคม เราแทบไม่มีวันหยุดเลย เราแทบจะไม่มี การเคลื่อนย้ายออกไปในเรื่องของการท่องเที่ยวเลย คือ มีน้อยมากที่จะต้องเชื่อว่า นอกจากปริมาณคนที่จะออกไปยังต่างประเทศนี้คงจะลดลง ผมว่า อาจจะเหลือครึ่งๆ รายได้ที่เราควรได้รับและเป็นรายได้หลักของผู้ประกอบการในแต่ละปีนี้ก็น่าจะหายไป คิดอย่างเบาๆ ก็น่าจะ 30-40 เปอร์เซ็นต์ที่หายไปแน่นอน สำหรับปีแรกต้องเน้นว่า สำหรับปีแรก และเมื่อปีต่อไปมีการปรับตัว มีการจัดระบบให้มันสอดคล้องแล้วนี้ ก็น่าจะดีขึ้น แต่เวลาเดียวกันนี้ พอเราไปตั้งระบบแบบนี้ ไปตามระบบสากลหรือใน AEC นี้ เราก็ต้องไปแข่ง ตลาดการท่องเที่ยวในต่างประเทศ เพราะว่าทุกประเทศจะหยุดเหมือนกัน ในประเทศอาเซียน ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนบ้านเราก็จะเดินทางพร้อมๆ กัน เพราะฉะนั้นไม่ว่า จะเป็นเรื่องการใช้จ่ายการบิน โรงแรม ที่พักในต่างประเทศ อาจมีการแข่งขันกัน ต้นทุนราคาต่างๆ ก็สูงขึ้น ในขณะที่เราจะมีคนน้อยลง เพราะว่า เราเพิ่งจะเปลี่ยนระบบ ในขณะที่ประเทศอื่นนี้ เขาใช้ระบบนี้มาอาจจะหลายปีแล้ว วันหยุดเขาคือมิถุนายน กรกฎาคม สิงหาคม ซึ่งไม่เคยตรงกับเรา ของเรามีมีนาคม เมษายน พฤษภาคม เพราะฉะนั้นปีแรกนี้ ผมว่า ตลาดนักท่องเที่ยวไทยโดยเฉพาะ Outbound นี้ จะต้องปรับตัวกันขนานใหญ่

5. ท่านคิดว่า สมาชิกในสมาคมของท่าน มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยว ระยะเวลาแต่ละรายการนำเที่ยว และสถานที่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอบ คงต้องเปลี่ยนแน่นอน เพราะเนื่องจากว่า ในเดือนมิถุนายน กรกฎาคม สิงหาคม เราไม่มีวันหยุดยาว ซึ่งแตกต่างจากในปัจจุบันนี้ในช่วงเดือนเมษายน เรามีวันหยุดหลายช่วง ตั้งแต่ต้นเดือนถึงกลางเดือนและเดือนพฤษภาคม ก็ยังมีวันหยุดต้นเดือนถึงกลางเดือน ซึ่งพอมาเป็นมิถุนายนถึงกรกฎาคมถึงสิงหาคม วันหยุดก็จะน้อยมาก ช่วงที่ Long Weekend ก็จะต้องมีการปรับแผนในเรื่องของสินค้า วันก็จะต้องสั้นลง และเรายังต้องแข่งขันตลาดท่องเที่ยวกับต่างประเทศด้วย เพราะทุกประเทศที่คนไทยชอบไปในเอเชียหรือในแถบบ้านเราเขาก็ไปหมด ไม่ว่าจะเป็นตลาดญี่ปุ่น ตลาดจีน ตลาดเกาหลี เพราะฉะนั้นก็จะเกิดต้นทุน

ที่มีต้นทุนที่สูงขึ้น ในขณะที่เราจะมีจำนวนผู้เดินทางมีปริมาณที่น้อยลง เพราะฉะนั้น ตรงนี้ ผู้ประกอบการจะต้องเร่งปรับกันอย่างมาก โดยพยายามจะรักษาให้คนให้ได้เท่าเดิม ซึ่งก็ไม่น่าจะเป็นไปได้ ซึ่งผมคิดว่า มันจะต้องตกไปแน่นอน 30-40 เปอร์เซ็นต์ ผมไม่สามารถจะ Carry ให้คนเท่ากับที่ผ่านมา เพราะว่า ในแต่ละปี จะมีคนไทยไปต่างประเทศประมาณ 4,800,000 คน ที่ไปเที่ยว ถ้าวรวมอื่นๆ ด้วย ก็อาจรวมถึง 6,000,000 คน ปีหน้าถ้าเราใช้นโยบายแบบนี้ วันหยุดของโรงเรียนเป็นแบบนี้ มหาวิทยาลัยเป็นแบบนี้ เพราะฉะนั้น ผมคิดว่า ยอดปีหน้าจะหายไปเห็นๆ แน่นๆ ไม่ต่ำกว่า 25-35 เปอร์เซ็นต์ ที่จะหายไปแน่นอน

6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตอบ ไม่มี

บุคคลที่ 5 ที่ได้ทำการสัมภาษณ์คือ คุณจาง อินทรต อธิบดีอุปนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและกรรมการผู้จัดการ บริษัท Sawasdee Holidays Co., Ltd. มีรายละเอียดดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางไปต่างประเทศที่มีระยะทางไกล และมีระยะเวลาในการเดินทางหลายวันในช่วงใด มากที่สุดของทุกๆ ปี  
ตอบ ก็จะเป็นช่วงเทศกาลสงกรานต์ ในช่วงเดือนเมษายนของทุกๆ ปี เนื่องจากว่า เป็นวันหยุดทั้งของนักเรียนที่ปิดเทอม นักศึกษาหยุดเทอม และก็คนที่ทำงานได้วันหยุดตามเทศกาล ก็สามารถเดินทางที่จะไปได้ไกล เพราะว่า อาจจะเป็นวันหยุดติดต่อกัน ปกติแล้ว สงกรานต์จะหยุดวันที่ 13 14 15 รวม 3 วัน แต่ถ้าหากว่า 13 14 15 จะเป็นวันพุธ พฤหัส ศุกร์ 16 17 ก็จะเป็นเสาร์ อาทิตย์ อย่างนี้ก็ได้แล้ว 5 วัน บางคนก็อาจจะหยุดสักวันสองวัน หรือลาต่อสักวันสองวัน ก็สามารถไปได้ 6 วัน 7 วัน ก็สามารถไปยุโรปได้
2. จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวไทย เลือกเดินทางท่องเที่ยวไปภูมิภาคใดมากที่สุด ในช่วงวันหยุด ปิดภาคการศึกษาที่ 2 และเพราะเหตุใดถึงเป็นเช่นนั้น  
ตอบ ภาคการศึกษาที่ 2 มันหยุดตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม อันนี้เป็นเรื่องใหม่ คือ ยังไม่ได้มีการศึกษาหรือว่าสังเกตการณ์อย่างแท้จริง แต่ว่า อันนี้เป็นการคาดหมายไว้ว่า ช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม ปกติบ้านเราฝนก็ตก แล้วก็มันไม่มีวันหยุดยาวๆ เหมือนช่วงเดือนเมษายนที่มีสงกรานต์อย่างที่ได้ถามในข้อแรก เพราะฉะนั้นคนที่ได้หยุดก็เป็นพวกนักเรียน นักศึกษา แต่ว่าผู้ปกครองไม่ได้หยุด เพราะมันไม่มีช่วงสงกรานต์

เพราะฉะนั้นคิดว่า ถ้าเราดูจากนี้แล้ว มันน่าจะเป็นไปได้ว่า จะไม่มีการเดินทางไกลๆ ในช่วงนี้ ถึงแม้ว่า เดือนเมษายนมันจะไม่ใช่ปิดเทอมเหมือนเมื่อก่อน แต่คาดว่า คนจะยังนิยมเดินทางในช่วงสงกรานต์อยู่ เพราะว่า มันเป็นวันหยุดของผู้ปกครอง ที่นี้นักเรียนนักศึกษา แม้ว่า สงกรานต์ไม่ได้อยู่ในช่วงปิดเทอมใหญ่ แต่มันก็ยังเป็นวันหยุดอยู่ดี เพราะว่า วันหยุดแห่งชาติ ยังไงคุณก็ต้องหยุด แม้ว่า มหาวิทยาลัยไม่หยุด แต่ราชการสั่งให้หยุด ฉะนั้นคิดว่า ภาคการศึกษาที่ 2 อาจจะไม่ไปทางที่มันไกลๆ คิดว่า เขาอาจจะเลือกเดินทางไปภูมิภาคที่มันที่ใช้วันหยุดไม่มาก อย่างเช่น ญี่ปุ่น เกาหลี หรือไม่ก็ฮ่องกง สิงคโปร์ จีน ที่อาจใช้เวลาเดินทางแค่ 4 หรือ 5 วัน โดยวิธีว่า เอาไปบวกกับเสาร์ อาทิตย์ เพราะว่า ผู้ปกครองไม่ได้หยุด มันไม่เหมือนช่วงสงกรานต์ มันหยุดเฉพาะเด็ก ดังนั้น ผู้ปกครองจะต้องทำงานเป็นหลายๆ วันก็คงไม่ไหว ฉะนั้นคิดว่า ช่วงปิดเทอมของภาคการศึกษาที่ 2 ช่วงเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคม ไม่น่าจะเดินทางไปเที่ยวไกล น่าจะเดินทางไปใกล้ๆ

3. ท่านคิดว่า การเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงหยุดยาวประมาณ 2 เดือน และมีวันหยุดยาวต่อเนื่องในช่วงวันสงกรานต์ จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม มีผลกระทบต่อสมาชิกในสมาคมของท่านหรือไม่ เพราะเหตุใด
- ตอบ ในทางเป็นจริงคือ ปัจจุบันนี้ Tour Outbound เมื่อก่อนมี 2 อันก็คือ Collective คือขายของตัวเอง โฆษณาไปและก็ Connect ไปเรื่อยๆ เก็บสะสมไปเรื่อยๆ ภาษาไทยเรารเรียกว่าทัวร์หน้าร้าน ภาษาอังกฤษเรียกว่า Collective คือโฆษณาไป ก็มีคนมาซื้อ รวบรวมไป 2 คน 3 คน รวมได้ 10 คน 20 คน 30 คน ก็เดินทางไป อันนี้เรียกทัวร์หน้าร้าน กับ Incentive ก็คือมาเป็นกลุ่ม เป็นหน่วยราชการ หรือบริษัท ห้างร้าน Corporate อะไรต่างๆ เขาจัดกลุ่มเอาไว้แล้วก็ให้เราจัดไป โดยไม่เกี่ยวกับที่เรากำหนดโปรแกรมไว้เป็น Series อันนี้เป็น Incentive แต่ปัจจุบันนี้มันมีเพิ่มขึ้นมาเรียก Wholesale ก็คือสมมติว่า มีบริษัทหนึ่ง บริษัท เอ แต่แทนที่จะตั้งชื่อว่า บริษัท เอ ตามที่จดทะเบียน เขาอาจจะตั้งเป็นกลุ่ม กลุ่ม Japan for Love อะไรก็แล้วแต่ ซึ่งจะขายโปรแกรมทัวร์ญี่ปุ่น เป็น Wholesale เขาก็จะไปจองตั๋วเครื่องบินหรือไม่ก็เหมาเครื่องบิน อะไรก็แล้วแต่ เสร็จแล้วก็เอามาทำโปรแกรมขายญี่ปุ่น 5 วัน ญี่ปุ่น 6 วัน อะไรก็แล้วแต่ และก็ขายตั้งราคาขาย 39,000 หรือ 45,000 บาท อะไรก็แล้วแต่ ที่นี้ตัว



เขานี้ ตัวบริษัท เอ นี้หรือว่า Japan for love นี้ เขาจะไม่เป็นคนขาย เขาจะให้สมาชิกขาย สมาชิกพวกนี้ บางคนขายได้หนึ่งคน ก็ส่งให้ Japan for love และก็บางคนขายได้ 3 คนก็ส่งไป ที่นี้ตัวที่เป็น Wholesale หรือบริษัท เอ นี้ ก็รวบรวมมาเสร็จ แล้วก็คนที่ขายมาบริษัท เอ ก็จะจ่ายค่าคอมมิชชั่น อาจจะจ่ายหัวละ 2,000-3,000 บาท อะไรก็แล้วแต่ อันนี้เรียก Wholesale โดยที่คนที่ เป็น Wholesale จะไม่เป็นคนที่ขายเอง เพราะว่า เมื่อไหร่ที่ขายเอง คนก็จะไม่ส่งให้ ดังนั้น สมาคมจึงไม่ได้รับผลกระทบมากต่อสมาชิกของสมาคม

4. ท่านคิดว่า การเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และมีผลกระทบด้านรายได้ต่อสมาชิกในสมาคมของท่านเพียงใดและอย่างไร

ตอบ อันนี้ ที่ผ่านมาก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลงวันหยุด มันมีผลที่ไม่มีใครวิจัย แต่ว่ามันสามารถตรวจสอบได้ง่าย คือว่า คือพวกไฮเซลนี้ เขาขายในช่วงที่ยังไม่ใช้วันหยุด พอมันไม่ใช้วันหยุดราคาพวกซัพพลายเออร์ต่างๆ นี้ มันก็จะถูกกว่า เช่น โรงแรม ตัวเครื่องบิน อะไรต่างๆ นี้ ที่มันใหญ่ๆ ก็คือ ค่าแรงกับค่าเครื่องบิน แรงก็คือ ค่าใช้จ่ายในต่างประเทศ ค่าภาคพื้นดิน ค่าโรงแรม ค่ารถ ค่ารถ ค่าอาหาร ค่าไกด์ ค่าผ่านประตูอะไรต่างๆ รวมหมด และก็ค่าบริหารจัดการนี้ เรียกว่าค่าแรง ที่นี้ก็มีค่าแรง Arrangement มันก็จะแรงที่เรียกว่า Land Operator ก็คือ บริษัททัวร์ที่อยู่ฝั่ง โฉนดเป็นคนจัดการ คอย Operate ทั้งหลายนี้ เขาจะให้ราคาแรงนี้ ในช่วงที่มันไม่ใช้วันหยุด 2 เดือนนี้ จะถูกกว่า สมมติว่าไปญี่ปุ่น 5 วัน 3 คืน ถ้าเป็นช่วงเดือนเมษายน สงกรานต์นี้ ค่าแรงอาจขึ้นไปถึง 80,000-90,000 เยน แต่ถ้าหากเป็นช่วงนอกเทศกาล อาจจะลงมาเหลือ 40,000-50,000 เยน ดังนั้นค่าแรงจะต่างกันมาก เพราะฉะนั้น ตัวที่ขาย ราคาขายที่อยู่นอกเทศกาลนอกวันหยุดนี้ มันก็จะต่าง สมมติราคาขายทัวร์ญี่ปุ่น ถ้าหากเป็นช่วงที่เป็นหยุดเดือนเมษายนแบบเมื่อก่อน เรายังไม่พูดถึงที่เขาเปลี่ยนวันหยุดนะ สมมติว่าทัวร์ญี่ปุ่นไป 56,000 บาท แต่ถ้าหากว่าไปเดือนมีนาคม อาจจะเหลือแค่ 48,000-49,000 บาท ต่างกัน 6,000-7,000 บาท อันนี้มันจะมีผลที่ว่าที่ถามว่า ถ้าหากมันเปลี่ยนวันหยุดแล้วมันจะกระทบกับจำนวนนักท่องเที่ยว หรือรายได้ของสมาชิกในสมาคมไหม ซึ่งถ้าดูตามนี้ไม่กระทบ เนื่องจากว่า คนมันไปชื้อนออกนอกประเทศ ชื้อนออกนอกวันหยุด ชื้อเพราะราคามันจูงใจ ซึ่งมันเป็นมาหลายปีและ 3-4 ปีมา และฉะนั้นจึงคิดว่าไม่น่าจะมีผลกระทบทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของสมาชิก

5. ท่านคิดว่า สมาชิกในสมาคมของท่าน มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยว ระยะเวลาแต่ละรายการนำเที่ยว และสถานที่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นระหว่างเดือนมิถุนายนถึง

เดือนสิงหาคมหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอบ อาจจะต้องการปรับเปลี่ยนบ้าง หนึ่งในก็คือว่า อย่างที่กล่าวมาแล้วในข้อที่ผ่านมาว่า มันเป็นวันหยุดก็จริง แต่มันเป็นวันหยุดของนักเรียน นักศึกษา ไม่ใช่วันหยุดของผู้ปกครอง และมันไม่เหมือนกับวันหยุดเทศกาลซึ่งมันเป็นวันหยุด ที่นี้ถ้าหากว่า เป็นคนที่ เราต้องแบ่งนักท่องเที่ยวนอกเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ กลุ่มที่รับราชการกับกลุ่มที่ทำงานบริษัทหรือกลุ่มลูกจ้างถ้าพูดง่ายๆ กับอีกกลุ่มหนึ่งคือกลุ่มที่เป็นเจ้าของกิจการ คือกลุ่มที่เขาเป็นลูกจ้างราชการ หรือว่าที่ทำงานบริษัทเอกชน เขามีวันหยุด คือยังงั้นเขาก็ลาหยุดได้ ที่นี้พอถูกหยุดก็อยากจะพาลูกไปเที่ยว พ่อแม่ก็สามารถไปลาหยุดได้ วางแผนล่วงหน้าได้ ที่นี้กลุ่มนี้จะไม่กระทบ เพราะเขาสามารถที่จะไปเที่ยวยุโรป ไปเที่ยวหลายๆ ที่ ใช้เวลา 8 วัน 10 วันได้ โดยใช้วันลา แต่มันจะมีผลกับกลุ่มที่เป็นเจ้าของกิจการ เพราะว่า เขาไม่มาทำงานก็ได้ไม่ต้องลาใครก็จริง แต่มันจะต้องมีคนดูแลบริษัท บางทีถ้าเป็นกิจการที่ใหญ่มากๆ คงไม่มีปัญหา แต่ถ้ามันเป็นกิจการในครอบครัว ทุกคนมีหน้าที่ต้องทำหมดก็หยุดไม่ได้ เพราะถ้าหยุดมันก็กระทบอย่างนี้ เพราะฉะนั้นอันนี้ เราคงจะต้องแบ่งเป็นสองส่วนว่า เราจะต้องมีทัวร์ระยะสั้นด้วย เพื่อที่จะมาเสริมพลคนกลุ่มที่ 2 นี้ ที่เขาไปนานไม่ได้นี้ เขาอาจจะไปได้แค่ 4-5 วัน ซึ่งต้องอาศัยวันหยุดที่ติดกับวันเสาร์ อาทิตย์ ซึ่งเสาร์ อาทิตย์ ก็ 2 วันแล้ว อาจจะยอมหยุดไปสักอีก 2 วัน หรือยอมหยุดไปสักอีก 3 วัน หรือว่ามีวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดชดเชยอีกอีกวันเป็น 3 วัน และก็หยุดเพิ่มอีก 2 วัน หรือ 1 วัน ที่นี้เราต้องปรับโปรแกรมมาเสริมพลคนพวกนี้ คนกลุ่มแรกไม่มีปัญหา เพราะฉะนั้นคิดว่า มันก็ต้องมีการปรับบ้าง ไม่มากก็น้อย และอีกอย่างหนึ่งก็คือเรื่องฤดูกาล เพราะว่า อย่าลืมว่า โลกเรามี 2 ซีก มีซีกโลกเหนือกับซีกโลกใต้ เวลามันตรงข้ามกัน ถ้าหากซีกโลกเหนือเป็นหน้าร้อน ซีกโลกใต้ก็เป็นหน้าหนาว สมมติว่าถ้าวันหยุดมิถุนาคม กรกฎาคม สิงหาคมนี้ มันจะเป็นหน้าร้อนของอเมริกาหรือของยุโรป แต่มันเป็นหน้าหนาวของนิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย และก็พวกอเมริกาใต้ อาร์เจนตินาอะไรพวกนี้ เพราะฉะนั้นบางทีอาจจะต้อง ทัวร์ที่อยู่ทางซีกโลกใต้จะต้องน้อยลงในช่วงนี้ เพราะมันไปแล้วมันเที่ยวยาก มิถุนายน กรกฎาคม นิวซีแลนด์หิมะตก ไปอาร์เจนตินายังหนาวใหญ่ เพราะฉะนั้นทัวร์พวกนี้อาจจะไม่เหมาะสมวันหยุดของปีการศึกษาที่ 2 อาจจะต้องไปทางซีกโลกเหนือแทนพวกยุโรป อเมริกา แต่พวกบ้านเราใกล้ Equator ไม่มีผลในเรื่องของฤดูกาล แต่ถ้าพวกที่มันอยู่เหนือมากๆ ได้มากๆ มันจะตรงกันข้าม คือแทนที่จะไปเจอหน้าร้อน ไล่กางเกงขาสั้น เสื้อยืดไม่ได้ก็ต้องเป็นหน้าหนาว ซึ่งบางคนเขาไม่ชอบ ชอบไปเที่ยวตามฤดูกาล ซึ่งหน้าหนาวก็ไม่ค่อยมีถ่ายรูปก็ไม่สวย

6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตอบ ไม่มี

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการสัมภาษณ์บุคคลากรทั้ง 5 ท่าน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อคือ

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษา
- ที่ 2 แบบเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจ้ดนำเที่ยวขาออก ที่จ้दनักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จ้दनักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาผลกระทบการจ้ดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่จ้दनักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ มีรายละเอียดดังนี้

คำตอบจากการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1 มีความคิดเห็นว่ไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 และแนวทางที่ 2 มีความคิดเห็นว่ มีผลกระทบ

แนวทางที่ 1 ผู้ที่มีความคิดเห็นว่ ไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออก ให้เหตุผลว่ การเลื่อนวันปิดภาคการศึกษาออกไปเป็นช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม นักท่องเที่ยวก็เลื่อนการเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศตามวันปิดภาคการศึกษาใหม่ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาเดิม ก็เป็นนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และไม่มีบุคลากรที่ต้องเป็นห่วงในการนำไปท่องเที่ยวด้วย และมองว่ การเลื่อนวันปิดภาคการศึกษาจะมีผลกระทบทางบวก เนื่องจากว่ นักท่องเที่ยวที่ออกเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศจะม่กระจุกตัวอยู่ในช่วงใด ช่วงหนึ่ง แต่กระจายตัวออกไป ฤดูกาลท่องเที่ยวก็ม่แตกต่างกันมาก แต่จะมีปัญหาความหนาแน่นในการท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปเนื่องจากว่ เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของชาวยุโรปเอง และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนก็เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเหล่านั้นในช่วงเวลาเดียวกัน อาจจะทำให้เกิดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป และนักท่องเที่ยวชาวไทยบางท่านอาจเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการท่องเที่ยว และลดระยะเวลาในการท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาเดิมลง ดังนั้น จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกน้อยมากทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้และการปรับเปลี่ยนรายการท่องเที่ยวไปสู่ภูมิภาคอื่น

สำหรับแนวทางที่ 2 มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออก ให้เหตุผลว่ การเลื่อนวันปิดภาคการศึกษาออกไปเป็นช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม นักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม จะได้รับผลกระทบ เนื่องจากว่ ฤดูกาลในภูมิภาคยุโรปและอเมริกา ที่เดิมเคยเป็นช่วงที่อากาศกำลังดี คือ ช่วงฤดูใบไม้ผลิ กลายเป็นต้องไปท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน ที่มีอุณหภูมิสูง และบางปีอากาศก็ร้อนมาก ทั้งยังไม่สามารถนำสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนเดินทางไปได้ และต้องพบกับฤดูกาลท่องเที่ยวของชาวยุโรปเองในช่วงฤดูร้อนและนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียน ก็จะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วง

เดียวกัน ทำให้เกิดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวสูงขึ้น ดังนั้น จึงส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเดินทางไปต่างประเทศ  
ลดลง ธุรกิจนำเที่ยวขาออกก็จะมีรายได้ลดลง และต้องมีการปรับเปลี่ยนรายการตามความต้องการ  
ของนักท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยการศึกษาผลกระทบธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก กรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันเปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558 ได้ทำการศึกษา 2 วิธีด้วยกัน กล่าวคือ การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศแบบสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญจำนวน 400 ราย และสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกอีกจำนวน 102 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำบทสัมภาษณ์ และได้ทำการสัมภาษณ์นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) ประธานที่ปรึกษาสมาคม ที่ปรึกษาสมาคม อดีตนายกสมาคมและอดีตอุปนายกสมาคม รวม 5 ราย

#### สรุปผลการวิจัย

1. วัตถุประสงค์หลักในการวิจัย 3 ประการ ดังนี้

- (1) เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวไทย จากการเปลี่ยนแปลงวันเปิดภาคการศึกษาที่ 2 แบบเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออกที่จัดนำนักท่องเที่ยวไทยไปยังต่างประเทศ
- (2) เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวไทยไปยังต่างประเทศ
- (3) เพื่อศึกษาผลกระทบการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำนักท่องเที่ยวไทยไปยังต่างประเทศ

#### 2. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินการวิจัย 2 วิธี คือ การวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ จำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก จำนวน 102 คน ใช้แบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง 5 ราย ได้แก่ นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) ประธานที่ปรึกษาสมาคม ที่ปรึกษาสมาคม อดีตนายกสมาคมและอดีตอุปนายกสมาคม

### 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 สรุปผลการวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว

##### 3.1.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวนทั้งหมด 400 คน มีรายละเอียดดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.80 และเป็นเพศหญิง จำนวน 253 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.20 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 30 – 35 ปีมากที่สุด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.80 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกจ้างเอกชนมากที่สุด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 40,000-50,000 บาท มากที่สุด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50

##### 3.1.2) สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

จากการศึกษาสามารถสรุปผลได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศในเดือนเมษายน จำนวน 400 ราย จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย และต้องการเดินทางในเดือนเมษายน ในระดับมากที่สุด จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 และระดับมาก จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 นักท่องเที่ยวชาวไทยจะใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศ 7 วัน จำนวน 235 ราย จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย ในระดับมากที่สุด 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.50 และในระดับมาก จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศ คือ เป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวหลายวัน จำนวน 245 ราย จากจำนวน 400 ราย อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.80 และในระดับมาก 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.70 ส่วนภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมากที่สุด คือ ภูมิภาคยุโรป ในระดับมากที่สุด 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.00 และในระดับมาก จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.00 สำหรับช่วงระดับราคาที่เหมาะสม มากกว่า 50,000 บาท แต่ไม่เกิน 80,000 บาท ในระดับมากที่สุด 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.30 และในระดับมาก จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.50 หากมีการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จะมีผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.90 และในระดับมาก จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.90 นักท่องเที่ยวจะไม่ปรับเปลี่ยนระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 255 คน จาก 400 คน และจะไม่ปรับเปลี่ยนในระดับปานกลาง จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 นักท่องเที่ยวจะมีการเปลี่ยนแปลงภูมิภาคการท่องเที่ยว จำนวน 203 คน จากจำนวน 400 คน และอยู่ในระดับมาก 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.10 และในระดับมากที่สุด จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.60 นักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนภูมิภาคการเดินทางจากภูมิภาค

ยุโรปและอเมริกาเป็นภูมิภาคอื่น ที่ไม่ใช่เอเชีย อยู่ในระดับมากและปานกลางเท่ากัน จำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.00 เท่ากัน

แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างต้องการท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายนมีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก ต้องการเดินทางไปต่างประเทศไม่เกิน 7 วัน มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับมาก ต้องการเดินทางเป็นเวลา 7 วัน เนื่องจากเป็นช่วงวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวัน มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก ภูมิภาคที่นิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ภูมิภาคอเมริกา ภูมิภาคยุโรปและภูมิภาคอื่นๆ มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.09, 3.64 และ 3.42 ตามลำดับ อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับราคารายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสมต่อ 1 ท่าน อยู่ในช่วงราคา ระหว่าง 50,000 บาท – 80,000 บาท มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับมาก การเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยว มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก ช่วงเวลาที่เหมาะสมหากเปลี่ยนวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง ระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับปานกลาง การปรับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวจะปรับระยะเวลา มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับปานกลาง และไม่ปรับระยะเวลา มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน นักท่องเที่ยวจะปรับเปลี่ยนภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง และไม่ปรับเปลี่ยนภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.08 อยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางในภูมิภาคเอเชีย มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.65 อยู่ในระดับปานกลาง และภูมิภาคอื่นๆ นอกเหนือจากภูมิภาคยุโรปและอเมริกา มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.39 อยู่ในระดับปานกลาง

3.2 สรุปผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก

### 3.2.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 102 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.80 คิดเป็นร้อยละ 55.9 และเป็นเพศชาย จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.20 ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.30 และช่วงอายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.60 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในระดับมากที่สุด จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.40 ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ในสถานประกอบการมีเปิดดำเนินการมาแล้วมากกว่า 11 ปี ในระดับมากที่สุด 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.90 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ออกเดินทางไป

3.2.2) สรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์จากกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ในช่วงระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม จำนวน 251-300 คน มากที่สุด 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.30 การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกในด้านช่วงเวลา จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.68 อยู่ในระดับปานกลาง และไม่มีผลกระทบจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.83 อยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ได้รับผลกระทบในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว จำนวน 69 ราย อันดับที่หนึ่ง อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ไม่ได้รับผลกระทบในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว มีจำนวน 33 ราย อยู่ในระดับปานกลาง 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.42 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 70 ราย อยู่ในระดับปานกลาง 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.14 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ไม่ได้รับผลกระทบในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 32 ราย อยู่ในระดับมาก จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.50 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในการเปลี่ยนแปลงเส้นทางท่องเที่ยว จำนวน 71 ราย อันดับที่หนึ่ง อยู่ในระดับมาก จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.11 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่ไม่ได้รับผลกระทบในการเปลี่ยนแปลงเส้นทางท่องเที่ยว จำนวน 31 ราย อยู่ในระดับมาก จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.94 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบในด้านรายได้ จำนวน 71 ราย อยู่ในระดับมาก จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.30 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกไม่ได้รับผลกระทบในด้านรายได้ จำนวน 31 ราย อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.48

แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านช่วงเวลา มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.59 อยู่ในระดับน้อย และไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านช่วงเวลา มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.41 อยู่ในระดับน้อยเช่นกัน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านระยะเวลา มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.61 อยู่ในระดับน้อย และไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านระยะเวลา มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.76 อยู่ในระดับน้อย ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.61 อยู่ในระดับน้อย และไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.39 อยู่ในระดับน้อย ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านการเปลี่ยนแปลงเส้นทางเดินทาง และไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านการเปลี่ยนแปลงเส้นทางเดินทาง มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.45 อยู่ในระดับน้อยเช่นกัน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ได้รับผลกระทบจากการ



เปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านรายได้ มีค่า  $\bar{X}$  เท่ากับ 2.53 อยู่ในระดับน้อย และ  
ไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในด้านจำนวนรายได้ มีค่า  $\bar{X}$   
เท่ากับ 2.54 อยู่ในระดับน้อย เช่นกัน

### 3.3 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์จากกลุ่มตัวอย่างด้วยการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์นายกสมาคมสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) ประธานที่ปรึกษา  
สมาคม ที่ปรึกษาสมาคม อดีตนายกสมาคมและอดีตอุปนายกสมาคม พบว่า มี 2 แนวทาง กล่าวคือ  
แนวทางที่ 1 ไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออก และแนวทางที่ 2 มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยว  
ขาออก

แนวทางที่ 1 ไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออก เนื่องจากว่า การเลื่อนวันปิดภาค  
การศึกษาที่ 2 ออกไปเป็นช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม นักท่องเที่ยวก็เลื่อนการเดินทาง  
ท่องเที่ยวยังต่างประเทศตามวันปิดภาคการศึกษาใหม่ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ท่องเที่ยวในช่วง  
วันปิดภาคการศึกษาเดิม ก็เป็นนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และไม่มีบุตรหลานที่ต้องเป็น  
ห่วงในการนำไปท่องเที่ยวด้วยและมองว่า การเลื่อนวันปิดภาคการศึกษาจะมีผลกระทบทางบวก  
เนื่องจากว่า นักท่องเที่ยวที่ออกเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศจะไม่กระจุกตัวอยู่ในช่วงใด  
ช่วงหนึ่ง แต่กระจายตัวออกไป ฤดูกาลท่องเที่ยวก็ไม่แตกต่างกันมาก แต่จะมีปัญหา  
ความหนาแน่นในการท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปเนื่องจากว่า เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของชาวยุโรปเอง  
และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนก็เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเหล่านั้น ในช่วงเวลาเดียวกัน  
อาจจะทำให้เกิดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป และนักท่องเที่ยวชาวไทยบาง  
ท่านอาจเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการท่องเที่ยว และลดระยะเวลาในการท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาค  
การศึกษาเดิมลง ดังนั้น จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกน้อยมากทั้งด้านจำนวน  
นักท่องเที่ยว รายได้และการปรับเปลี่ยนรายการท่องเที่ยว

แนวทางที่ 2 มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกเนื่องจากว่า การเลื่อนวันปิดภาคการศึกษา  
ออกไปเป็นช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม นักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาค  
การศึกษาที่ 2 ช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม จะได้รับผลกระทบ เนื่องจากว่า ฤดูกาลใน  
ภูมิภาคยุโรปและอเมริกา ที่เคยเคยเป็นช่วงที่อากาศกำลังดี คือ ช่วงฤดูใบไม้ผลิ กลายเป็นต้องไป  
ท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน ที่มีอุณหภูมิสูง และบางปีอากาศก็ร้อนมาก ทั้งยังไม่สามารถนำสมาชิก  
ในครอบครัวที่อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนเดินทางไปได้ และต้องพบกับฤดูกาลท่องเที่ยวของชาว  
ยุโรปเองในช่วงฤดูร้อนและนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียน ก็จะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วง  
เดียวกัน ทำให้เกิดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวสูงขึ้น ดังนั้น จึงส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเดินทางไปต่างประเทศ

ลดลง ธุรกิจนำเที่ยวขาออกก็จะมีรายได้ลดลง และต้องมีการปรับเปลี่ยนรายการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

#### 4. อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเชิงปริมาณ จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำ จำนวน 400 คนและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก พบว่า การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จะส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังต่างประเทศ เนื่องจากว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศ จะเลือกเดินทางไปต่างประเทศในช่วงเดือนเมษายน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากว่า ช่วงเดือนเมษายนเป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวันและเป็นช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ระยะเวลาการเดินทางไปต่างประเทศที่นักท่องเที่ยว คือ 7 วัน อยู่ในระดับมาก ภูมิภาคต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทาง ไม่มีความแตกต่างกัน อยู่ในระดับปานกลาง ระดับราคารายการนำเที่ยวที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 50,000 – 80,000 บาทต่อ 1 ท่าน การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ช่วงเวลาที่เหมาะสมหากเปลี่ยนวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม หรือระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม อยู่ในระดับปานกลาง ระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม นักท่องเที่ยวจะปรับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ อยู่ในระดับปานกลางและไม่ปรับระยะเวลา อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน นักท่องเที่ยวจะปรับเปลี่ยนภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง และไม่ปรับเปลี่ยนภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางในภูมิภาคเอเชีย และภูมิภาคอื่นๆ นอกเหนือจากภูมิภาคยุโรปและอเมริกา อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศ นิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วงเดือนเมษายน ซึ่งตรงกับวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 หากเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาน่าจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศน้อยลง ซึ่งผลกระทบต่อรายได้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกอย่างแน่นอน และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกต้องปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยว และราคาในการนำเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกจำนวน 102 รายนั้น มีความคิดเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อช่วงเวลาในการจัดนำเที่ยวในระดับน้อย และไม่มีผลกระทบอยู่ในระดับน้อย มีผลกระทบในด้านช่วงระยะเวลาของรายการนำเที่ยวน้อย และไม่มีผลกระทบอยู่ในระดับน้อย มีผลกระทบต่อปรับเปลี่ยนเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ใน

ระดับน้อยและไม่มีผลกระทบอยู่ในระดับน้อย มีผลกระทบในด้านรายได้อยู่ในระดับน้อย และไม่มีผลกระทบด้านรายได้อยู่ในระดับน้อย

แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษา ที่ 2 ในระดับอุดมศึกษามีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกน้อย ไม่ว่าจะเป็นส่วนช่วงเวลาการเดินทางของนักท่องเที่ยว ระยะเวลาในการนำเที่ยวต่างประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวและรายได้ของธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจขาออกสามารถปรับแผนการตลาดของธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษาด้วย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการนำข้อมูลในการสัมภาษณ์นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว ประธานที่ปรึกษาและที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว อดีตนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและอดีตอุปนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ ซึ่งทางนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) ประธานที่ปรึกษาสมาคม ที่ปรึกษาสมาคม และอดีตอุปนายกสมาคม ส่วนอดีตนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวกล่าวว่า น่าจะส่งผลกระทบในระยะแรก เนื่องจากว่า นักท่องเที่ยวบางกลุ่มยังไม่สามารถปรับเวลาให้ลงตัวในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ในระยะยาว น่าจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวสามารถปรับตัวในการท่องเที่ยวได้ แต่จะมีผลในการท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป เนื่องจากว่า จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทำให้เกิดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อาจทำให้เกิดปัญหาเรื่องห้องพัก ภัตตาคารและสถานที่ท่องเที่ยวหนาแน่นได้ การสำรองห้องพักและภัตตาคาร อาจทำให้ยากมากขึ้น แต่ต่อไปก็จะค่อยๆ มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพของตลาดและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ส่วนผลกระทบในด้านการปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยว ช่วงเวลาในการนำเที่ยว ระยะเวลาในการนำเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก จะสามารถปรับธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการและรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษา จากช่วงระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นช่วงระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม จึงไม่น่าจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก

##### 5. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะกรณีการเปลี่ยนแปลงการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกในด้านไหนบ้าง อย่างไร ผลการวิจัยครั้งนี้ ควรจะได้มีการนำเสนอต่อสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก เพื่อที่จะได้นำไปศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนแผนการตลาด (Marketing Plan) การใช้ส่วนประสมทางการตลาด

(Marketing Mix) การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relations) เพื่อให้ทางสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวชาวออก สามารถปรับตัวตามสภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษา เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมเดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ มีความเห็นในระดับมากกว่า การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในด้านต่างๆ ต่อนักท่องเที่ยวและน่าจะมีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวชาวออกด้วย แต่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวชาวออกมีความคิดเห็นว่า ไม่น่าจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจเนื่องจากว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวชาวออกสามารถปรับธุรกิจของตนไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้

#### 6. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาผลกระทบธุรกิจการจ้ดนำเที่ยวชาวออกกรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558 โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

- (1) ควรทำการศึกษาผลกระทบที่เกิดกับธุรกิจนำเที่ยวชาวออกในปีหน้า (2558) เพื่อตรวจสอบดูว่า มีปัญหาใดเกิดขึ้นบ้าง และหาทางแก้ไข
- (2) ควรมีการศึกษาเพื่อปรับเปลี่ยนเส้นทางและระยะเวลาที่เหมาะสมของรายการท่องเที่ยว โดยศึกษาจากความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังต่างประเทศ
- (3) ควรมีการศึกษาประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน (ASEAN) ว่า หากประเทศไทยเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จะส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศของแต่ละประเทศหรือไม่ อย่างไร
- (4) ควรมีการศึกษาธุรกิจนำเที่ยวชาวเข้าว่า มีผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงภาคการศึกษาที่ 2 หรือไม่ เพราะเหตุใด

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชรรรมสาร จำกัด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). แผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยว รายงานสรุปย่อสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- \_\_\_\_\_ . แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย กรุงเทพมหานคร.
- จิตตินันท์ เตชะคุปต์. (2544). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2542). การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). การวางแผนและการจัดนำเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สามลดา
- \_\_\_\_\_ .(2551) หลักการมัคคุเทศก์. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สามลดา
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2537). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เชียงใหม่. ภาควิชามนุษยสัมพันธ์ คณะมนุษยศาสตร์ เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชูชัย สมิทธิไกร. (2554). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ด้อย ชุมสาย. (2518). หลักวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: แพร์พิทยา.
- นพปฎล ธาระวานิช. (2553). เอกสารประกอบการสอนวิชา งานมัคคุเทศก์. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- \_\_\_\_\_ . (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- \_\_\_\_\_ . (2549). ธุรกิจนำเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- พลอยศรี โปราณานนท์. (2540). การท่องเที่ยวเบื้องต้น. คณะมนุษยศาสตร์ เชียงใหม่:  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิมพ์พรธม สุจารินพงศ์. (2549). มัคคุเทศก์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2547). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่  
8- 15. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์ม และ โซเท็กซ์  
จำกัด
- ราชบัณฑิตยสถาน.(2539). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 6  
กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.
- ราณี อธิชัยกุล. (2547). การจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร:  
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุวัฒน์ จูชากรณ์. (2555). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-7. พิมพ์ครั้งที่  
ที่ 2 เอกสารประกอบการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กรุงเทพมหานคร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์ม และ โซเท็กซ์  
จำกัด
- สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.  
(2554). พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 และอนุบัญญัติที่ออกตาม  
ความพระราชบัญญัตินี้ กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว
- Burkart and Medlik. (1981). **Tourism Past, Present and Future**. Second Edition London:  
Heinemann.
- Coltman, Michael M. (1989). **Introduction to Travel and Tourism An International  
Approach**. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Cooper, Chris, Fletcher, John, Fyall, Alan. (2005). **Tourism Principles and Practice**. 3<sup>rd</sup> edition  
Edinburgh Gate, Essex: Pearson Education Limited.
- Crompton, J.L. (1979). **Motivation for Pleasure Vacation**. Annals of Research. Vol.6. No. 4
- Davidson, Rob. (1993). **Tourism**. Harlow, Essex: Longman
- Dervaes, Claudine. (1998). **International Travel from The Travel Training Series**. Tampa:  
Solitaire Publishing.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- Fyall Allan, Garrod, Brian and Leask, Anna. (2003). **Managing Visitor Attractions New Directions**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Gartner, William C. (1996). **Tourism Development Principles, Process and Policies**. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Goeldner, Charles, Ritchie, J.R. Brent and McIntosh Robert w. (2000). **Tourism Principles Practices Philosophies** Eight Edition. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Godfrey, Kerry and Clarke, Jackie. (2000). **The Tourism Development Handbook**. New York: Cassell.
- Greenwood, D. (1982). **Cultural Authenticity**. Cultural Survival Quarterly.
- Holloway, Christopher J. (1983). **The Business of Tourism**. Plymouth: Macdonald and Evans Ltd.
- Kotler, Philip. (1996). **Marketing for Hospitality and Tourism**. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall
- Kotler, Philip. (1994). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control**. Engle Wood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Laws, Eric. (1995). **Tourist Destination Management**. London: Routledge.
- Leask, Anna and Yeoman, Ian. (1999). **Heritage Visitor Attractions and Operations Management Perspective**. New York: Cassell.
- Lickorish Leonard J. (1997). **An Introduction to Tourism**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Lovelock, Christopher H. (1996). **Service Hospitality**. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- Lovelock, Christopher H. (2005). **Service Marketing in Asia: Managing People, Technology, and Strategy**. Singapore: Prentice-Hall.
- Maslow, Abraham H. (2000). **The Maslow Business Reader**. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Mason, Peter. (2008). **Tourism impacts, Planning and Management**. Oxford: Butterworth-Heinemann.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Mathieson, Allister and Wall, Geoffrey. (1987). **Tourism economic, physical and social impacts**. Singapore: Longman Singapore Publishers (Pte.) Ltd.
- McIntosh, Robert W. and Goedner, Charles R. (1986). **Tourism Principle, Practices, Philosophies, 5<sup>th</sup> ed.** New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Mill, Robert Christie. (1990). **Tourism The International Business**. New Jersey: Prentice Hall Career & Technology.
- Mill, Robert Christie. (1990). **The Tourism System: an Introductory Text**. New Jersey: Prentice Hall.
- Murphy, P. (1995). **Tourism: A Community Approach**. New York: Metheum, Inc.
- Oelkers, Dotty Boen. (2007). **Travel and Tourism Marketing**. USA: Thomson South-Western.
- Pearce and Butler (EDs.). (1993). **Tourism Research: Critique and Challenges** London: Routledge.
- Pigram, J. **Planning for tourism in Rural Areas: Bridging the policy Implementation Gap**.
- Robinson, Chris. (1995). **Marketing for Tourism**. Essex: Longman.
- Swarbrooke, John. (2002). **The Development and Management of Visitor Attractions**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Resinger, Y. (1994). **Tour-Host Contact as Part of Cultural Tourism**. World Leisure and Recreation, 36 (Summer).
- Swarbrooke, John and Horner, Susan. (1999). **Consumer Behavior in Tourism**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3<sup>rd</sup> edition New York: Harper & Row Publisher Inc.
- Stanton, William J. (1984). **Fundamental of Marketing**. Auckland: McGraw-Hill.
- “สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางออกนอกประเทศ” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก  
[http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt\\_w3c/ewt\\_news.php](http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php)
- “สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางในประเทศ” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก  
[http://marketingdaabase.tat.or.th/ewt\\_w3c/ewt\\_news.php](http://marketingdaabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php)
- “Tourism“ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.merriam-webster.com/dictionary/tourism>



### บรรณานุกรม (ต่อ)

- “Definition of Tourism” (Online) from <http://www.unwto.org/>
- “ผลพวงจากการเข้า AEC ทำให้มหาวิทยาลัยเปลี่ยนแปลงการเปิดเทอม” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/paksa/2013/10/16/entry-1>
- “ระบบการศึกษาของอาเซียน” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.sites.google.com/site/nawaey/rabb-kar-suksa-khxng-xaseiyn>
- “338 ข้อเสนอการเปิดภาคเรียน” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.moe.go.th/websw/2013/oct/338.html>
- “กรรมการบริหารสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.ata.or.th>

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

สำหรับนักท่องเที่ยว

ชุดที่.....

### แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การศึกษาผลกระทบธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก

กรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษาเพื่อ

เตรียมความพร้อมสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558

แบบสอบถามนี้ทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้

เพื่อให้ท่าน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางไปยังต่างประเทศในช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2 ว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาแล้ว จะมีผลกระทบในการเลือกการเดินทางในช่วงดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร และมีผลในการเลือกรายการนำเที่ยวในช่วงวันเวลาดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มี 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 กับการเดินทางท่องเที่ยว

2. กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ จะส่งผลให้การวิจัยเชื่อถือได้และเกิดประโยชน์สูงสุด

3. ข้อมูลส่วนตัวของท่านจะไม่มีการนำไปเปิดเผยต่อสาธารณชน

4. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามในครั้ง นี้ จะไม่มีผลกระทบกระเทือนใดๆ ต่อท่าน และจะนำผลไปใช้เฉพาะการวิจัยในครั้งนี้นั้น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

นพปฎล ชาระวานิช

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย                       หญิง

2. อายุ

20-25 ปี     26-30 ปี     31-35 ปี     36-40 ปี     41-45 ปี

46-50 ปี     51-55 ปี     56-60 ปี     61 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

ประถมศึกษา     มัธยมศึกษา     ปวช.     ปวส.

ปริญญาตรี     สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

ข้าราชการ     พนักงานรัฐวิสาหกิจ     ลูกจ้างเอกชน

ประกอบอาชีพส่วนตัว     รับจ้างทั่วไป     แม่บ้าน

อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

40,001-50,000 บาท     50,001-60,000 บาท     60,001-70,000 บาท

70,001-80,000 บาท     80,001-90,000 บาท     90,001-100,000 บาท

100,001-110,000 บาท     110,001 บาทขึ้นไป

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของแต่ละเรื่อง

กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ตามความเป็นจริง

เรื่อง	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<b>2.1</b> โดยปกติท่านวางแผนเดินทางท่องเที่ยว ช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในเดือนใด (กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)					
1) เดือนมีนาคม					
2) เดือนเมษายน					
3) เดือนพฤษภาคม					
<b>2.2</b> ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ตามข้อ 2.1 เป็นเวลานานเท่าใด (กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)					
1) 7 วัน					
2) 8-10 วัน					
3) 11 วันขึ้นไป					

<b>2.3 เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเดินทาง</b> <b>ท่องเที่ยวตามข้อ 2.2 คืออะไร</b> <b>(กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)</b>					
1) เป็นช่วงที่ภูมิภาคต่างๆ มีอากาศ					
2) เป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวัน					
3) เป็นช่วงที่มีเวลาว่างมาก พอที่จะเดินทางได้					
<b>2.4 ภูมิภาคที่ท่านนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยว</b> <b>ในช่วงวันหยุดภาคการศึกษาที่ 2 ได้แก่ภูมิภาคใด</b> <b>(กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)</b>					
1) ภูมิภาคอเมริกา					
2) ภูมิภาคยุโรป					
3) ภูมิภาคอื่นๆ					
<b>2.5 ราคารายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสม</b> <b>สำหรับท่านคือราคาเท่าใดต่อ 1 ท่าน</b> <b>(กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)</b>					
1) มากกว่า 50,000 บาท ไม่เกิน 80,000 บาท					
2) มากกว่า 80,001 บาท ไม่เกิน 100,000 บาท					
3) ตามความเหมาะสมของรายการนำเที่ยว					

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 กับการเดินทาง  
ท่องเที่ยว  
กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของแต่ละเรื่อง  
กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ตามความเป็นจริง

เรื่อง	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
2.1 ท่านคิดว่า การเปลี่ยนแปลงวันปิด ภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยว ของท่านหรือไม่ เพราะอะไร (กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)					
1) มี					
ระบุเหตุผล.....					
.....					
2) ไม่มี					
ระบุเหตุผล.....					
.....					
2.2 ท่านคิดว่า ช่วงเวลาที่เหมาะสมใน การเดินทางท่องเที่ยวของท่านเป็นช่วงใด (กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)					
1) ระหว่างเดือนมิถุนายน-สิงหาคม					
2) ระหว่างเดือนธันวาคม-มกราคม					

<p>2.3 ท่านจะปรับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวให้น้อยลงหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>(กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)</p>					
1) ปรับ					
ระบุเหตุผล.....					
2) ไม่ปรับ					
ระบุเหตุผล.....					
<p>2.4 ท่านคิดว่า จะเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>(กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)</p>					
1) เปลี่ยน					
ระบุเหตุผล.....					
2) ไม่เปลี่ยน					
ระบุเหตุผล.....					
<p>2.5 ท่านคิดว่า จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคใด</p> <p>(กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)</p>					
1) ภูมิภาคเอเชีย เช่น จีน เกาหลีใต้ เป็นต้น					
2) ภูมิภาคอื่น นอกเหนือจากยุโรปและอเมริกา					



สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ชุดที่.....

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การศึกษาผลกระทบธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก

กรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อม

สู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558

แบบสอบถามนี้ทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้

เพื่อให้ท่านแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการจัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปยังต่างประเทศในช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2 ว่า มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกในจัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศหรือไม่ มีผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่จัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศหรือไม่ และมีผลกระทบต่อการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่จัดนำเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศหรือไม่

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มี 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบด้านต่างๆ จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)

2. กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ จะส่งผลให้การวิจัยเชื่อถือได้และเกิดประโยชน์สูงสุด
3. ข้อมูลส่วนตัวของท่านจะไม่มีการนำไปเปิดเผยต่อสาธารณชน
4. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามในครั้ง นี้ จะไม่มีผลกระทบต่อท่าน และจะนำผลไปใช้เฉพาะการวิจัยในครั้งนี้นี้เท่านั้น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

นพปฎล ธาระวานิช

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว  
วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ตามความเป็นจริง

1. ชื่อ-นามสกุล.....
2. ตำแหน่ง.....
3. บริษัท.....
4. ที่อยู่.....  
.....
5. เพศ  
 ชาย                       หญิง
6. อายุ  
 25-34 ปี       35-39 ปี       40-44 ปี       45-49 ปี  
 50-54 ปี       55-59 ปี       60 ปีขึ้นไป
7. การศึกษา  
 มัธยมศึกษา       ปวช.       ปวส.      ปริญญาตรี  
 สูงกว่าปริญญาตรี
8. ธุรกิจนำเที่ยวของท่านเปิดดำเนินการมาแล้วเป็นเวลากี่ปี  
 1-3 ปี       4-6 ปี       7-9 ปี       10-12 ปี  
 13 ปีขึ้นไป
9. จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (ระหว่างเดือนมีนาคม-เดือนพฤษภาคม)  
 100-150 คน       151-200 คน       201-250 คน  
 251-300 คน       301-350 คน       351-400 คน  
 401-500 คน       501 คนขึ้นไป
10. รายได้เฉลี่ยของสถานประกอบการ (โดยประมาณ) ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (ระหว่างเดือนมีนาคม-เดือนพฤษภาคม)  
 1,000,000-2,000,000 บาท       2,000,001-3,000,000 บาท       3,000,001-4,000,000 บาท  
 4,000,001-5,000,000 บาท       5,000,001-6,000,000 บาท       6,000,001-7,000,000 บาท  
 7,000,001-8,000,000 บาท       9,000,001-10,000,000 บาท       10,000,001 บาทขึ้นไป

**ตอนที่ 2** แบบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบในด้านต่างๆ จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน ในด้านต่างๆ

กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ตามความเป็นจริง

เรื่อง	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<b>2.1 มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านช่วงเวลาหรือไม่</b> เพราะเหตุใด (กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)					
1) มี ระบุเหตุผล.....					
2) ไม่มี ระบุเหตุผล.....					
<b>2.2 มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด</b> (กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)					
1) มี ระบุเหตุผล.....					
2) ไม่มี ระบุเหตุผล.....					

<p>2.3 มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านใน</p> <p>ด้านจำนวนนักท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>(กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)</p>					
1) มี					
ระบุเหตุผล.....					
2) ไม่มี					
ระบุเหตุผล.....					
<p>2.4 มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านใน</p> <p>ด้านการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการเดินทางหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>(กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)</p>					
1) มี					
ระบุเหตุผล.....					
2) ไม่มี					
ระบุเหตุผล.....					
<p>2.5 มีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในด้านรายได้หรือไม่ เพราะเหตุใด (กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)</p>					
1) มี					
ระบุเหตุผล.....					
2) ไม่มี					
ระบุเหตุผล.....					



ชุดที่.....

**บทสัมภาษณ์ผู้บริหารสมาคม TTAA**  
**เรื่อง การศึกษาผลกระทบธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก**  
**กรณีศึกษา: การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2**  
**ในระดับอุดมศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558**

**บทสัมภาษณ์นี้ทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้**

เพื่อให้ท่าน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 แบบเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออกที่จัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่จัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ และเพื่อศึกษาผลกระทบการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวขาออกที่จัดนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

**คำชี้แจง**

1. แบบสอบถามฉบับนี้มี 3 ตอน คือ
  - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบบทสัมภาษณ์
  - ตอนที่ 2 บทสัมภาษณ์ผู้บริหารสมาคม TTAA
  - ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)
2. กรุณาตอบบทสัมภาษณ์ให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ จะส่งผลให้การวิจัยเชื่อถือได้และเกิดประโยชน์สูงสุด
3. ข้อมูลส่วนตัวของท่านจะ ไม่มีการนำไปเปิดเผยต่อสาธารณชน
4. ข้อมูลที่ท่านตอบบทสัมภาษณ์ในครั้งนี้ จะไม่มีผลกระทบกระเทือนใดๆ ต่อท่าน และจะนำผลไปใช้เฉพาะการวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์ตอบบทสัมภาษณ์

นพปฎลสารวานิช  
 อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว  
 วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ  
 มหาวิทยาลัยรังสิต

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบบทสัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล

.....

2. ตำแหน่ง

.....

3. สถานประกอบการ

.....

ที่ตั้ง

.....

.....

4. เพศ  ชาย

หญิง

5. การศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษา

ปวช.

ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

6. จำนวนครั้งที่สัมภาษณ์.....ครั้ง

7. วันที่สัมภาษณ์.....เวลา

.....น.

8. สถานที่สัมภาษณ์

.....

9. ปฏิกริยาของผู้ให้สัมภาษณ์

.....

.....

10. ปฏิกริยาและความรู้สึกของนักวิจัยต่อผู้ให้สัมภาษณ์ และการสัมภาษณ์

.....

.....

**ตอนที่ 2 บทสัมภาษณ์**

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบเดินทางไปต่างประเทศที่มีระยะทางไกลและมีระยะเวลาในการเดินทางหลายวันในช่วงใดมากที่สุดของทุกๆ ปี

.....  
.....  
.....

2.2 จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกเดินทางท่องเที่ยวไปภูมิภาคใดมากที่สุดในช่วงวันหยุดปิดภาคการศึกษาที่ 2 และเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

.....  
.....  
.....

2.3 ท่านคิดว่า การเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงหยุดยาวประมาณ 2 เดือน และมีวันหยุดยาวต่อเนื่องในช่วงวันสงกรานต์ จากเดิมระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคมเป็น ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมมีผลกระทบต่อสมาชิกในสมาคมของท่านหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....  
.....  
.....

2.4 ท่านคิดว่า การเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และมีผลกระทบด้านรายได้ต่อสมาชิกในสมาคมของท่านมากน้อยแค่ไหน อย่างไร

.....  
.....  
.....

2.5 ท่านคิดว่า สมาชิกในสมาคมของท่าน มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยวระยะเวลาแต่ละรายการนำเที่ยว และสถานที่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษาหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....  
.....  
.....





## ประวัติผู้วิจัย



คำนำหน้า  นาย  นาง  นางสาว  
 ตำแหน่งทางวิชาการ  ศ.  รศ.  ผศ.  อื่นๆ \_\_\_\_\_  
 ชื่อผู้วิจัย นพปดล  
 นามสกุลผู้วิจัย ธรววนิช  
 ชื่อภาษาอังกฤษ Noppadol  
 นามสกุลภาษาอังกฤษ Dharawanij  
 วันเดือนปีเกิด 21 ตุลาคม 2506  
 ที่อยู่ (บ้าน) 7/279 หมู่ 10 บ้านจันทน์แดง หมู่ 13 ถนนที่วัดบ้านแจ่ม ตำบลจันทน์แดง  
เขตทวีวัฒนา  
 จังหวัด (บ้าน) กรุงเทพฯ  
 รหัสไปรษณีย์ (บ้าน) 10170  
 โทรศัพท์ (บ้าน) 02-8892402  
 แฟกซ์ (บ้าน) \_\_\_\_\_  
 ที่อยู่ (ที่ทำงาน) สาขาวิชาการจัดการ การท่องเที่ยว วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบิน  
มหาวิทยาลัยรังสิต 32/347 เมืองเอก ถนนพหลโยธิน ต. หลักหก อ. เมือง  
จังหวัด (ที่ทำงาน) รังสิตธานี  
 รหัสไปรษณีย์ (ที่ทำงาน) 12000  
 โทรศัพท์ (ที่ทำงาน) 02-9972200-30 ต่อ 4133  
 แฟกซ์ (ที่ทำงาน) 02-9972200-30 9jv 4136  
 E-Mail Address: 5290180@rsu.ac.th

## ประวัติคุณวุฒิ

สาขา ศิลปศาสตรบัณฑิต (โบราณคดี)  
 ปีที่จบ พ.ศ. 2526  
 สถาบัน มหาวิทยาลัยศิลปากร  
 ประเทศ ไทย

ปริญญาโท

สาขา MBA (Tourism and Hospitality)

ปีที่จบ 2553

สถาบัน Columbia Southern University, Alabama

ประเทศ USA

ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารภายในประเทศ (โปรดระบุวารสารที่ตีพิมพ์ด้วย)

การพัฒนาชุดการเรียนการสอน รายวิชา TRM 225 งานมัคคุเทศก์ วารสารพัฒนาการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยรังสิต

ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศ (โปรดระบุวารสารที่ตีพิมพ์ด้วย)

ไม่มี

ผลงานวิจัยที่ได้นำเสนอในการประชุมทางวิชาการภายในประเทศ (โปรดระบุหัวข้อประชุม/สัมมนาและสถานที่ด้วย)

ไม่มี

ผลงานวิจัยที่ได้นำเสนอในการประชุมทางวิชาการต่างประเทศ (โปรดระบุหัวข้อประชุม/สัมมนาและสถานที่ด้วย)

Silpakorn 70<sup>th</sup> Anniversary International Conference 2013 Towards the Next Decade of Hospitality & Creative Economics: Looking Forward to 2020

Preliminary Study to Develop Chedi Hoi Temple to be Educational and Tourism Resource of Pathum Thani Province at Hotel Novotel Bangkok on Siam Square, Thailand 1<sup>st</sup> - 3<sup>rd</sup> December 2013

ผลงานวิจัยที่ได้รับรางวัล (โปรดระบุรางวัลที่ได้รับด้วย)

ไม่มี

บทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสาร (โปรดระบุวารสารที่ตีพิมพ์ด้วย)

ไม่มี

สาขาวิชาที่นักวิจัยเชี่ยวชาญ

การจัดการการท่องเที่ยว