

รายงานการวิจัย

เรื่อง

เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศ
ที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย

เสนอ

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.)

โดย

ศศิริรัตน์ ธนพันธ์พานิช

รายชื่อคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้ศึกษาวิจัย

คณะกรรมการที่ปรึกษา

- 1) นายแพทย์บุญเรือง ขุขันธ์แสงรัตน์
สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต
- 2) นายสมบุญ อัยรักษ์
นักวิชาการสาธารณสุข 9 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต
- 3) นายดำรงค์ สิมะวีระชาติ
ศึกษานิเทศก์ 7 หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมสามัญศึกษา
เขตการศึกษา 4

ผู้ศึกษาวิจัย

นางสาวศศิรัตน์ อนุพันธ์พานิช
นักวิชาการศึกษา 6 สำนักพัฒนาการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม
เขตการศึกษา 4

คำนำ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เป็นการศึกษาเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศ ที่มีต่อประเทศไทยในด้านต่าง ๆ ศึกษาความรู้ ความคิด ความเข้าใจ และปัจจัยเกื้อหนุนต่อการตัดสินใจก่อนเดินทางมาประเทศไทย ศึกษาเจตคติ และพฤติกรรมของชาวต่างประเทศต่อวัฒนธรรมไทยหลังจากได้มาเยี่ยมประเทศไทย ศึกษาปัจจัยอันสำคัญที่สร้างเจตคติและพฤติกรรมของชาวต่างประเทศ และศึกษาถึงปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางมาประเทศไทย ซึ่งผลจากการวิจัยจะเป็นข้อมูลที่สำคัญของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการนำไปปรับปรุง พัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย อันเป็นการสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ย่อมส่งผลให้เพิ่มปริมาณและคุณภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้น

ผู้ศึกษาวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในการนำไปเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาวางแผนเพื่อพัฒนางานในส่วนที่รับผิดชอบ และส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไป โดยไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ผู้ศึกษาวิจัย

12 สิงหาคม 2542

บทคัดย่อ

เรื่อง เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย

การศึกษาวิจัยเรื่อง เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการทดสอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งชาวตะวันตกและชาวเอเชีย รวม 400 คน แต่ได้รับแบบสอบถามคืนมา 340 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 85 โดยแบบสอบถามได้รับการแปลเป็นภาษาต่างประเทศ 4 ภาษา คือ อังกฤษ ฝรั่งเศส จีน และญี่ปุ่น ซึ่งอยู่ในภาคผนวก และการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทยในด้านต่าง ๆ
2. เพื่อศึกษาถึงความรู้ ความคิด ความเข้าใจ และปัจจัยเกื้อหนุนต่อการตัดสินใจก่อนเดินทางมาประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาเจตคติและพฤติกรรมของชาวต่างประเทศต่อวัฒนธรรมไทย หลังจากได้มาเยี่ยมประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยอันสำคัญที่สร้างเจตคติและพฤติกรรมของชาวต่างประเทศ
5. เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางมาประเทศไทย

เนื้อหาของการวิจัย

- บทที่ 1 ว่าด้วยความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา อันเป็นมูลเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาในเรื่องนี้ ซึ่งกำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประโยชน์และผลที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย
- บทที่ 2 กล่าวถึงทฤษฎี แนวคิด เอกสาร และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนรายงานการสัมภาษณ์บริษัททัวร์ต่าง ๆ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาษาอังกฤษ

- บทที่ 3 กล่าวถึงระเบียบวิธีการวิจัย อันประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย และการนำเสนอข้อมูล
- บทที่ 4 กล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางและสรุปผลด้วยการบรรยายความ แยกตามลักษณะของข้อมูล
- บทที่ 5 กล่าวถึงการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยที่ระดับของเจตคติและความประทับใจลดลงเล็กน้อย หลังจากได้เดินทางมาประเทศไทยแล้ว แต่จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจมากและมากที่สุด ในด้านทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ค่อนข้างสงบ โดยเฉพาะทะเลชายหาด และเกาะต่าง ๆ ด้านอธยาศัยของคนไทยที่เชื้อเชิญเพื่อแม่ เป็นมิตร พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือ และมีจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไปที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ ด้านพฤติกรรมในการให้บริการและความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของมัคคุเทศก์ไทย และหลังจากมาเยี่ยมประเทศไทยแล้ว ชาวต่างประเทศมีความรู้ความคิดและความเข้าใจ หรือมีเจตคติและความประทับใจต่อบัจจยเหล่านี้เพิ่มขึ้น จึงเป็นปัจจัยเกื้อหนุนสำคัญที่ทำให้ชาวต่างประเทศจำนวนไม่น้อยมาเที่ยวพักผ่อนที่เมืองไทยเป็นประจำทุกปี และมีพฤติกรรมส่งเสริมสนับสนุนให้ประเทศไทยอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยไว้ตลอดไป

แต่ยังมีปัจจัยอีกหลายด้านที่ชาวต่างประเทศมีความรู้ ความคิดและความเข้าใจ หรือมีเจตคติและความประทับใจในระดับปานกลาง และหลังจากได้มาเยี่ยมประเทศไทยแล้ว มีระดับเจตคติและความประทับใจลดลง เรียงตามระดับเจตคติและความประทับใจจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น แหล่งบันเทิงต่าง ๆ การบริการสาธารณูปโภค คุณภาพชีวิตของประชาชนและการจัดการด้านยานพาหนะติดและโรคเอดส์ การไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ

ประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง และการรู้ภาษาต่างประเทศของคนไทย

สำหรับปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น การมีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพ ห้องน้ำ บ่ายบอทาง พาหนะเดินทาง และข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจในเรื่องนี้ก่อนเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก แต่หลังจากได้มาเยี่ยมประเทศไทยแล้ว มีเจตคติและความประทับใจต่อสิ่งเหล่านี้ในระดับปานกลาง ซึ่งระดับของเจตคติลดลง

ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เป็นปัจจัยอันสำคัญที่สร้างเจตคติและพฤติกรรมของชาวต่างประเทศในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย นอกจากนี้ ชาวต่างประเทศยังได้พบปัญหาอุปสรรคและเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางมาประเทศไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ชะงักตามแหล่งท่องเที่ยว และการจัดการกับขยะที่ถูกต้องของรัฐบาลไทย 2) สภาพแวดล้อมธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวถูกทำลาย ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และนิเวศน์สำญจร (Eco - Tourism) 3) ราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ ควรเป็นมาตรฐานเดียวกัน 4) มัคคุเทศก์และประชาชนชาวไทยควรปรับปรุงภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และญี่ปุ่น เพื่อเป็นประโยชน์และไม่เกิดช่องว่างในการติดต่อกับชาวต่างประเทศ 5) มลภาวะต่าง ๆ บนท้องถนน ควรปรับปรุงและใช้มาตรการต่าง ๆ ในการกำจัดมลภาวะ โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร

รัฐบาลไทยควรให้ความสำคัญและพัฒนาปรับปรุงปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ทำให้เจตคติและความประทับใจต่อประเทศไทยลดลง ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่ชาวต่างประเทศได้พบ โดยใช้ความรู้ทางด้านวิชาการ นโยบาย และการบริหาร เพื่อยกระดับคุณภาพให้เป็นที่ถูกใจชาวต่างประเทศ ย่อมส่งผลให้เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพิ่มรายได้นำเข้าประเทศ แต่ต้องมีแผนการรองรับที่ดี และประเทศไทยจะมีชื่อเสียงที่ดีขึ้น

ABSTRACT

THE STUDY OF FOREIGNERS' ATTITUDES AND IMPRESSIONS ON VISITING THAILAND

THE STUDY OF FOREIGN TOURISTS'S ATTITUDES AND IMPRESSIONS OF THAILAND IS A QUANTITATIVE STUDY USING QUESTIONNAIRES FILLED IN BY 400 WESTERN AND ASIAN FOREIGNERS. OF THESE, 60 WERE UNUSABLE, LEAVING A SAMPLE OF 340 PEOPLE. THERE WERE FOUR DIFFERENT VERSIONS OF THE QUESTIONNAIRE, IN ENGLISH, FRENCH, CHINESE AND JAPANESE. THESE ARE INCLUDED IN THE APPENDIX.

THE PURPOSES OF THE STUDY WERE :

1. TO STUDY FOREIGN TOURISTS' ATTITUDES AND IMPRESSIONS OF THAILAND IN MANY DIMENSIONS.
2. TO STUDY FOREIGNERS' KNOWLEDGE, THINKING AND UNDERSTANDING, AND THE ISSUES BEHIND THEIR DECISION TO COME TO THAILAND.
3. TO STUDY FOREIGNERS' ATTITUDES AND BEHAVIOR IN RELATION TO THAI CULTURE AFTER VISITING.
4. TO STUDY THE IMPORTANT ISSUES WHICH CREATE FOREIGNERS' ATTITUDE AND BEHAVIOR.
5. TO STUDY THE PROBLEMS AND OBSTACLES FOR THOSE TRAVELLING IN THAILAND, AND TO IDENTIFY WAYS TO REMEDY THEM.

CONTENTS

- CHAPTER 1 STATEMENT OF THE PROBLEMS AND SIGNIFICANCE OF THE STUDY; MOTIVATIONS OF THE RESEARCHER IN CONDUCTING THE STUDY (SEE ABOVE); UTILIZATION AND EXPECTATIONS OF THE STUDY.
- CHAPTER 2 THEORIES, IDEOLOGY, PAPERS AND RELEVANT RESEARCH REPORTS; REPORTS OF INTERVIEWS WITH MANY TOUR COMPANIES AND WITH LOCAL ENGLISH NEWSPAPERS IN PHUKET.
- CHAPTER 3 METHODOLOGIES OF RESEARCH; POPULATION AND SAMPLING; THE QUESTIONNAIRE AND ITS QUALITY; DATA COLLECTION; DATA ANALYSIS; AND STATISTICS AND DATA PRESENTATION.
- CHAPTER 4 RESULTS OF DATA PRESENTED IN DUMMY TABLES AND INTERPRETED IN WRITING FOR EACH DATA.
- CHAPTER 5 RESEARCH CONCLUSIONS, IMPLEMENTATIONS AND SUGGESTIONS.

RESULTS OF THE STUDY

WE FOUND THAT THE FOREIGNERS' HAVE MEDIUM - LEVEL ATTITUDES AND IMPRESSIONS ON VISITING THAILAND. THE LEVELS OF ATTITUDES AND IMPRESSIONS ARE REDUCED A LITTLE AFTER VISITING THAILAND. HOWEVER OVERALL NUMBERS OF FOREIGNERS HAVE INCREASED, FOR THE REASON THAT THEY HAVE VERY GOOD ATTITUDES AND IMPRESSIONS OF THE CALM BEAUTIFUL NATURAL RESOURCES, ESPECIALLY THE SEA, THE BEACHES AND THE ISLANDS; THE QUALITIES OF THAI PEOPLE ARE KINDNESS, FRIENDLINESS AND HELPFULNESS; FURTHERMORE, THE THAI PEOPLE WERE CONSCIOUS OF THE NEED TO PROMOTE TOURISM; THE GENERAL THAI ART AND CULTURE WHICH ARE UNIQUE; GUIDES GAVE GOOD SERVICE AND WERE KNOWLEDGEABLE

ABOUT TOURIST SITES. AFTER VISITING THAILAND, FOREIGNERS' ATTITUDES AND IMPRESSIONS ON THESE ISSUES IMPROVED. SO THESE ISSUES ARE IMPORTANT TO ENCOURAGE MANY FOREIGN TOURISTS TO STAY IN THAILAND EVERY YEAR, AND ARE A POSITIVE REASON TO MOTIVATE THAI GOVERNMENT TO CONSERVE THAI ART AND CULTURE.

HOWEVER, THERE WERE MANY ISSUES THAT INFLUENCED THE FOREIGNERS' ATTITUDES AND IMPRESSIONS NEGATIVELY. IN ORDER OF IMPORTANT THESE WERE : THE CAPACITY OF THAI PEOPLE TO SPEAK FOREIGN LANGUAGES; CLEANLINESS AND ORGANIZATION; EFFICIENCY AND SAFETY OF COMMUNICATION AND TRAFFIC IN THAILAND; BEING NOT DECEIT; INFRASTRUCTURE, THE QUALITY OF LIVES OF THAI PEOPLE, DRUG ADDICTION AND AIDS MANAGEMENT; ENTERTAINMENT; LOCAL ART AND CULTURE; THE COST OF THE TRAVELLING; THE SECURITY OF LIVES AND POSSESSIONS.

THE ISSUES OF TOURIST FACILITIES : THE QUALITY OF HOTELS AND RESORTS, REST ROOMS, SIGNBOARDS, VEHICLES AND TOURIST INFORMATION WERE HIGH ATTITUDE AND IMPRESSION BEFORE VISITING THAILAND. HOWEVER, AFTER VISITING, THE LEVEL OF ATTITUDE AND IMPRESSION ABOUT THESE ISSUES WERE THE MEDUIM, WHICH IS A REDUCTION.

FOR ALL WRITTEN ISSUES ARE THE MOST IMPORTANT TO CREATE FOREIGNERS' ATTITUDES AND BEHAVIOR TO HAVE A TRIP IN THAILAND. MOREOVER, FOREIGNERS FACED PROBLEMS AND OBSTACLES TO SUGGEST MEANS AND METHODS FOR SOLVING PROBLEMS DURING TRAVELLING IN THAILAND. THERE ARE 5 IMPORTANT ISSUES FROM THE MOST TO THE LEAST :

- 1) GARBAGE IN TOURIST SITES AND SUGGESTIONS ON HOW THE THAI GOVERNMENT SHOULD MANAGE IT.
- 2) DESTRUCTION OF NATURE AND ENVIRONMENT IN TOURIST SITES; AND ECO - TOURISM SHOULD BE PROMOTED.
- 3) PRICES OF GOODS AND SERVICES SHOULD BE STANDARD.
- 4) GUIDES AND

THAI PEOPLE OUGHT TO IMPROVE THEIR FOREIGN LANGUAGES : ENGLISH, CHINESE, AND JAPANESE. 5) IMPROVING POLLUTION MANAGEMENT, ESPECIALLY IN BANGKOK.

IN CONCLUSION, THE THAI GOVERNMENT SHOULD DEVELOP AND IMPROVE MANY ISSUES WHICH INFLUENCING FOREIGNERS' ATTITUDES AND IMPRESSIONS, PROBLEMS AND OBSTACLES SO FAR. USING KNOWLEDGE, PUBLIC POLICY AND ADMINISTRATION TO IMPROVE THEIR QUALITY FOR FOREIGNERS' PLEASURE. THESE WILL INCREASE THE QUALIFIED FOREIGN TOURISTS, AND BOOST NATIONAL INCOME, BUT THERE MUST BE GOOD TOURIST PLANNING. TO BE SURE THAT THAILAND TOURISM IS PROMOTED EFFECTIVELY.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน ซึ่ง
ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณอย่างยิ่งไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ นายอานุภาพ ธีร์รัฐ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 4
สำนักงานภูเก็ต เจ้าของและผู้จัดการบริษัททัวร์ต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาษาอังกฤษ Phuket Gazette และ Andamon Report ที่ได้สละเวลาให้
สัมภาษณ์ ตลอดจนให้เอกสารข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้ทราบ
สภาพปัญหาและสถานการณ์ต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

ขอขอบคุณ Mr. Alasdair Forbes บรรณาธิการบริหาร บริษัท เดอะภูเก็ตกาเซตท์
จำกัด ที่ได้กรุณาตรวจแก้ภาษาอังกฤษในรายงานวิจัยฉบับนี้ จนมีความสมบูรณ์

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ห้องสมุด มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ที่ได้ช่วย
ค้นคว้าข้อมูลในห้องสมุด และจากอินเทอร์เน็ต จนได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

ขอขอบคุณ คณะกรรมการที่ปรึกษาทุกท่าน และนายสนั่น พาหอม รองผู้อำนวยการ
สำนักพัฒนาการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม เขตการศึกษา 4 ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ
ตรวจ และชี้แนะแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้รายงานการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีความถูกต้อง
สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

และขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทุกท่าน ที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถามใน
การศึกษาวิจัยครั้งนี้อย่างเต็มที่ จนทำให้การเก็บข้อมูลลุล่วงไปด้วยดี

สารบัญ

	หน้า
รายชื่อคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้ศึกษาวิจัย	ก
คำนำ	ข
บทคัดย่อ	ค
ABSTRACT	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ญ
สารบัญ	ฎ
สารบัญตาราง	ต
สารบัญแผนภาพ	ถ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย	5
1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น	5
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย	5
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	8
1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.8 นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 การทบทวนวรรณกรรม	12
2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับเจตคติหรือทัศนคติ	12
2.1.2 ประเทศไทย สาระน่ารู้ และแหล่งท่องเที่ยว	21
2.1.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย	32
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว	46
ชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย จากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์	
ต่าง ๆ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต	

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย	63
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	63
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ	64
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	65
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย	65
3.5 การนำเสนอข้อมูล	68
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	69
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น	69
4.2 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยม ประเทศไทย	73
4.3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อประเทศไทย	126
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	131
5.1 สรุปผลการวิจัย	132
5.2 อภิปรายผลการศึกษาวิจัย	140
5.3 ข้อเสนอแนะ	147
- ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ	147
- ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	148
- ข้อเสนอแนะเชิงบริหาร	150
บรรณานุกรม	152

สารบัญ

ภาคผนวก		หน้า
ภาคผนวก ก	แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แปลเป็น ภาษาอังกฤษ	154
ภาคผนวก ข	แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แปลเป็น ภาษาฝรั่งเศส	171
ภาคผนวก ค	แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แปลเป็น ภาษาจีน	187
ภาคผนวก ง	แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่แปลเป็น ภาษาญี่ปุ่น	202

สารบัญตาราง

			หน้า
ตารางที่	2.1	แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ	47
ตารางที่	4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะส่วนตัว	70
ตารางที่	4.2	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย	73
ตารางที่	4.3	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพและปริมาณของทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับการท่องเที่ยว	75
ตารางที่	4.4	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น	76
ตารางที่	4.5	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติยังไม่ถูกทำลายมากนัก	77
ตารางที่	4.6	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	78
ตารางที่	4.7	คะแนนเฉลี่ยระดับความน่าสนใจและความเหมาะสมของทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	79
ตารางที่	4.8	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป	81
ตารางที่	4.9	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	82
ตารางที่	4.10	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมไทย	83
ตารางที่	4.11	คะแนนเฉลี่ยระดับความน่าสนใจของศิลปวัฒนธรรมไทย	84
ตารางที่	4.12	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่ออภินิหารของคนไทย	86

สารบัญตาราง

			หน้า
ตารางที่	4.13	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทย	87
ตารางที่	4.14	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพของคนไทย	88
ตารางที่	4.15	คะแนนเฉลี่ยระดับคุณภาพของคนไทย	89
ตารางที่	4.16	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทยด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	90
ตารางที่	4.17	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทยด้านพฤติกรรมในการให้บริการ	91
ตารางที่	4.18	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทยด้านความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ	92
ตารางที่	4.19	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทยด้านความพอเพียงของมัคคุเทศก์	93
ตารางที่	4.20	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทย	94
ตารางที่	4.21	คะแนนเฉลี่ยระดับคุณภาพของมัคคุเทศก์ไทย	95
ตารางที่	4.22	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจร	96
ตารางที่	4.23	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่เกิดอุบัติเหตุ	97
ตารางที่	4.24	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการได้มาตรฐานของถนน	98
ตารางที่	4.25	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย	99

สารบัญตาราง

			หน้า
ตารางที่	4.26	คะแนนเฉลี่ยระดับความมีคุณภาพของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย	100
ตารางที่	4.27	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่เกิดอาชญากรรมในประเทศไทย	101
ตารางที่	4.28	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อรัฐบาลไทยในการส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอดอาชญากรรม	102
ตารางที่	4.29	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	103
ตารางที่	4.30	คะแนนเฉลี่ยระดับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	104
ตารางที่	4.31	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่ถูกหลอกหลวงจากมัคคุเทศก์	105
ตารางที่	4.32	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่ถูกหลอกหลวงให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง	106
ตารางที่	4.33	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่ถูกหลอกหลวงในรูปแบบต่าง ๆ	107
ตารางที่	4.34	คะแนนเฉลี่ยระดับการไม่ถูกหลอกหลวงในรูปแบบต่าง ๆ	108
ตารางที่	4.35	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการสาธารณสุขปภคที่ได้มาตรฐานและพอเพียง	109
ตารางที่	4.36	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนได้มาตรฐานสากล	110
ตารางที่	4.37	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในไทย	111
ตารางที่	4.38	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อบริการสาธารณสุขปภค คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในประเทศไทย	113

สารบัญตาราง

		หน้า	
ตารางที่	4.39	คะแนนเฉลี่ยระดับความมีคุณภาพของบริการสาธารณสุขภาค คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติด และโรคเอดส์ในประเทศไทย	113
ตารางที่	4.40	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อ ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง	115
ตารางที่	4.41	คะแนนเฉลี่ยระดับความสะอาดและความเป็นระเบียบ เรียบร้อยของบ้านเมือง	116
ตารางที่	4.42	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อ การมีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก	117
ตารางที่	4.43	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อ สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	118
ตารางที่	4.44	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อ การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว	119
ตารางที่	4.45	คะแนนเฉลี่ยระดับคุณภาพของการอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว	120
ตารางที่	4.46	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย	121
ตารางที่	4.47	คะแนนเฉลี่ยระดับความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยวประเทศไทย	122
ตารางที่	4.48	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อ แหล่งบันเทิงในประเทศไทย	123
ตารางที่	4.49	คะแนนเฉลี่ยระดับความน่าสนใจของแหล่งบันเทิงใน ประเทศไทย	124
ตารางที่	4.50	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อ การรู้ภาษาต่างประเทศของคนไทย	125

สารบัญตาราง

			หน้า
ตารางที่	4.51	เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเที่ยวประเทศไทย	126
ตารางที่	4.52	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย	127

สารบัญแผนภาพ

		หน้า
แผนภาพที่ 1	แสดงรูปโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ทศนคติ เจตจำนง และพฤติกรรมเกี่ยวกับวัตถุ X	18
แผนภาพที่ 2	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของทศนคติ	19
แผนภาพที่ 3	แสดงวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในตลาด	37
แผนภาพที่ 4	แสดงขั้นตอนตามทฤษฎีวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวตาม แนวความคิดของ Butler	38

บทที่ 1

บทนำ

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

(Statement of the problems and significance of the study)

ประเทศไทยมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ได้เปรียบกว่าหลาย ๆ ประเทศ ทั้งในด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สถาปัตยกรรม การคมนาคม อุตสาหกรรมบริการของคนไทย รวมถึงประวัติศาสตร์อันน่าภาคภูมิใจ ความเป็นเอกราชที่ยาวนาน จึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อนอยู่ในประเทศไทย รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย ก็นิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างแพร่หลาย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือเป็นบริการที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยโดยส่วนรวม มีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากนำไปเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกของไทยแล้ว รายได้จากการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับหนึ่ง ตั้งแต่ ปีพุทธศักราช 2525 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ยังคงเป็นรายได้สำคัญอันดับหนึ่งของประเทศไทยโดยมีเปลี่ยนแปลง¹

รัฐบาลโดยคณะกรรมการสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่ง ในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยกำหนดกรอบเป้าหมายในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลอดระยะเวลา 5 ปี ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) ไว้ว่าจะต้องดำเนินการส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นได้ต่ำกว่าร้อยละ 7 ต่อปี ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15 ต่อปี และจะต้องส่งเสริมให้คนไทยเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี จากกรอบเป้าหมายดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้มีแผนงานบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามกรอบระยะเวลาของแผนพัฒนาฉบับที่ 8 และแผนงานระยะสั้นตามรอบปีงบประมาณ และเพื่อให้มีการเตรียมการล่วงหน้ากับภาวะตลาดอันเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนมากยิ่งขึ้น จึงได้กำหนดให้มีแผนงานล่วงหน้าในระยะ 2 ปี ภายใต้ชื่อแผนการท่องเที่ยว ประจำปี 2541 - 2542 โดยมีสาระสำคัญทั้งในด้านการบริหารองค์กร (ททท.) ที่รับผิดชอบต่ออุตสาหกรรม

¹ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, โครงการปฏิบัติการหน่วยเคลื่อนที่เพื่อเผยแพร่ความรู้การท่องเที่ยว และรณรงค์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, 2540 : 1

ท่องเที่ยวโดยตรง การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว และการตลาดท่องเที่ยว โดยเฉพาะแนวคิดในการรณรงค์ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปี 2541 - 2542 ได้กำหนดให้เป็นปีท่องเที่ยวไทยอีกครั้งหนึ่งใน THEME ของ "AMAZING THAILAND 1998 - 1999" ทั้งนี้ เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 และร่วมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ในปี 2542²

แม้ว่าประเทศไทย จะให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดย ททท. ได้จัดทำแผนการตลาดและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและมาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังพบสภาพปัญหามากมายหลายด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังที่ได้สัมภาษณ์ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 4 สำนักงานภูเก็ต นายอานุกาญ ธีรัฐ ในวันที่ 3 กันยายน 2541 พบว่า ปัญหาหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดความประทับใจ ได้แก่

1. ปัญหาขยะและสิ่งสกปรก ดังที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบางคนบอกว่า ได้เห็นโฆษณาเกาะพีพีในภาพยนตร์ สวยงามมาก แต่เมื่อไปถึงเกาะพีพีแล้ว กลับพบว่าชายหาดมีขยะ น้ำก็ไม่ใส รู้สึกผิดหวังมาก ทั้งนี้ เนื่องจากรัฐบาลไทยยังขาดระบบการจัดการการเก็บแยกประเภท และกำจัดขยะที่ดี ขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ทิ้งขยะไม่เป็นที่เป็นทาง ปัญหาขยะและสิ่งสกปรกนับว่าเป็นปัญหาหลักอันดับหนึ่ง
2. ปัญหาน้ำเสีย โรงแรมมักปล่อยน้ำเสียลงทะเล ทั้งที่โรงแรมมีเครื่องบำบัดน้ำเสีย แต่เนื่องจากต้นทุนสูงจึงไม่ค่อยได้ใช้เครื่องบำบัดน้ำเสีย
3. ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ เช่น ปะการังได้นำถูกทำลาย มีโรงงานอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว
4. ปัญหาการเอาเปรียบหลอกหลวง มีการเสนอขายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ แก่นักท่องเที่ยวขายสินค้าแพง การเอากำไรค่านายหน้าเมื่อนักท่องเที่ยวไปซื้อเครื่องเพชรพลอย
5. การอำนวยความสะดวกไม่พอเพียง ดังเช่นที่เชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีบริการสาธารณสุข ไม่มีห้องน้ำ ไม่มีป้ายบอกทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง ไม่มีพาหนะที่เข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว และไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเมื่อไปถึง เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับความสูงของน้ำตก

² การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สรุปแผนการท่องเที่ยว ประจำปี 2541 - 2542 : บทนำ

6. มัคคุเทศก์ที่ไม่มีคุณภาพ ไม่ให้ข้อมูลที่ถูกต้องหรือขาดความรู้ทางด้านวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ เช่น การนั่งคร่อมพระพุทธรูปแล้วถ่ายภาพ นอกจากนี้ยังมีมัคคุเทศก์เถื่อน

สำหรับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภาคใต้ (ตอนบน) พบว่า

จังหวัดภูเก็ต มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ชยะ ขาดระบบการเก็บ แยกประเภท และกำจัดขยะที่ดี ปัญหาการสร้างอาคารบดบังทัศนียภาพและทำลายสภาพแวดล้อม ปัญหาความขัดแย้งในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติจากกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้แก่ ทัวร์เดินป่า ดำน้ำ ซีแคนู ซีวอร์คเกอร์ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและชุมชนในท้องถิ่น

ปัญหาด้านบริการ ได้แก่ ปัญหาเจ็ตสกี สร้างความรำคาญแก่นักท่องเที่ยว การเกิดอุบัติเหตุ การเอาเรือไปเปรียบของผู้ประกอบการเจ็ตสกี ขาดการควบคุมที่เข้มงวดในการให้ประกอบการธุรกิจให้เขาเจ็ตสกี จึงทำให้นโยบาย “เมืองภูเก็ตปลอดเจ็ตสกี” ยังไม่สัมฤทธิ์ผลที่ได้ตั้งไว้ ให้ภูเก็ตปลอดเจ็ตสกี ตั้งแต่ มกราคม 2541 ปัญหาท่าเทียบเรือท่องเที่ยวไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาการเอาเรือไปเปรียบค่าโดยสาร รถยนต์รับจ้างไม่ประจำทางและการจัดระเบียบผู้ประกอบการรถเช่า ปัญหามัคคุเทศก์ขาดความชำนาญ โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ที่มีความชำนาญด้านภาษาเกาหลี

จังหวัดพังงา มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ปัญหาความแออัดของเรือท่องเที่ยวที่เข้าไปจอดบริเวณเขาพิงกัน เป็นผลกระทบให้เกิดการสึกกร่อนของเขาดงปู

ปัญหาด้านบริการ ได้แก่ ปัญหาความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย และความไม่สะอาดของผู้ประกอบการบริเวณเขาพิงกัน เขาพิงกัน และอ่าวพังงา ปัญหาการให้บริการในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาธุรกิจนำเที่ยวไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาการเอาเรือไปเปรียบจากผู้ประกอบการ

จังหวัดกระบี่ มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ปัญหาที่เกิดจากความแออัดของธุรกิจท่องเที่ยวบนเกาะพีพี มีขยะ น้ำเสีย แนวปะการังเสียหายจากเรือท่องเที่ยว การทำการประมงบางชนิด เช่น อวนลาก เรือโดนมึก ปัญหาสิ่งแวดล้อมถูกทำลายจากกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ปัญหาด้านบริการ ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคไม่เพียงพอ เช่น ไฟฟ้าบนเส้นทางสู่แหล่งท่องเที่ยว อาทิ ถนนไปสู่สถานหอย อ่าวพระนาง หาดนพรัตน์ธารา ปัญหาการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ไม่ได้มาตรฐาน³

นอกจากนี้ จากการศึกษาลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี 2539 ของ ผศ.ดร.เพ็ญแข แสงแก้ว และคณะ ภาควิชาจิตวิทยาและสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยชี้ให้เห็นว่า “ก่อนที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะเดินทางมาประเทศไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีหรือดีมากต่อประเทศไทยเกือบทุกเรื่อง นั้นแสดงว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเทศไทยทำได้ดีมาก และได้ผลสูงสุด แต่ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาประเทศไทยแล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกือบทุกกลุ่มประเทศมีความประทับใจในเรื่องต่าง ๆ ลดลง นั้นแสดงให้เห็นว่า ชาวต่างประเทศเมื่อเข้ามาประเทศไทยแล้ว ได้เห็นภาพลักษณ์ที่ต่างไปจากที่โฆษณาที่ประชาสัมพันธ์ไว้ จึงเกิดทัศนคติที่เป็นลบ เปลี่ยนไปจากสิ่งที่มีอยู่เดิม ดังนั้น เพื่อที่แก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงศึกษาวิจัยถึงเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาดังกล่าว เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางเชิงนโยบายของรัฐในการปฏิบัติต่อชาวต่างประเทศได้อย่างเหมาะสม เพื่อนำผลมาเป็นเหตุปัจจัยสร้างและสงวนรักษาภาพลักษณ์ที่ดีงามไว้ เพื่อให้คนไทยได้ร่วมมือและช่วยกันถนอมรักษาความดีงามนั้นไว้ เป็นศักดิ์ศรีแห่งความเป็นไทยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา (Objective of the study)

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีดังต่อไปนี้

- 1.2.1 เพื่อศึกษาเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทยในด้านต่าง ๆ
- 1.2.2 เพื่อศึกษาถึงความรู้ ความคิด ความเข้าใจ และปัจจัยเกื้อหนุนต่อการตัดสินใจก่อนการเดินทางมาประเทศไทย

³ สำนักงาน สกต. 2 (นครศรีธรรมราช), สรุประเบียบปัญหาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอในที่ประชุมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภาคใต้ (ตอนบน), ณ โรงแรมรอยัล ภูเก็ต ซิตี้ วันที่ 31

- 1.2.3 เพื่อศึกษาเจตคติ และพฤติกรรม ของชาวต่างประเทศต่อวัฒนธรรมไทยหลังจากได้มาเยี่ยมประเทศไทย
- 1.2.4 เพื่อศึกษาปัจจัยอันสำคัญที่สร้างเจตคติและพฤติกรรมของชาวต่างประเทศ
- 1.2.5 เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางมาประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

1.3.1 เป็นการศึกษา "เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มาเยี่ยมประเทศไทย" ในจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น เนื่องจากภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ที่มีชาวต่างประเทศมากที่สุด

1.3.2 เป็นการศึกษาวิจัยในช่วงระยะเวลาเพียง 1 ปี คือ 1 กันยายน 2541 – 30 กันยายน 2542

1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น

1.4.1 เป็นการศึกษาวิจัยที่ตั้งบนพื้นฐานที่สภาพการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างปกติ ไม่มีวิกฤติการณ์ด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม กระทบอย่างรุนแรง (เกิดสงคราม การจลาจล ทูปภิภพ)

1.4.2 กลุ่มตัวอย่างตอบอย่างเต็มใจ โดยทุกคนมีอิสระในการตอบ

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1.5.1 ศึกษางานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เป็นการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสารต่าง ๆ จากหน่วยงานราชการ และเอกชน เพื่อหาแนวทางและแนวโน้มที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย และได้ทำการประสานงานขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ คือ

- ก. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 4 สำนักงานภูเก็ต
- ข. คณะการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
- ค. บริษัททัวร์ต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 11 บริษัท
- ง. บริษัทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาษาอังกฤษ 2 บริษัท คือ บริษัท The Phuket Gazette และบริษัท Andamon Report

เอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- 1) โครงการปฏิบัติการหน่วยเคลื่อนที่ เพื่อเผยแพร่ความรู้การท่องเที่ยว และ รณรงค์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
 - อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - อดีต ปัจจุบัน อนาคต ทิศทางการท่องเที่ยวเยาวชน
 - การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับกระแสหลักของการท่องเที่ยว
 - การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสู่ทางการพัฒนาที่ยั่งยืน
 - นโยบายและแผนการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (พ.ศ. 2540 – 2559)
- 2) แผนการท่องเที่ยว ประจำปี 2541 – 2542
 - โครงการปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542 (Amazing Thailand 1998 – 1999)
- 3) แผนตลาดเร่งด่วน 2541 : ภูเก็ต พังงา กระบี่
- 4) กิจกรรมการดำเนินงานตามแผนการตลาดท่องเที่ยว ปี 2541 สำนักงาน ต่างประเทศ
- 5) โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาท่องเที่ยวภาคใต้ตอนบน (ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง พังงา กระบี่)
- 6) ทักษะคนดี ความเชื่อ และพฤติกรรม : การวัด การพยากรณ์ และการเปลี่ยนแปลง
- 7) Lonely Planet. Destination Thailand [WWW document] URL : <http://WWW.lonelyplanet.com/dest/sea/thai.html/>, 1999. [Visited 18th may 1999].

- 8) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544)
- 9) เอกสารการวิจัย "การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ต เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของโลกอย่างยั่งยืน"

1.5.2 สร้างแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามจากการศึกษาวิจัยต่าง ๆ ที่มี

อิทธิพลต่อเจตคติและความประทับใจ พฤติกรรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อกำหนดขอบข่ายคำถาม ได้แก่

- ความรู้ ความคิด ความเข้าใจที่มีต่อประเทศไทย
- ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
- ศิลปวัฒนธรรมไทยและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
- อาหารไทยและคุณภาพของอาหาร
- การจราจรและการเกิดอุบัติเหตุ
- ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- การหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ
- การบริการสาธารณสุข สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ
- ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง
- มัคคุเทศก์
- การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
- แหล่งบันเทิงต่าง ๆ

ตอนที่ 3 จะเป็นคำถามปลายเปิด ให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ แบบสอบถามได้รับการแปลเป็นภาษาต่างประเทศ 4 ภาษา คือ อังกฤษ ฝรั่งเศส จีน และญี่ปุ่น

1.5.3 งานสนาม เป็นการออกสำรวจเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 400 คน

1.5.4 งานวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาดำเนินการทางสถิติและวิเคราะห์ถึงเจตคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย

1.5.5 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบปัจจัยที่ทำให้เกิดสภาพปัญหาของการท่องเที่ยว เป็นข้อมูลสำคัญในการกำหนดแนวทางเชิงนโยบายของรัฐบาลในการปฏิบัติต่อชาวต่างประเทศได้อย่างเหมาะสม
2. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแสดงความคิดเห็นทุก ๆ ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะได้นำข้อมูลไปปรับปรุงการดำเนินงาน
3. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แสดงถึงความต้องการในด้านต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เพื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะได้จัดหาสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้
4. เป็นการกระตุ้นให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สนใจปัญหาที่เกิดขึ้นและดำเนินการแก้ไขปัญหาเพิ่มขึ้น
5. เป็นการเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการท่องเที่ยว เพราะเผยแพร่งานวิจัยเรื่องนี้แก่หน่วยงานต่าง ๆ

1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ขยายตัวขึ้นในระยะยาว
2. ภาครัฐและเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่น มีบทบาทร่วมกันในการแก้ไขหรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีคุณค่า

3. มีการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรัก ห่วงแหนและทำนุบำรุงทรัพย์สินมรดกทางการท่องเที่ยว
4. พัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
5. ผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพ ได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ
6. มีการกำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 มีมาตรฐานต่าง ๆ ในการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
7. ร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว
8. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคม ทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคมส่วนรวมของประเทศ

1.8 นิยามศัพท์

1.8.1 เจตคติหรือทัศนคติ (Attitude) : Katz, 1960 ได้เสนอว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่จิตใจให้บุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งในรูปแบบของความชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติจะรวมความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ และความรู้หรือความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งนั้น คุณลักษณะของมัน และส่วนที่สัมพันธ์กับสิ่งอื่น⁴

1.8.2 ความประทับใจ (Impression) : ติดอกติดใจ ผั่งอยู่ในใจ⁵

1.8.3 วัฒนธรรม (Culture) : ความเจริญ ความงอกงาม สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ วิถีชีวิตของหมู่คณะ ในพระราชบัญญัติวัฒนธรรมพุทธศักราช 2485 หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้า

⁴ จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, ทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม : การวัด การพยากรณ์ และการเปลี่ยนแปลง, มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, กรุงเทพฯ, 2538 : 1

⁵ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 : 499

ของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน ทางวิทยาการ หมายถึง พฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่
ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในพวกของตน⁶

1.8.4 **ประเพณี** : สิ่งที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาในสังคม เช่น ประเพณีการแต่งงาน
ประเพณีทางศาสนาต่าง ๆ ในศาสนาพุทธ ได้แก่ ประเพณีการบวช ประเพณีสงกรานต์ หรือ
ตามความหมายในพจนานุกรม หมายถึง สิ่งที่นิยมถือปฏิบัติสืบ ๆ กันมา จนเป็นแบบแผน
ขนบธรรมเนียม หรือจารีตประเพณี ประเพณีนิยม คือ ประเพณีของสังคมที่ถือปฏิบัติสืบทอดกัน
มา⁷

1.8.5 **ศิลปะ, ศิลป (Art)** : ฝีมือ ฝีมือการช่าง การแสดงออกซึ่งอารมณ์สะท้อนใจให้
ประจักษ์เห็น⁸

1.8.6 **ท้องถิ่น (Local)** : ท้องที่ใดท้องที่หนึ่งโดยเฉพาะ เช่น เวลาท้องถิ่น ประเพณี
ท้องถิ่น⁹

1.8.7 **พฤติกรรม (Behavior)** : การกระทำทุกอย่างของมนุษย์ ไม่ว่าจะการกระทำนั้น
ผู้กระทำจะทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าจะคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ได้ก็ตาม
และไม่ว่าการกระทำนั้นจะพึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ก็ตาม ดังนั้น การเดิน การยืน การคิด
การตัดสินใจ การปฏิบัติตาม หน้าที่ การละทิ้งหน้าที่ เป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น¹⁰

1.8.8 **ศิลปวัฒนธรรมไทยโดยทั่วไป** : ความเจริญงอกงามทางด้านฝีมือ ฝีมือ
การช่าง การแสดงออกต่าง ๆ ทางด้านอารมณ์ของคนไทยในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การแต่งกาย
ผ้าไทย รำไทย มวยไทย สถาปัตยกรรมต่าง ๆ อาหารไทย ภาษาอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย

⁶ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 : 734

⁷ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 : 501

⁸ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 : 759

⁹ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 : 381

¹⁰ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, พฤติกรรมวัยรุ่น (Adolescent Behavior) เอกสารการสอนชุดวิชา
หน่วยที่ 1-8 สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ : 5

1.8.9 ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น : ความเจริญงอกงามทางด้านฝีมือ ฝีมือการช่าง การแสดงออกต่าง ๆ ทางด้านอารมณ์ของคนไทยในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง ได้แก่ เสื้อผ้า การแต่งกาย พ็อนรำ ศิลปะการต่อสู้ การแกะสลัก สถาปัตยกรรมต่าง ๆ อาหาร ภาษา วิถีชีวิต ฯลฯ อันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง

1.8.10 แฟนตาซี (Fantasy) : การจัดสถานที่ การแสดง การละเล่น สินค้าที่ระลึก อาหาร และศิลปะต่างๆ ที่หลากหลาย และแสดงถึงวัฒนธรรมแต่ละภาค แต่ละท้องถิ่นของประเทศไทย และเปิดบริการให้นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปได้เข้าชม

1.8.11 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และนิเวศน์สัญจร (Eco - Tourism) : การท่องเที่ยวที่กลมกลืนกับธรรมชาติ ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมธรรมชาติ เช่น การเที่ยวป่าโดยใช้เข็มทิศนำทาง เป็นเวลา 2 - 3 วัน การเข้าไปชมการเกี่ยวข้าวของชาวนาจริง ๆ มิใช่เป็นการสาธิตให้ดู การขี่ช้างไปยังหมู่บ้านชาวเขาเป็นพาหนะเดินทางจริง ๆ มิใช่ขี่ช้างภายในสวนป่าที่กำหนด และการใช้เรือแคนูล่องทะเล เทียวถ้ำในทะเล โดยไม่ทำลายปะการัง เป็นต้น

1.8.12 สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุเกสของภูเก็ต : สถาปัตยกรรมอาคารบ้านเรือน ที่ทำการรัฐบาล ธนาคาร และตึกแถว ในลักษณะที่ผสมผสานระหว่างสถาปัตยกรรมของจีน ซึ่งเป็นรูปแบบของตึกที่สร้างในยุคแรก (สมัยรัชกาลที่ 4) และแบบเรอเนซองส์ และนีโอคลาสสิกของยุโรป ซึ่งเป็นอิทธิพลที่ผ่านมาจากปีนัง และเรียกกันว่า สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุเกส (Sino - Portuguese)¹¹

¹¹ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์, การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของโลกอย่างยั่งยืน, รายงานการวิจัย วิชาการ.ศ. 840 สัมมนาเชิงปฏิบัติการ หลักสูตรปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์ ภาคพิเศษ ภูเก็ตรุ่น 1, 2539 : 154

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม
และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีแนวความคิด องค์ความรู้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์ต่างๆ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสำหรับชาวต่างประเทศ และคนในท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต มาประกอบในการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

2.1 การทบทวนวรรณกรรม

2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับเจตคติ หรือ ทศนคติ (ATTITUDE)

ทัศนคติ¹² เป็นเรื่องที่นักสังคมศาสตร์จำนวนมากโดยเฉพาะนักจิตวิทยาสังคม ได้ให้ความสนใจศึกษาเรื่องนี้อย่างลึกซึ้งในแง่มุมต่างๆ โดยจะเห็นจากมีผลงานวิจัย เอกสาร และหนังสือที่เขียนเกี่ยวกับเรื่องนี้มีอยู่จำนวนมาก จนอาจกล่าวได้ว่า เป็นหนึ่งในจำนวนเรื่องที่มีผู้ศึกษามากที่สุดในสาขาสังคมศาสตร์ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากธรรมชาติและเนื้อหาของทัศนคติค่อนข้างจะซับซ้อนและเข้าใจยาก ฉะนั้นจึงพบว่ามีความแตกต่างในแนวคิดทฤษฎีที่ใช้เกี่ยวกับเรื่องนี้อยู่มาก นักวิชาการด้านนี้ได้พยายามหาคำจำกัดความที่เหมาะสม ถูกต้อง รัดกุม และใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด เป็นต้นว่า เทอร์สโตน (Thurstone, 1928 , 1931) , เคริช และครัทฟิลด์ (Krech and Crutchfield , 1948) , แคทซ์ (Katz , 1960) , นิวคอมบ์ (Newcomb, 1964) , แอนเดอร์สัน และฟิชบายน์ (Anderson and Fishbein, 1965), ทริแอนด์ลิส (Triandis, 1971), โรคิช (Rokeach, 1972) ฯลฯ เมื่อศึกษาคำจำกัดความที่ท่านได้ให้ไว้นี้ จะพบว่ามีความไม่สอดคล้องกันอยู่มาก แต่สิ่งหนึ่งที่นักวิชาการส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันคือ ทัศนคติเป็นสภาวะความพร้อม ที่จะตอบสนองต่อสถานการณ์หนึ่งๆ -("The readiness to respond" to a situation) หากได้รับสิ่งเร้าที่เหมาะสม ความพร้อมนี้เกิดจากการประเมินสิ่งที่รับรู้มาเกี่ยวกับสถานการณ์นั้น ๆ มีอารมณ์ความรู้สึกแฝงอยู่ด้วย ดังจะเห็นได้จากคำจำกัดความของ ออลพอร์ต (Allport, 1935) ที่ค่อนข้างจะเป็นที่ เชื่อถือในหมู่นักวิชาการ เนื่องจาก

¹² จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, เรื่องเดิม, 2538 : 1 - 8

เขาได้ใช้เวลาศึกษาเรื่องนี้อยู่นาน ได้วิเคราะห์ความหมายของ คำจำกัดความที่มีอยู่เดิมจำนวนมาก ผลสมผลสานกับผลการศึกษาเรื่องนี้ของเขาเอง จึงได้สรุปว่า

ทัศนคติ เป็นสภาวะความพร้อมทางจิต ซึ่งเกิดขึ้นจาก ประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทาง หรือเป็นตัวกระตุ้นปฏิกิริยาตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง (An attitude is a mental and neural state of readiness, organized through experience, exerting a directive or dynamic influence upon the individual response to all object an situation with which it is related)

แคทซ์ (1960) ก็เช่นกัน ได้ให้คำจำกัดความทัศนคติในลักษณะที่คล้ายคลึงกันและขยายความให้ชัดเจนขึ้น ดังนี้

ทัศนคติเป็นสิ่งที่จูงใจให้บุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งในรูปแบบของความชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติจะรวมความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบและความรู้หรือความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งนั้น คุณลักษณะของมันและส่วนที่สัมพันธ์กับสิ่งอื่น (Katz defines attitude as the predisposition of the individual to evaluate some object or aspect of his world in a favorable or unfavorable maner. Attitude include both the affective, or feeling core of liking or disliking and the cognitive, or belief, element which describe the object of the attitude, its characteristics and its relations to the other objects.)

ด้วยเหตุนี้ การที่จะศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ จึงมีความจำเป็นต้องทำความเข้าใจทัศนคติ เพราะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะกระตุ้นให้เกิดการกระทำ ซึ่งหมายถึงว่า ถ้าเรารู้ทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งๆ เราจะสามารถใช้ร่วมกับตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้นว่า ตัวแปรจิตวิทยา สังคม เศรษฐกิจ หรือตัวแปรภูมิหลังอื่นๆ เพื่อให้ทำนายหรืออธิบายการกระทำได้ ตัวอย่าง การศึกษาพฤติกรรมกรรมมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนา การยอมรับนวัตกรรมด้านต่างๆ ฯลฯ ทัศนคติและตัวแปรที่เกี่ยวข้องจะช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มความเข้าใจในเรื่องเหล่านี้ดีขึ้น

คุณลักษณะของทัศนคติ

นอกจากสภาวะความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสถานการณ์หนึ่งๆ หากมีสิ่งเร้าที่เหมาะสม ดังกล่าวข้างต้นยังมีคุณลักษณะบางด้านที่นักทฤษฎีทางทัศนคติจำนวนไม่น้อยมีความเห็นพ้องต้องกันและเป็นคุณลักษณะที่น่าสนใจศึกษา เนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล ดูบ (Doob, 1947), เชิน (Chein, 1948) ฮอฟแลนด์ และคณะ (Hovland et al; 1953), เซอร์รีฟ (Sherif and Sherif, 1956) ชอร์ และ ไรท์ (Shaw and Wright, 1956), เคริช และคณะ (Krech et al; 1962), แมค เดวิด และฮารารี (McDavid and Harari, 1969) ได้รวบรวม คุณลักษณะของทัศนคติดังกล่าวไว้ดังนี้

1. **ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้** นักวิชาการด้านทัศนคติจำนวนไม่น้อยเป็นต้นว่าออลพอร์ท (1950), ชอร์ และไรท์ (1956), แมคเดวิด และฮารารี (1969) ฯลฯ ได้เห็นตรงกันว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด ประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ การสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านกระบวนการปะทะสังสรรค์กับสิ่งต่างๆ ในสังคม เป็นต้นว่า บุคคล สิ่งของ สถานการณ์-แวดล้อม และความผันแปรในสังคม ฯลฯ มีผลโดยตรงต่อทัศนคติ เช่น บุคคลหนึ่งมีทัศนคติทางบวกต่อปุ๋ยเคมีได้ต่อเมื่อมีความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยเคมีดีพอสมควร รู้ว่าหากใช้ให้ถูกกับชนิดพืช และใช้อย่างถูกวิธี ก็จะได้รับผลผลิตสูง หรือไม่บุคคลนั้นก็จะต้องมีประสบการณ์ ได้เคยเห็นคนอื่นใช้ หรือตนเองเคยใช้มาแล้วได้ผลดี ความรู้สึกทางบวกต่อปุ๋ยเคมีชนิดนั้นจึงจะเกิดมีขึ้น ดังนั้นเป็นต้น ฉะนั้นการศึกษาและทำความเข้าใจทัศนคติ จำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีการเรียนรู้มาอธิบาย ซึ่งหมายถึงว่าจะต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องการรับรู้ แรงจูงใจ ความสนใจที่จะเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตรงกับความต้องการ ฯลฯ การเพิ่มความรู้และประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญ และมีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างการพัฒนา และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

2. **ทัศนคติดีคุณลักษณะของการประเมิน (evaluative nature)** ทัศนคติเกิดจากการประเมินความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลมีอยู่เกี่ยวกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือเหตุการณ์ ฯลฯ (attitude object) ซึ่งจะเป็นสื่อกลางทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ดูบ (1947), ออสกู๊ด และคณะ (Osgood et al;1957) แอนเดอร์สัน และพิชปายน์ ๖1965๗, ล็อตต (Lott and Lott, 1968) ทริแอนดิส (1971) ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเด่นชัด และเน้นให้เห็นข้อเท็จจริงในเรื่องนี้ ทัศนคติดีธรรมชาติของการประเมิน เป็นความคิดหรือความเชื่อที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ด้วย

การที่บุคคลหนึ่งจะมีทัศนคติอย่างไรต่อสิ่งใด ขึ้นอยู่กับผลการประเมินความรู้ ความคิด หรือ ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประเมินเกิดความรู้สึกทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งดังกล่าว ผลการประเมินอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ตัวอย่างเช่น ทัศนคติต่อสิ่งเดียวกันอาจจะแตกต่างกันตามเพศ อายุ หรืออาชีพ ฯลฯ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีความรู้ และประสบการณ์ที่ไม่เหมือนกัน

คุณลักษณะของทัศนคติในด้านการประเมินนี้ ฟิชบายน์ และ ไอเซน (Fishbein and Alzen, 1975) เน้นว่า เป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ทัศนคติแตกต่างกันอย่างแท้จริงจาก แรงผลักดันภายในอื่นๆ เช่น นิสัย แรงขับ หรือแรงจูงใจ เขากล่าวว่า เป็นคุณลักษณะที่บ่งชี้ ความแตกต่างดังกล่าวได้แน่นอนกว่าคุณลักษณะที่นิวคอมบ์ (1950) ได้เคยเสนอไว้ในเรื่อง ทัศนคติต้องมีสิ่งที่หมายถึง (attitude object) ยิ่งกว่านั้น นักวิชาการด้านทัศนคติต่างก็มีความ คิดเห็นตรงกัน โดยไม่มีผู้ใดโต้แย้งในเรื่องที่ว่าความรู้สึกเป็นส่วนสำคัญที่สุดของทัศนคติ เป็น คุณลักษณะที่ขาดไม่ได้ แม้ว่าในคำจำกัดความของทัศนคติส่วนใหญ่จะไม่ได้ระบุคำนี้ไว้อย่าง แจ่มชัดนักก็ตาม

3. **ทัศนคติมีคุณภาพและความเข้ม** (quality and intensity) คุณภาพและความ เข้มของทัศนคติจะเป็นสิ่งที่บอกระดับ ความแตกต่างของทัศนคติที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่างๆ เคริช และคณะ (1962), แม็คเกรธ (McGrath, 1964), นิวคอมบ์ และคณะ (1965) กล่าวถึงคุณภาพ ของทัศนคติเป็นสิ่งที่ได้จากการประเมิน เมื่อบุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็อาจมีทัศนคติทาง บวก (ความรู้สึกชอบ) หรือทัศนคติทางลบ (ความรู้สึกไม่ชอบ) ต่อสิ่งนั้น นั่นคือก่อให้เกิดสภาวะ ความพร้อมที่จะเข้าหาหรือหลีกเลี่ยงสิ่งดังกล่าว ส่วนความเข้มจะบ่งถึงความมากน้อยของทัศนคติ ทางบวกหรือลบ หรือบ่งชี้ระดับการประเมิน เช่น ชอบมาก ชอบปานกลาง ชอบน้อย ในการ เผยแพร่วิทยา-การเกษตรแผนใหม่ ทัศนคติที่พึงปรารถนาจะเสริมสร้างให้มีขึ้น คือทัศนคติทาง บวกต่อวิทยาการดังกล่าว ดังนั้นก่อนอื่นต้องทำให้เกษตรกรสนใจที่จะศึกษาสิ่งที่จะนำไปเผยแพร่ เพื่อให้เกิดการประเมิน ซึ่งเป็นการเริ่มต้นกระบวนการยอมรับ ขั้นตอนนี้สำคัญ เพราะบุคคลจะ เลือกรับรู้ ศึกษาและประเมินเฉพาะสิ่งที่ตนสนใจเท่านั้น และถ้าสามารถทำได้สำเร็จกับเกษตรกร ส่วนใหญ่ ก็จะก่อให้เกิดแรงผลักดันจากกลุ่มซึ่งจะช่วยเพิ่มความเข้มของทัศนคติต่อวิทยาการ ดังกล่าว ด้วยเหตุนี้การศึกษาทัศนคติจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการศึกษการยอมรับ

4. **ทัศนคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงง่าย** (permanence) ทัศนคติคงทนและเปลี่ยนแปลง ได้ไม่ถาวรนัก (stable and enduring) นักจิตวิทยาสังคมหลายท่านเป็นต้นว่า เซอร์วีฟ และเซอร์วีฟ (1956) นิวคอมบ์ และคณะ (1965) , โรดริช (1970) กล่าวถึงทัศนคติที่ฝังแน่นลึกซึ้ง เนื่องจากสิ่ง

ที่ประเมินมีความชัดเจนถูกต้องแน่นอน หรือในกรณีที่มีการสะสมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้มานานพอ ในกรณีเช่นนี้ การเพิ่มความรู้ใหม่ หรือประสบการณ์ใหม่ หรือแม้การบังคับให้แสดงพฤติกรรมนั้นๆ อยู่เสมอ ก็อาจจะไม่มีผลทำให้ทัศนคติที่กล่าวข้างต้น เปลี่ยนแปลง ทัศนคติทำนองนี้จะสามารถใช้ทำนายหรืออธิบายพฤติกรรมในสถานการณ์ที่ คล้ายคลึงกันในเวลาต่อมาได้อย่างถูกต้อง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดได้แก่ ทัศนคติต่อการทำเกษตร ตามแบบบรรพบุรุษ เนื่องจากการเรียนรู้และพัฒนาโดยการกระทำซ้ำ ได้สะสมประสบการณ์ มาเป็นเวลานาน มีความเคยชินในวิธีที่ทำ ด้วยเหตุนี้ การเผยแพร่วิทยาการเกษตรแผนใหม่ จึงมักประสบปัญหาเพราะการเปลี่ยนทัศนคติดังกล่าว เป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ถนัดนัก

5. **ทัศนคติต้องมีสิ่งที่หมายถึง** (attitude object) ทัศนคติจะต้องมีสิ่งที่หมายถึงที่แน่นอน นั่นคือทัศนคติต่ออะไร ต่อบุคคล ต่อสิ่งของหรือต่อสถานการณ์ จะไม่มีทัศนคติลอยๆ ที่ไม่หมายถึงสิ่งใด และบุคคลจะต้องมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น ทัศนคติจะแตกต่างกันตามระดับความแน่นอนชัดเจนและขอบเขตโครงสร้าง ซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวน ชนิด และ คุณลักษณะของส่วนประกอบของสิ่งนั้น ซึ่งเคริชและคณะ(1962) ใช้คำว่า "ลักษณะที่ซับซ้อน" (complexity) เมื่อพูดถึงบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ (attitude objects) ที่มีส่วนประกอบ ซ้ำซ้อน แตกต่างกันมากและมีหลายองค์ประกอบ และใช้คำว่า "ลักษณะเฉพาะ" (definitiveness) สำหรับสิ่งที่มีองค์ประกอบคล้ายคลึงกันไม่ซับซ้อนและมีองค์ประกอบน้อย เขา กล่าวว่าทัศนคติที่มีต่อสิ่งหลัง จะเข้าใจง่าย มีความเข้ม และลึกซึ้งมากกว่าทัศนคติที่มีต่อสิ่งแรก มีความคงทนและเปลี่ยนได้ยากกว่า การที่ทัศนคติต้องมีสิ่งที่หมายถึง (attitude object) ที่แน่นอนนี้ นิวคอมป์ (1950) บอกว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ทัศนคติแตกต่างจากแรงผลักดันภายในบุคคลชนิดอื่นๆ เป็นต้นว่า นิสัย แรงขับและแรงจูงใจ ตัวอย่างเช่น แรงจูงใจจะมีเป้าหมาย เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดแรงผลักดัน แทนที่จะเป็นบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ ดังนี้ เป็นต้น

6. **ทัศนคติมีลักษณะความสัมพันธ์** ทัศนคติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับ สิ่งของ บุคคลอื่นหรือสถานการณ์ และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกจูงใจ (Motivation affect) ฟิชปายน์และไอเซน (1975) กล่าวว่า ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยง ฉะนั้นเมื่อมีการประเมินความเชื่อความสัมพันธ์ในรูปแบบดังกล่าว ก็จะเกิดขึ้นในโครงสร้างของทัศนคติ นอกจากความสัมพันธ์ข้างต้น ยังมีความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละทัศนคติ ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะประกอบด้วยหลายทัศนคติ ระดับความสัมพันธ์แตกต่างกัน ในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันเองสูงก็จะรวมตัวเป็นมิติตามคุณลักษณะ หรือองค์ประกอบของสิ่งนั้น สิ่งที่ทัศนคติหมายถึง มิติเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และเมื่อรวมกันก็จะเป็นมิติของ

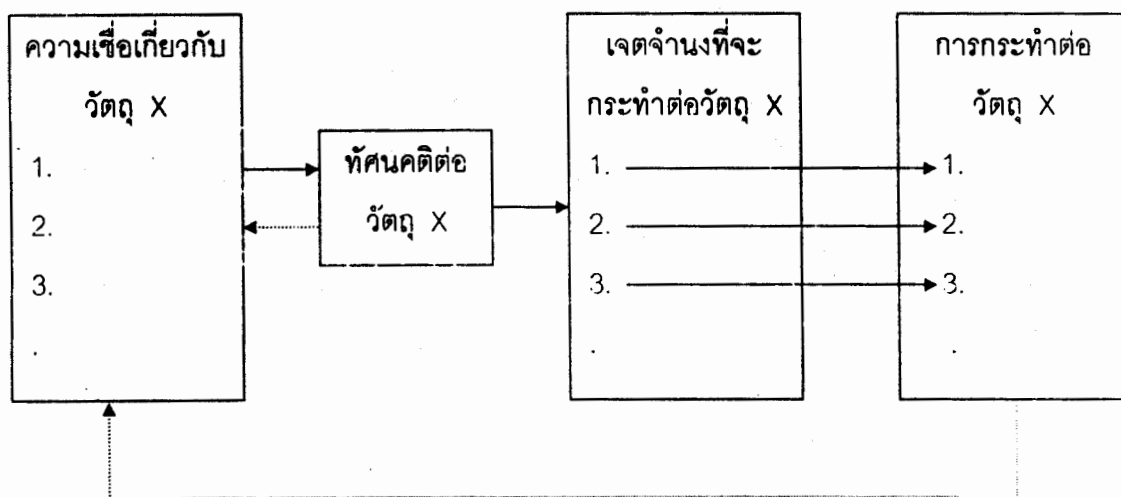
ความรู้สึก (affective) หรือทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นความสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้นเกิดจากคุณลักษณะที่คล้ายคลึงกันของส่วนต่างๆ ของสิ่งที่กล่าวถึง ความสัมพันธ์นี้ ยิ่งสูงมากเท่าใดการรวมตัวของแต่ละทัศนคติก็จะยิ่งแน่นแฟ้น ความแน่นแฟ้นจะเป็นตัวบ่งชี้ความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงของ ทัศนคติ และความแม่นยำในการทำนายพฤติกรรม ทั้งยังเป็นทัศนคติที่มีความสำคัญต่อผู้เป็นเจ้าของทัศนคติเหล่านี้ อาจเกิดได้หลายกรณี เป็นต้นว่า เกิดจากสิ่งที่ทัศนคติหมายถึง มีลักษณะเฉพาะ (definitiveness) หรือการสะสมความรู้ ประสบการณ์ และความรู้สึกเกี่ยวกับ สิ่งนั้นมีติดต่อกันเป็นเวลานาน

ในส่วนที่แตกต่างกันทางทฤษฎี ระหว่างความหมาย หรือคำจำกัดความของทัศนคติที่กลุ่มนักวิชาการได้ให้ไว้ นั้น สิ่งหนึ่งที่สำคัญ ได้แก่ ความแตกต่างในด้านโครงสร้างของทัศนคติ ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างมาตรวัดและพบว่า มีหลายรูปแบบ เป็นต้นว่า ในกลุ่มของโรเซ็นเบิร์ก (Rosenberg) และฮอฟแลนด์ (1960), เครีช และคณะ (1962), เฮคคอร์ด และแบคแมน (Secord and Backman, 1964), แลมเบิร์ต และ แลมเบิร์ต (Lambert and Lambert, 1964), บราวน์ (Brown, 1965), ทริแอนดิส (1971) ได้ให้ความหมายในด้านทฤษฎีโครงสร้างของทัศนคติว่ามี 3 องค์ประกอบ ซึ่งได้แก่ ความรู้หรือความคิด (cognitive) ความรู้สึก (affective) และ พฤติกรรม (behavioral) ดังจะเห็นได้จากคำจำกัดความของทริแอนดิส (1971) ซึ่งได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า

ทัศนคติเป็นความคิดที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการกระทำต่อสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ทางสังคมนั้น คำจำกัดความนี้เสนอแนะว่า ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ คือ ความรู้หรือความคิด (cognitive) ความรู้สึก (affective) ซึ่งหมายถึงสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม และ องค์ประกอบที่สามคือ ความพร้อมที่จะกระทำ (predisposition to act) ดังข้อความต่อไปนี้ ("An attitude is an idea charged with emotion which predisposes a class of actions to a particular class of social situation. This definition suggests that attitudes have three components: a) cognitive component, b) affective component, and c) behavioral component")

ทริแอนดิส ยังได้แสดงให้เห็นว่า ในแต่ละองค์ประกอบจะต้องวัดตัวแปรใด จึงจะได้สิ่งที่เป็นตัวแทนสำหรับองค์ประกอบนั้น ๆ อีกแนวคิดหนึ่งได้แก่ กลุ่มของ พีชปายน์ และไอเซน (1975) ซึ่งเชื่อว่าเจตจำนง (behavioral intention) ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งหรือองค์ประกอบหนึ่งของทัศนคติ แต่เป็นส่วนที่เกิดจากทัศนคติ ซึ่งจะผลักดันการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งนั้น เจตจำนงจะเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ (overt behavior) ทัศนคติตามแนวคิดนี้เกิดจากการประเมินความเชื่อหลาย ๆ ความเชื่อที่บุคคลมีเกี่ยวกับสิ่งนั้น และ ทัศนคติดังกล่าวจะสัมพันธ์กับเจตจำนงทั้งหมดและมักจะไม่สัมพันธ์กับเจตจำนงอันใดอันหนึ่งที่จะกระตุ้นการกระทำเฉพาะอย่าง (ดูแผนภาพโครงสร้างข้างล่างนี้)

แผนภาพที่ 1 แสดงรูปโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ทัศนคติ เจตจำนง และพฤติกรรมเกี่ยวกับวัตถุ X

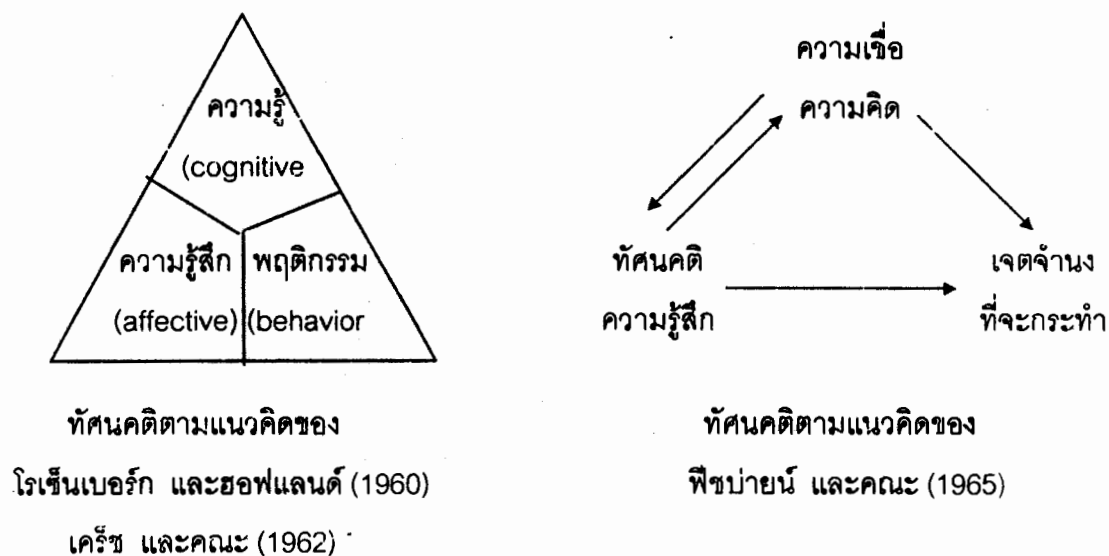


มีอิทธิพลโดยตรง
ผลสะท้อนกลับ

คัดจาก พีชปายน์ และไอเซน (1975 หน้า 15)

โครงสร้างของทัศนคติตามแนวคิดของกลุ่มแรก โรเซ็นเบอร์ก และฮอฟแลนด์ (1960), เคร็ชและคณะ (1962) ฯลฯ ซึ่งให้ความเห็นว่าทัศนคติมี 3 องค์ประกอบนั้น จะเห็นว่าแตกต่างจากโครงสร้างของทัศนคติตามแนวคิดของ พิซบายน์ และไอเซน (1975) ในส่วนที่เกี่ยวข้อง เจตจำนงว่า สัมพันธ์กับทัศนคติอย่างไรในรูปแบบไหน ถ้าพิจารณาจากรูปข้างล่างนี้จะได้ ชัดถึงความแตกต่างของสองแนวคิดข้างต้น

แผนภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของทัศนคติ



ผู้เขียนเห็นด้วยกับทัศนคติในรูปแบบโครงสร้างของความรู้สึกร ซึ่งมีความรู้ ความคิดหรือ ความเชื่อเป็นรากฐานสำคัญ นั่นคือ ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการปะทะสัมพันธ์ (interaction) ระหว่างสององค์ประกอบ คือ องค์ประกอบความรู้ (cognitive) และองค์ประกอบความรู้สึกร (affective) แต่ไม่ได้หมายความว่า ทัศนคติเป็นผลรวมของสององค์ประกอบนี้ ดังแผนภาพข้างบน ขวามือ

ตามแนวคิดของ พิซบายน์ และคณะ (1962, 1975), ฮอว์ และไรท์ (1967) ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มที่เชื่อว่า ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ ไม่ถือว่าความโน้มเอียงที่จะกระทำ

(predisposition to act) หรือเจตจำนง (intention) เป็นองค์ประกอบหนึ่งของทัศนคติ และทัศนคติก็ไม่ใช่ตัวแปรที่อยู่ในรูปองค์ประกอบ กลุ่มนี้เชื่อว่า ความโน้มเอียงที่จะกระทำเป็นผลที่เกิดจากแรงกระตุ้นของทัศนคติ แต่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของทัศนคติ เมื่อบุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและมีความเด่น (salience) พยายามจะมีแนวโน้มที่จะกระทำในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติที่เขามีอยู่ ฉะนั้นแนวโน้มที่จะกระทำหรือเจตจำนง จึงเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่เกิดภายหลังเมื่อบุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นแล้ว ด้วยเหตุนี้ จึงไม่น่าจะรวมอยู่ในทัศนคติหรือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทัศนคติ อันนี้เป็นเหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้เขียนยังคงใช้คำว่าทัศนคติ แทนที่จะใช้คำว่าเจตคติตามที่ นักวิชาการหลายท่านใช้กันขณะนี้

ลักษณะโครงสร้างของทัศนคติ (structure of attitude)

ดังกล่าวแล้วพอสรุปได้ว่าทัศนคติมีโครงสร้างดังต่อไปนี้

1. ขนาดหรือระดับความเข้ม (magnitude or valence) หมายถึง ระดับมากน้อยของทัศนคติ (ความชอบมาก - น้อย) ทัศนคติที่มีระดับความเข้มมากจะเปลี่ยนยากกว่าทัศนคติที่มีระดับความเข้มน้อย
2. ความซับซ้อน (complexity of attitude) หมายถึงว่า ทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะมีความเชื่อหลายอย่างเป็นพื้นฐาน
3. อันดับความสำคัญ (centrality) ถ้าทัศนคติยิ่งมีสิ่งใดมากเท่าใดก็ยิ่งมีความสำคัญต่อผู้เป็นเจ้าของมากเท่านั้น
4. ความเด่น (salience) ทัศนคติที่เด่นในความคิดคำนึงของผู้เป็นเจ้าของย่อมจะกระตุ้นให้เกิดการกระทำได้ง่ายกว่าทัศนคติที่มีลักษณะตรงข้าม

หน้าที่และประโยชน์ของทัศนคติ (Function of Attitude)

สมิธ และคณะ (Smith et al., 1956) และเค็ทซ (1960) ได้กล่าวถึงหน้าที่และประโยชน์ของทัศนคติไว้คล้าย ๆ กันว่า มี 4 อย่างดังนี้

1. หน้าที่ให้ความเข้าใจ (understanding or knowledge function) ทัศนคติหลายอย่างช่วยให้เข้าใจโลกและสภาพแวดล้อม ได้เรียนรู้ และเข้าใจการกระทำของบุคคลในสังคม สามารถอธิบายและคาดคะเนการกระทำของตนเองและของบุคคลอื่น

2. หน้าที่ป้องกันตนเอง (ego-defense or protect their self-esteem) บ่อยครั้งที่บุคคล จำเป็นต้องหาทางออกให้กับตัวเอง เพื่อความสบายใจ เป็นต้นว่า คนที่ชอบพูดว่าคนอื่นตรง ๆ ก็หาทางออกปกป้องตนเองว่า การที่ตนทำเช่นนั้นก็เพราะมีความจริงใจกับเพื่อนฝูง

3. หน้าที่ในการปรับตัว (adjustive function or need satisfaction) ทักษะคิดจะช่วยบุคคลในด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและสังคม โดยปกติบุคคลมักจะคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นสำคัญ และจะพัฒนาทักษะคิดตามแนวทางที่คาดว่าจะสนองตอบความต้องการของตนได้ เช่น คนหันมาชอบการศึกษาเล่าเรียน เพราะเชื่อว่าการศึกษาระดับสูงจะช่วยให้มีชีวิตที่ดีขึ้น

4. หน้าที่แสดงออกซึ่งค่านิยม (value expression) ทักษะคิดช่วยให้บุคคลได้แสดงออกซึ่งค่านิยมของตนเอง ตัวอย่าง คนที่มีความซื่อสัตย์มาก ก็จะแสดงออกโดยการไม่ชอบพวกจ้อราษฎร์บังหลวง

2.1.2 ประเทศไทย สาระนั้นรู้ และแหล่งท่องเที่ยว

ประเทศไทย¹³ เป็นประเทศที่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์อันยาวนานมากในเอเชียอาคเนย์ มีซากปรักหักพัง วัด และเมืองที่มีคุณค่า เกาะและทะเลในประเทศไทยก็เป็นดังสวรรค์ของนักท่องเที่ยว หรือเมืองแสงสีอย่างกรุงเทพฯ ที่มีมรดกวัฒนธรรม แต่ก็ค่อนข้างวุ่นวายด้วยเครื่องยนต์ และอากาศเป็นพิษ

ประเทศไทย เป็นประเทศที่เดินทางมาได้ง่าย ด้วยระบบการเดินทางขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ราคาถูก และมีอาหารประจำชาติที่อร่อย มีประชาชนที่เป็นมิตร และให้การต้อนรับ อย่างอบอุ่น แม้คนไทยจะได้ชื่อว่าเป็นคนที่รักสนุก ดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขไม่ทุกข์กังวล แต่ก็มีจิตใจที่เข้มแข็ง และแสวงหาอิสระและเสรีภาพนับศตวรรษ

ข้อมูลพื้นฐานประเทศไทย

พื้นที่	: 517,000 ตร.กม.
ประชากร	: 57.5 ล้านคน (อัตราการเพิ่ม 14%)

¹³ Lonely Planet. Destination Thailand. [WWW document].

URL : <http://www.lonelyplanet.com/dest/sea/thai.html/>, 1999. [Visited 18th May 1999].

เมืองหลวง	:	กรุงเทพฯ (มีประชากร 6 ล้านคน)
ประชาชนในประเทศ	:	มีคนไทย 75%, คนจีน 11%, มาเลย์ 3.5% และมีมอญ เขมร เป็นชนกลุ่มน้อย
ภาษา	:	ภาษาไทย
ศาสนา	:	ศาสนาพุทธ 95%, อิสลาม 4%
รัฐบาล	:	ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตย มีพระมหากษัตริย์เป็น ประมุข
นายกรัฐมนตรี	:	นายชวน หลีกภัย
ประมุข	:	พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9

สภาพแวดล้อม

ประเทศไทย มีอาณาเขตติดกับมาเลเซีย พม่า ลาว และเขมร ชายฝั่งด้านตะวันออกติดกับอ่าวไทย และทางด้านตะวันตกติดกับทะเลอันดามัน ประเทศไทยแบ่งออกเป็นอาณาเขตหลัก 4 เขต คือ เขตอุดมสมบูรณ์ หรือที่ราบลุ่มภาคกลาง บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา เขตที่ราบสูงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขตภูเขาอุดมสมบูรณ์ทางภาคเหนือ และเขตป่าฝนคาบสมุทรภาคใต้ ยอดเขาที่สูงที่สุด คือ ดอยอินทนนท์ ซึ่งสูงถึง 2,596 เมตร ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนหนึ่งของประเทศไทยปกคลุมด้วยป่าฝน มีต้นผลไม้ ไม้ไผ่ และไม้เนื้อแข็งเป็นทิวแถว มีนกต่าง ๆ ถึง 850 ชนิด และมีเส็ก, เสือดาว ช้าง หมูป่า จำนวนมาก มีสวนสาธารณะถึง 66 แห่ง และมี 32 แห่งที่มีสัตว์หายากอยู่ครอบคลุม 11% ของประเทศ

ประวัติศาสตร์

เชื่อว่าความเจริญรุ่งเรืองของไทยเริ่มจาก มอญ ในภาคกลางของประเทศ ซึ่งนำวัฒนธรรมพุทธศาสนาจากอินเดีย ในศตวรรษที่ 12 วัฒนธรรมเขมรมาทางตะวันออก (วัฒนธรรมสุมาตรา ซึ่งมีรากฐานจากศรีวิชัยจากทางเหนือ) ประชาชนชาวไทยมาจากน่านเจ้า ซึ่งปัจจุบันอยู่ทางใต้ของจีน กษัตริย์ของไทยได้ก่อตั้งเมืองหลวงแห่งแรกที่สุโขทัย และมีศูนย์กลางที่เชียงใหม่ และอยุธยา ในระยะต่อมา

พม่าได้บุกกรุงสยามทั้งศตวรรษที่ 16 และ 18 เข้ามาทางเชียงใหม่ และทางสายอยุธยา ไทยได้ขับไล่พม่าและย้ายเมืองหลวงไปที่ธนบุรีในปี ค.ศ. 1782 ได้มีการสถาปนาพระราชวงศ์จักรี โดยรัชกาลที่ 1 และย้ายเมืองหลวงมาที่กรุงเทพฯ

ในศตวรรษที่ 19 สยามรอดพ้นจากอิทธิพลของประเทศยุโรป ในปี 1932 ได้มีการปฏิวัติรัฐประหารเป็นประเทศที่ปกครองโดยราชาธิปไตย และในปี 1939 ได้เปลี่ยนจากประเทศสยามเป็นประเทศไทย ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 รัฐบาลไทยได้อนุญาตให้ทหารญี่ปุ่นเข้ามาในประเทศไทย หลังจากสงคราม ไทยได้ถูกปกครองโดยทหาร จากประสบการณ์ในการปฏิวัติรัฐประหารกว่า 20 ครั้ง ได้มีการทดลองเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตย ในปี 1979 และค่อยเปลี่ยนจากทหารนิยมมาเป็นนายทุนนิยมใน เดือนกุมภาพันธ์ 1991 การปฏิวัติรัฐประหาร โดยทหารได้ขับไล่รัฐบาลชาติชาย ชุณหะวัณ แต่จากเหตุการณ์นองเลือด ได้พิสูจน์ให้เห็นใน เดือนพฤษภาคม 1992 โดยได้มีการนำรัฐบาลไปสู่ภาวะสมัยใหม่ขึ้น นำโดย นายชวน หลีกภัย

แต่รัฐบาลผสมชุดนี้ก็ได้ล่มลงใน พฤษภาคม 1995 จากกรณีอื้อฉาวของการปฏิรูปที่ดิน และนายบรรหาร ศิลปอาชา ได้เป็นนายกรัฐมนตรี แต่ก็ต้องสละตำแหน่งนายกรัฐมนตรี เนื่องจากปัญหาคอร์รัปชัน และการแจกเงินจำนวนมาก (เหมือนตู้ ATM เคลื่อนที่) พลเอก เชาวลิต ыงใจยุทธ ได้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีรัฐบาลผสม จนกระทั่งปลายปี 1997 นายชวน หลีกภัย ซึ่งเจเนสนามทางการเมืองได้ขึ้นเป็นนายกรัฐมนตรีอีกครั้งหนึ่ง แม้ผู้นำประเทศไทยจะเปลี่ยนไปเปลี่ยนมา แต่เหตุการณ์ยังคงเดิม การซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้งและการคอร์รัปชัน เป็นที่ขบขันในระบอบประชาธิปไตยไทย ทำให้ไทยเรียกร้องที่จะปรับปรุงสถาบันทางการเมือง ในปี 1997 ได้ลดค่าเงินบาท มีผลกระทบอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจ รวมทั้งเศรษฐกิจในเอเชียอาคเนย์ แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยแม้จะมีเศรษฐกิจที่ดีขึ้นมาก แต่ก็ยังเป็นเศรษฐกิจแบบฟองสบู่ ซึ่งต้องหวนกลับสู่ความยากลำบากอีก ในปี 1998

ภาวะเศรษฐกิจ

การเจริญเติบโตประจำปี	:	-6%
เงินเฟ้อ	:	2%
ผลิตภัณฑ์หลัก	:	คอมพิวเตอร์ เสื้อผ้า เครื่องวงจรไฟฟ้า เพชรพลอย อัญมณี

ประเทศคู่ค้า : ในอาเซียน USA ยุโรป

วัฒนธรรม

มหากษัตริย์และศาสนา เป็นสองสิ่งที่ศักดิ์สิทธิ์ในประเทศไทย คนไทยมีความอดทนต่อพฤติกรรมหลายอย่างได้ ถ้าไม่เป็นการหมิ่นประมาทกษัตริย์และศาสนา ศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ

ภาษาไทยค่อนข้างยุ่งยาก และมีเอกลักษณ์ (และบางคำค่อนข้างตลก) สิ่งที่ยุ่งยาก คือ เสียงวรรณยุกต์ ที่มีทั้งเสียงสูง เสียงต่ำ เสียงธรรมดา ในตัวเดียวกัน และมี 5 ความหมาย

ศิลปะไทย โดยเฉพาะประติมากรรมและสถาปัตยกรรม ได้แบ่งออกตามยุคประวัติศาสตร์ เริ่มด้วย มอญ (ศต.6 - ศต.13), เขมร, คาบสมุทร, ลานนา, สุโขทัย, ลพบุรี, สุพรรณบุรี - สังขละบุรี, ออยุธยาA, ออยุธยาB, ออยุธยาC และรัตนโกสินทร์ ดนตรีไทยและรำไทย ก็เป็นสิ่งที่มีความชื่อเสียงมาก

อาหารไทยมีรสเผ็ดและร้อน เครื่องเทศประกอบด้วย กระเทียม พริกสด มะนาว มะขาม ชিং กะทิมะพร้าว และอื่น ๆ เป็นส่วนผสม น้ำปลา และกะปิ เป็นอาหารประจำโต๊ะ มีข้าวสวยเป็นอาหารหลัก มีแกงจืด ต้มยำ อาหารเส้น มีเครื่องปรุงต่าง ๆ น้ำจิ้ม อาหารว่าง ประกอบด้วย ถั่วทอด ไก่ทอด ชิงลับ มะนาวฝานบาง ๆ ผลไม้หลากหลายชนิด น้ำผลไม้ต่าง ๆ เหล้าชั้นดี ตลอดจนเหล้าพื้นเมืองรสแรง

ประเพณีต่าง ๆ

ประเพณีต่าง ๆ เกี่ยวพันกับศาสนาพุทธ ได้แก่

ประเพณีสงกรานต์ กลางเดือนเมษายน มีการอาบน้ำพระ รดน้ำบนมือของพระสามเณร และผู้ใหญ่ เพื่อแสดงความเคารพ

ประเพณีกินผัก ที่ภูเก็ต และตรัง จะทานเฉพาะผักเป็นอาหาร 9 วัน ตั้งแต่ปลายเดือนกันยายน - ต้นเดือนตุลาคม เป็นความเลื่อมใสศรัทธาต่อพระจีน และพิธีกรรมในศาลเจ้า

ประเพณีคล้องช้าง ที่สุรินทร์ ในเดือนธันวาคม ซึ่งเป็นประเพณีที่มีชื่อเสียงมาก โดยเฉพาะช้างเตะฟุตบอล นักท่องเที่ยวสนใจเข้าชมมาก

ฤดูกาลท่องเที่ยว

ฤดูกาลท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ระหว่าง เดือนพฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ เนื่องจากฝนตกน้อยและไม่ร้อนมาก ในช่วงฤดูร้อน เดือนมีนาคม - พฤษภาคม เหมาะที่จะไปเที่ยวภาคใต้ ช่วงกลางเดือนพฤศจิกายน - ต้นเดือนธันวาคมและกุมภาพันธ์ เหมาะที่จะไปเที่ยวทางภาคเหนือ การท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ เหมาะสำหรับเดือนเมษายน และตุลาคม เพราะอากาศจะดีใน เมืองหลวง ช่วงที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เดือนธันวาคม และสิงหาคม และเดือนที่นักท่องเที่ยวน้อย คือ เดือนพฤษภาคม มิถุนายน และกันยายน

เมืองท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

กรุงเทพฯ

กรุงเทพฯ แม้จะได้ชื่อว่าเป็นเมืองที่มีปัญหาจราจรติดขัด มลภาวะ น้ำท่วม และอากาศไม่ดี แต่กรุงเทพฯ ก็มีจุดเด่นในเรื่อง การเมือง การค้า และวัฒนธรรม ตั้งแต่ปลายศตวรรษ ที่ 18

กรุงเทพฯ ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา พื้นที่แบ่งเป็น 2 ส่วน ตามทางรถไฟสายเหนือและใต้ กรุงเทพฯ เก่า อยู่ระหว่างแม่น้ำและทางรถไฟ มีวัดเก่า ๆ และสถานที่เริ่มแรก กรุงเทพฯ ใหม่ จะอยู่ทางฝั่งตะวันออกของทางรถไฟ มีพื้นที่มากกว่าเมืองเก่า เป็นย่านการค้าและแหล่งท่องเที่ยว เป็นแหล่งชุมชนอยู่อาศัยมาก

กรุงเทพฯ มีวัดมากถึง 400 วัด ได้แก่ วัดพระแก้ว พระบรมมหาราชวัง วัดโพธิ์ และ วัดไตรมิตร เป็นต้น มีร้านค้าผ้าไหมที่มีชื่อเสียงมากที่สุด คือ ร้านจิม ทอมสัน นอกจากนี้ยังมีสถานเสาวภา มีฟาร์มงู และโรงแรมโอเรียลเต็ล แหล่งบันเทิงต่าง ๆ ตั้งแต่ รำไทย มวยไทย หรือบาร์ และคลับ ย่านพัฒน์พงษ์ มีตลาดเสื้อผ้าราคาถูก ด้านหลังถนนราชปรารภ แถวประตูน้ำ ถนนข้าวสารในตลาดบางลำพูก็เป็นย่านธุรกิจเก่าแก่ มีโรงแรมราคาขนาดกลางบนถนนสุขุมวิท มีตลาดสินค้าที่เยาวราช ซึ่งเป็นย่านคนจีน

การคมนาคมในกรุงเทพฯ มีบริการรถเมล์ คอนข้างสะดวก แต่จราจรค่อนข้างติดขัด มีการคมนาคมทางน้ำ โดยเรือโดยสารเพิ่มขึ้น มีแท็กซี่มิเตอร์ที่ไม่แพง รถตุ๊กตุ๊ก ซึ่งราคาไม่ค่อย

ถูกนัก แต่เหมาะสำหรับเลี่ยงจราจรที่ติดขัด การเดินทางโดยรถไฟจะใช้เวลาเพียงครึ่งชั่วโมง ขณะที่เดินทางโดยรถเมล์ หรือแท็กซี่ ใช้เวลาถึง 3 ชั่วโมง

นครปฐม

อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางตะวันตก 60 กม. เป็นเมืองเก่าแก่ของประเทศ มีพระปฐมเจดีย์ที่มีชื่อเสียง มีพระพุทธรูปที่สูงที่สุดในโลก ได้สร้างในศตวรรษที่ 6 ยุคทราวดี และมีตลาดน้ำที่คลองดำเนินสะดวก

อยุธยา

อยุธยาอยู่ทางเหนือกรุงเทพฯ ห่างจากกรุงเทพฯ 86 กม. เมืองอยุธยาได้ถูกเผาทำลายในศตวรรษที่ 16 - 18 อยุธยาเป็นเมืองหลวงตั้งแต่ปี 1350 มีक्षัตริย์ 33 องค์ จนกระทั่งถูกพม่ายึดครองในปี 1767 ในช่วงที่เป็นเมืองหลวง รุ่งเรือง มีพ่อค้าจากดัตช์ โปรตุเกส ฝรั่งเศส อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น มาค้าขายในปลายศตวรรษที่ 17 มีประชากรถึง 1 ล้านคน

อยุธยามีวัดต่าง ๆ ที่ถูกทำลาย และถือเป็นมรดกโลก เช่น ในศตวรรษที่ 14 วัดพระศรีสรรเพชญ์ เป็นวัดที่ใหญ่ที่สุดในอยุธยา มีพระพุทธรูปยืน 16 เมตร ประกอบด้วยทองคำ 250 กก. แต่ได้ถูกพม่าเผาทำลายในศตวรรษที่ 16 วัดพระเมรุ ได้รอดพ้นจากการถูกทำลาย มีพระพุทธรูปนั่งสูง 6 เมตร แกะสลักด้วยไม้สวยงามมาก วัดพระเจ้าพนัญเชิง ได้สร้างในต้นศตวรรษที่ 14 อาจเป็นได้ว่าเขมรเป็นผู้สร้างก่อนที่อยุธยาจะเป็นเมืองหลวง มีพระพุทธรูปสูง 19 เมตร

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปอยุธยา โดยรถบัส ใช้เวลา 2 ชั่วโมง มีรถไฟไปอยุธยาได้เร็วกว่า ออกจากสถานีหัวลำโพง

เชียงใหม่

เชียงใหม่เป็นเมืองใหญ่รองจากกรุงเทพฯ และเป็นเมือง... ทางภาคเหนือ ตั้งแต่ปี 1296 เป็นเมืองที่มีคูรอบป้องกันเมือง มีวัด 300 วัด เช่น วัดเชียงแสน มีอายุ 1,800 ปี มีพระพุทธรูปคริสตัลสูง 10 เซนติเมตร วัดพระสิงห์ สร้างแบบไทยทางเหนือ วัดเจดีย์หลวง ซึ่งถูกทำลายลงด้วยภัยธรรมชาติ มีดอยสุเทพที่ศักดิ์สิทธิ์ของเมืองไทย ขึ้นไปทางตะวันตก 1,676 เมตร จะเห็นทิวทัศน์รอบเมืองเชียงใหม่

เชียงใหม่ปัจจุบันเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ภัตตาคาร ร้านอาหาร และบ้านพัก (Guest house) นักท่องเที่ยวมากมาย นอกเหนือจากโรงแรม เปรียบเทียบกับกรุงเทพฯ แล้ว เชียงใหม่อากาศเย็นสบายกว่า มีศูนย์การค้า หรือไนท์บาซาร์ ที่ต่อรองราคาสินค้ากันได้ เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีภูเขาสูง และมีชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ซึ่งมีขนบธรรมเนียม และวิถีความเป็นอยู่ในแต่ละเผ่า เกสต์เฮาส์บางแห่งได้มีเกวียนให้นักท่องเที่ยวเข้าไปชมวิถีความเป็นอยู่ของชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ได้

การเดินทางไปเชียงใหม่ มีสนามบินที่เชียงใหม่ การนั่งรถบัสจากกรุงเทพฯ ไปเชียงใหม่ ใช้เวลา 10 - 12 ชั่วโมง ขณะที่นั่งรถไฟใช้เวลา 12 - 13 ชั่วโมง

เกาะสมุย

เกาะสมุยเป็นเกาะที่สวยงามอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย ล้อมรอบด้วยต้นมะพร้าว ต้นปาล์ม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มะพร้าวเป็นสินค้าออกของท้องถิ่นที่สำคัญ ส่งเข้ากรุงเทพฯ ในแต่ละเดือน 2 ล้านลูก

หาดที่มีชื่อเสียง คือ หาดชะเงว และหาดละม้าย มีคนไม่แออัด เงียบ และสงบ ชายหาดส่วนใหญ่มีของพื้นเมืองมากมาย มีบังกาโลมุ่งหลังคาจาก รongรับนักท่องเที่ยวระหว่างเดือนธันวาคม และกุมภาพันธ์ กรกฎาคม และสิงหาคม ช่วงอากาศที่ร้อนมากในเดือนกุมภาพันธ์ และมิถุนายน เหมาะที่จะไปเที่ยวเกาะสมุย มีเครื่องบินจากกรุงเทพฯ มายังเกาะดอนสัก มีเรือเจ็ต ออกจากสุราษฎร์ธานี ใช้เวลา 1 ชั่วโมงครึ่ง มีมอเตอร์ไซด์ให้เช่า

ภูเก็ต

ภูเก็ตได้ชื่อว่า "ไข่มุกของภาคใต้" เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดริมฝั่งทะเลอันดามันด้านตะวันตกเฉียงใต้ เชื่อมกับแผ่นดินใหญ่ด้วยสะพาน "สารสิน" มีวัฒนธรรมผสมผสานระหว่างจีนและโปรตุเกส และมีชาวพื้นเมือง คือ ชาวน้ำ หรือชาวเล และมีประชากร 35% ที่เป็นมุสลิม

เกาะภูเก็ตมีชายหาดที่เป็นหิน และยาวรอบเกาะ มีภูเขาล้อมรอบเกาะ หาดทรายสวยงาม สงบ และอากาศดีมาก ชายหาดที่สำคัญ ได้แก่ หาดป่าตอง กะรน และกะตะ และชายหาดอื่น ๆ รอบ ๆ เกาะ มีถนนจากตัวเมืองภูเก็ตซึ่งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของเกาะ พืชที่เป็นสินค้าออก คือ ยางพารา เม็ดมะม่วงหิมพานต์ โกโก้ สับปะรด และมะพร้าว นอกจากนี้ภูเก็ตยังมีป่าฝนบ้าง

มีสายการบินต่าง ๆ จากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ต โดยสารรถบัสดับปรับอากาศจากกรุงเทพฯ - ภูเก็ต ใช้เวลา 14 ชั่วโมง มีรถสองแถววิ่งรอบ ๆ เกาะ และชายหาด รถมอเตอร์ไซด์ และแท็กซี่ มีรถมอเตอร์ไซด์ และรถจี๊ปให้เช่าทุกวัน มีกฎหมายบังคับให้ใช้หมวกกันน็อคยามขับขี่มอเตอร์ไซด์ มิฉะนั้นจะถูกปรับ 500 บาท

แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

ฉะเชิงเทรา

อยู่ทางตะวันออกของกรุงเทพฯ ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจจะไปได้ไม่สะดวก เนื่องจากไม่ได้อยู่ในเส้นทางหลักออกจากกรุงเทพฯ ฉะเชิงเทรามีพระพุทธรูปที่วัดโสธรวรารามวรวิหารที่มีชื่อเสียง และถ้ำอักษะคีรี

ฉะเชิงเทราเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากเมืองหลวง และได้ชมชีวิตของคนไทย มีรถบัสดออกจากกรุงเทพฯ และรถไฟจากหัวลำโพง ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมงครึ่ง

เกาะสีชัง

เกาะสีชัง เป็นเกาะนอกฝั่งจังหวัดชลบุรี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจคือ ถ้ำฤๅษี ชายหาดหลายแห่งมีทอเรือไต้ฟ้า ถ้ำหินปูน ศาลเจ้า อาคารเก่า ๆ ที่หักพัง ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวประมง ทหารเรือ และเจ้าหน้าที่โครงการต่าง ๆ ด้านทะเล อนุญาตให้มาเข้าแคมป์พักแรม (Camping) บนเกาะได้ และมีโรงแรม บังกาโล ไว้บริการหลายแห่ง

การเดินทางไปเกาะสีชัง นั่งรถบัสดจากกรุงเทพฯ จากสถานีขนส่งสายตะวันออก หรือจากพัทยาไปศรีราชา ประมาณ 105 กม. จากกรุงเทพฯ มีเรือออกทุกชั่วโมงจากท่าเรือศรีราชา

แม่สอด

อยู่ทางเหนือของจังหวัดตาก ติดกับชายแดนพม่า แม่สอดมีชื่อเสียงในเรื่องตลาดมืด จำพวกปืน ผีน ไม้สัก และเพชรพลอย และกำลังจะเป็นศูนย์อัญมณี และหยก ทำให้ดึงดูดชนเผ่าต่าง ๆ เข้ามา เช่น มุสลิมพม่า ชนเผ่าภูเขาต่าง ๆ เจ้าของร้านค้า คนจีนและอินเดีย และอาหารไทย แม่สอดเป็นตลาดทางผ่านชายแดนที่น่าสนใจ มีสินค้าประเภทหัตถกรรมและอาหารจากพม่า

สวนประวัติศาสตร์ ปราสาทหิน เขาพนมรุ้ง

เป็นวัดเขมรที่สร้างที่พนมรุ้ง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่ใหญ่ อนุรักษ์ไว้ได้ดีที่สุดในประเทศไทย สร้างในศตวรรษที่ 10 - 13 สมัยพระเจ้าสุริยวงมณีที่ 2 (1113 - 1150 AD) อันเป็นยอดของสถาปัตยกรรมนครวัดในกัมพูชา

ศิลปการก่อสร้างปราสาทแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของศิลปเขมรพอ ๆ กับนครวัดใน กัมพูชา การไปเที่ยวพนมรุ้งเหมาะแก่เวลาก่อน 10 โมงเช้า ซึ่งอากาศยังหนาวอยู่ มีแสง เพียงพอสำหรับการถ่ายภาพและมีนักท่องเที่ยวไม่มาก

การไปพนมรุ้งไม่ใช่เรื่องง่าย รถไฟและรถบัสออกจากกรุงเทพฯ ถึงโคราช หรือนครราชสีมา ประมาณ 4 - 5 ชั่วโมง จากโคราชนั่งรถบัสโดยสารจากสุรินทร์ถึงบ้านท่าโค แล้วนั่งรถสองแถวเข้าไป

สวนสาธารณะทะเลบัว

สวนสาธารณะทะเลบัวมีพื้นที่ 101 ตารางกม. อยู่ระหว่างชายแดนไทย - มาเลเซีย ทางใต้ของจังหวัดสตูล เป็นแหล่งอนุรักษ์ป่าอย่างดีแห่งหนึ่งในเอเชียอาคเนย์ มีถ้ำ น้ำตก หินปูน หน้าผา ทิวทัศน์ริมทะเลสาป และสัตว์ป่าอาศัยอยู่ เช่น นู กวาง ชะนี ลิงหางสั้น และนกนานาพันธุ์ สามารถพักแรมที่บ้านริมฝั่งทะเลสาป

จากกรุงเทพฯ ถึงสตูล โดยรถบัสใช้เวลา 15 ชั่วโมง นั่งรถแท็กซี่จากสตูล ประมาณ 40 กม. ถึงวังพระจันทร์ใกล้กับทางเข้าสวนสาธารณะ แล้วนั่งรถสองแถวเข้าไป มีถนนจาก มาเลเซียตัดเข้ามา

กิจกรรมการท่องเที่ยว

การดำน้ำเพื่อดูปะการังได้น้ำค่อนข้างขุ่นจะเป็นที่นิยมในภูเก็ต พัททยา เกาะสิมิลัน และหมู่เกาะสุรินทร์ ยกเว้นหมู่เกาะในจังหวัดชุมพร และทางเหนือของสุราษฎร์ธานีที่ปะการัง ไม่ได้ถูก รบกวน การท่องเที่ยวรอบเกาะและชายฝั่งรอบ ๆ ภูเก็ตและพังงา โดยเรือแคนู ได้รับความนิยมนอย่างมาก จึงมีการจัดทัวร์แคนูทางทะเลเข้าไปเที่ยวดำในทะเลเมื่อน้ำลด นอกจากนี้ ยังมีการ ล่องแพที่แม่น้ำแม่กลองทางภาคกลาง ในจังหวัดกาญจนบุรี และที่แม่น้ำปาย ใน จังหวัดแม่ฮ่องสอน

การเดินทางทางภาคเหนือของประเทศไทยได้รับความนิยมมาก มีเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางสำหรับนักท่องเที่ยวไปยังหุบเขาที่เป็นที่อยู่อาศัยของชาวเขาเผ่าต่าง ๆ และยังมีเขื่อนรอบ ๆ แม่ฮ่องสอน และเชียงราย มีการขึ้นจักรยานชมวิวบริเวณริมฝั่งโขงในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การศึกษาการทำสมาธิ เป็นกิจกรรมที่ไม่เหน็ดเหนื่อย และได้รับความนิยมไม่น้อยในหมู่นักท่องเที่ยว มีวัดและศูนย์ฝึกสมาธิประมาณ 12 แห่งในประเทศไทย ที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างดี ไม่คิดค่าบริการ มีหลายศูนย์ที่มีข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ ในกรุงเทพฯ เชียงใหม่ และฉะเชิงเทรา

มวยไทย สามารถหาดูได้ที่กรุงเทพฯ และพัทยาเหนือ

อาหารไทย และขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ มีศูนย์อยู่ที่เชียงใหม่

การเดินทางมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่บินมากรุงเทพฯ โดยใช้สายการบินต่าง ๆ มีการจองตั๋วเครื่องบินเข้าและออกประเทศไทยล่วงหน้า ภาษีการเดินทางโดยเครื่องบินระหว่างประเทศ 250 บาท นักท่องเที่ยวมักเดินทางมาจากมาเลเซีย และมีอาณาเขตแบ่งดินแดนประเทศไทย และมาเลเซีย 4 แห่ง มี 2 แห่งทางฝั่งตะวันตก ตรงกลาง 1 แห่ง และทางฝั่งตะวันออก 1 แห่ง อาจจะนั่งรถไฟเข้าประเทศไทยจากปางดงเบงกาลี (การเดินทางจะหยุดเพื่อต่อรถไฟอีกที่มาเลเซีย) การเดินทางสายตรงจากกรุงเทพฯ ไปสิงคโปร์คิดราคา 1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อบุคคล มีจุดเชื่อมหลายแห่งระหว่างไทยและพม่า ลาว หรือกัมพูชา แต่มีด่านตรวจอย่างเป็นทางการน้อยมาก

การเดินทางภายในประเทศไทย

ไทย มีสายการบินภายในประเทศที่สะดวก แต่นักท่องเที่ยวชอบเดินทางโดยรถบัสดี ๆ และรถไฟ รถบัสเดินทางได้เร็ว มีบริการที่ดี และเครื่องปรับอากาศ รถไฟก็นั่งสบาย ตรงเวลาราคาปานกลาง แต่ช้า รถยนต์และรถจักรยาน ให้เช่าหาได้ในกรุงเทพฯ และเมืองใหญ่ มอเตอร์ไซด์ให้เช่าก็ได้ในเมืองหลัก และเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

การเดินทางในท้องถิ่นใช้แท็กซี่ รถตุ๊กตุ๊ก รถสามล้อ และรถสองแถว แท็กซี่มิเตอร์จะมีในกรุงเทพฯ รถสองแถวจะมีในเส้นทางปกติ ส่วนสามล้อ ตุ๊กตุ๊ก และแท็กซี่ นอกเขตกรุงเทพฯ มีการต่อรองราคาก่อนเดินทาง

2.1.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (2540 - 2544) ได้กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์การพัฒนาระยะทางเศรษฐกิจ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาคน และคุณภาพชีวิตในด้านการท่องเที่ยว โดยตั้งเป้าหมายไว้ว่า

“ให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 8 ต่อปี และสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศให้ขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 16 ต่อปี รวมทั้งสนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี”

แผนพัฒนาการท่องเที่ยว⁴ ในช่วงเวลา 5 ปีของแผนพัฒนาฉบับที่ 8 ได้กำหนดที่จะผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยอาศัยเงื่อนไขด้านภูมิศาสตร์และการพัฒนาเครือข่ายคมนาคมกับประเทศเพื่อนบ้าน ให้สามารถเชื่อมโยงกันได้โดยสะดวก พร้อมทั้งการรักษาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้คงไว้ซึ่งความมีเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ความเป็นธรรมชาติ ความสะอาด ความปลอดภัย ตลอดจนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในประเทศให้มากขึ้น โดย

- เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศให้มากขึ้น โดยเน้นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และมีช่วงเวลาพำนักในไทยนาน เพื่อให้มีการกระจายเงินตราต่างประเทศมากขึ้น
- ให้การบริการด้านการเงิน แหล่งจ่ายใช้สอยที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว

⁴มนัส ชัยสวัสดิ์, “การผลิตบัณฑิตสาขาการท่องเที่ยวและการบริการอาคันตุกะในประเทศไทย : สภาพปัจจุบัน ปัญหาอุปสรรค และแนวทางการปรับปรุง” (Baccalaureate and Graduate Degree in Tourism and Hospitality Studies in Thailand : The Current Situation, Problems and Future Development) คณะการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต, เอกสารวิจัย, 2540 : 6 - 9

- ภาครัฐและเอกชนในธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยเฉพาะด้านสภาพแวดล้อม ความปลอดภัย รวมถึงการยกระดับคุณภาพและปริมาณของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
- ปรับบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เน้นการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ ตลอดจนเป็นแกนกลางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ
- ปลุกฝังจิตสำนึก และทัศนคติของการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีคุณภาพให้แก่คนไทย เพื่อให้ทุกคนมีความรักและหวงแหนทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

เป้าหมาย

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีคุณภาพ และยั่งยืน เป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักของแผนพัฒนาฉบับที่ 8 ที่ให้คนเป็นจุดมุ่งหมายหลักในการพัฒนาประเทศ โดยให้ประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกระดับ ทั้งด้านการวางแผน และการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และเกิดความสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อมโดยรวม จึงกำหนดเป้าหมายดังนี้

- ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้ขยายตัวโดยเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 16 ต่อปี ในระยะ 5 ปี ของแผนพัฒนา
- เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้ขยายตัวโดยเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 8 ต่อปี ในระยะ 5 ปี ของแผนพัฒนา
- เพิ่มจำนวนชาวไทยให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้ขยายตัวโดยเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี ในระยะ 5 ปี ของแผนพัฒนา

แนวนโยบายและมาตรการ

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ จึงควรกำหนดนโยบายหลัก และมาตรการในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. พื้นฟู อนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ควบคู่กันไป เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว

1.1 รณรงค์เผยแพร่ให้ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชน และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้มีจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

และ สิ่งแวดล้อม โดยใช้สื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และเกิดประสิทธิ ภาพ ยิ่งขึ้น

1.2 ให้มีกลไกบริการการพัฒนา และอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และ สิ่งแวดล้อมเฉพาะพื้นที่ โดยการจัดตั้งองค์กรในรูปคณะกรรมการที่มาจากภาครัฐบาล ธุรกิจ เอกชน และประชาชนในท้องถิ่น ทำหน้าที่วางแผน กำหนดนโยบาย และประสานการพัฒนา

1.3 นำมาตรการทางกฎหมายมาใช้อย่างจริงจัง ในการควบคุมอาคารและ สิ่งปลูกสร้าง เพื่อป้องกันการบุกรุกพื้นที่อันเป็นของรัฐ และการใช้ประโยชน์ที่ดิน แม่น้ำ ลำคลอง และแหล่งน้ำสาธารณะอื่น ๆ

1.4 สนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชนในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ประเภทใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มจุดดึงดูดความสนใจ นอกจากอาศัยแหล่งธรรมชาติ และ ศิลป วัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำ การกีฬา และสุขภาพ เป็นต้น

2. พัฒนากำลังคนที่เป็นคนไทยให้เข้ามาปฏิบัติงานทำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่ม มากขึ้น

2.1 สนับสนุนให้มีการฝึกทักษะและเพิ่มความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการ ทางการท่องเที่ยว การผลิตหัตถกรรมของท้องถิ่น ให้มีความหลากหลาย มีรูปแบบที่น่าสนใจ และมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น

2.2 ขยายการผลิตกำลังคนทั้งในระดับอุดมศึกษา และวิชาชีพ ให้ได้ปริมาณและ มีคุณภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งในส่วนกลางและในภูมิภาค พร้อมทั้งปรับปรุงกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การพัฒนากำลังคนเป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพ ได้มาตรฐานในระดับสากล

2.3 สนับสนุนภาคเอกชนให้เข้ามามีบทบาทในการลงทุนผลิตและฝึกอบรมกำลัง คนด้านต่าง ๆ ในธุรกิจการท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยเฉพาะในเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวใน ภูมิภาค

3. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างเป็นระบบ

3.1 สนับสนุนการรวมตัวของภาคเอกชนในธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อความคล่องตัว ในการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐ และให้การดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายการ พัฒนาการท่องเที่ยวที่กำหนดขึ้น เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่วนรวม

3.2 ส่งเสริมให้มีการประสานแผนการตลาดร่วมกันอย่างจริงจัง ระหว่างหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนในการเข้าถึงตลาด ทั้งในตลาดต่างประเทศ และตลาดภายในประเทศ

4. ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน

4.1 ร่วมมือกับกลุ่มประเทศอาเซียนและอินโดจีน เพื่อพัฒนาวงจรการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีนให้มากขึ้น โดยเน้นการร่วมมือทางการตลาดแทนการแข่งขัน

4.2 ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้ออำนวยต่อการเดินทางเข้าประเทศและการเดินทางออกไปประเทศที่สาม

2) แนวคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Life Cycle Concept)

เสรี วังส์ไพจิตร¹⁵ ได้นำแนวความคิดของ ดร.สแตนลีย์ ซี. บล็อก (Dr. Stanley C. Plog) เกี่ยวกับวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจ โดยมีข้อสมมติฐานว่า แหล่งท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นหรือเสื่อมความนิยมลง จะเป็นไปตามความรู้สึคนึกคิดของกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะจิตวิทยาการท่องเที่ยวต่าง ๆ กัน ซึ่งแนวความคิดนี้มีลักษณะคล้ายคลึงกับแนวความคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ในทฤษฎีการตลาดทั่ว ๆ ไปนั่นเอง ที่กล่าวไว้ว่า วงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จะเริ่มต้นจาก การนำเสนอ (Introduction) การเจริญเติบโต (Growth) การเติบโตเต็มที่ (Maturity) การอิ่มตัว (Saturation) และการเสื่อมโทรม (Decline) ดังแผนภาพที่ 3

อย่างไรก็ตาม แหล่งท่องเที่ยวอาจจะไม่เดินทางไปสู่ความเสื่อมโทรมได้ หากได้มีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงแก้ไข ตลอดจนการวางแผนรองรับเพื่อให้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้อง ซึ่งตรงกับแนวคิดของบัทเลอร์ (Butter)¹⁶ ที่ เสรี วังส์ไพจิตร¹⁷ ยกมานำเสนอว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมี 6 ระยะ โดยระบุว่า แหล่งท่องเที่ยวมีวงจรวิวัฒนาการ 6 ขั้นตอน คือ การสำรวจ (Exploration) การดำเนินการ (Involvement) การพัฒนา (Development) การเติบโตมั่นคง (Consolidation) การชะงักงัน (Stagnation) และการ

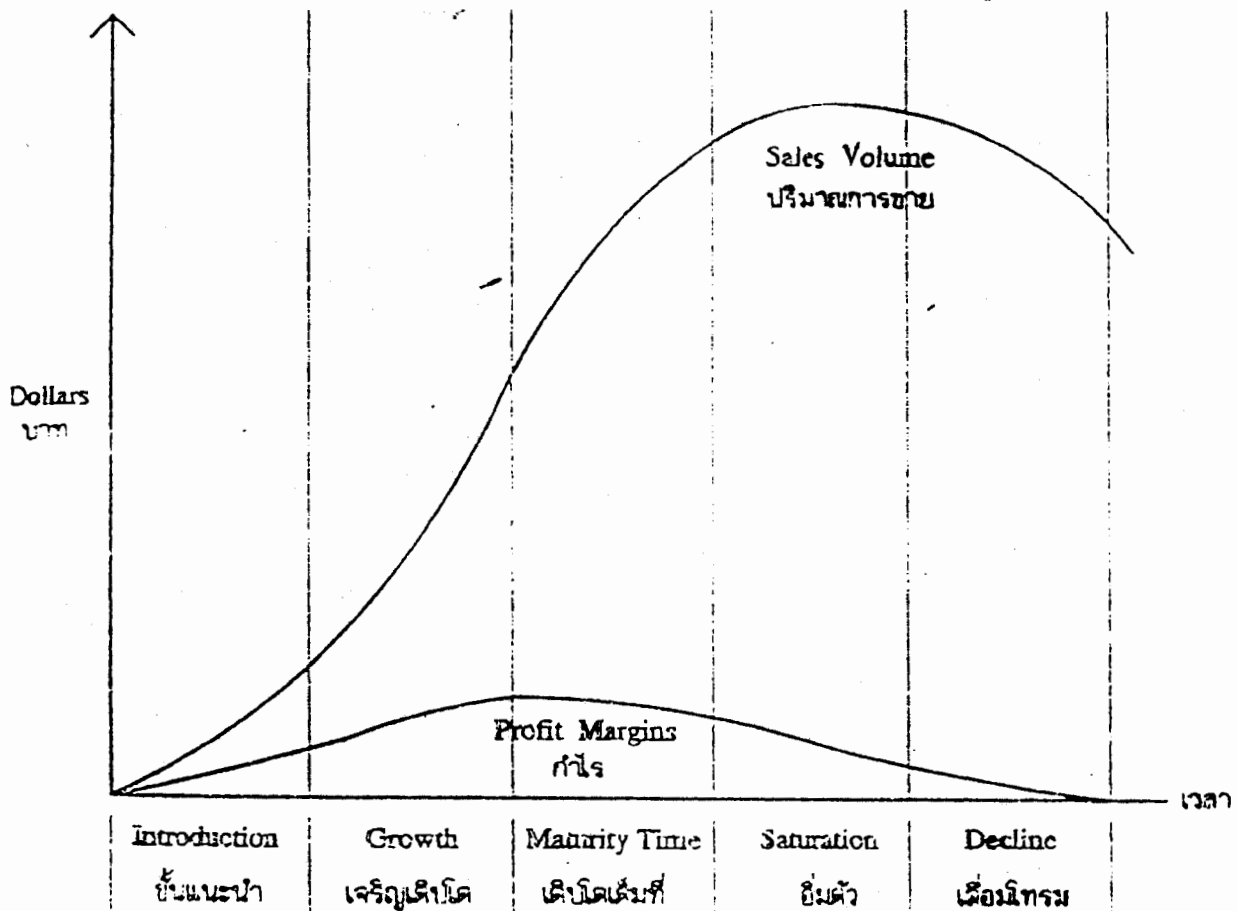
¹⁵เสรี วังส์ไพจิตร, "จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ชนวนให้เกิดขบวนการนิเวศน์วิทยาทางการเมือง", เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, 2534 : 47 - 48

¹⁶R.W. Butter, The concept of Tourist Area Cycle of Evaluation : Implications for Management of Resources (Canadian Geographer, 1980), p. 5 - 12 อ้างใน เสรี วังส์ไพจิตร, เรื่องเดิม, 2534 : 50

¹⁷เสรี วังส์ไพจิตร, เรื่องเดิม, 2534 : 50

เสื่อมโทรม (Decline) หรือไม่ก็กลับฟื้นคืนสภาพ (Rejuvenation) ดังแผนภาพที่ 4 การที่จะกลับฟื้นคืนสภาพได้นั้นต้องอาศัยการเพิ่มสิ่งดึงดูดใจให้ท่องเที่ยว (Attractions) เช่น การจัดการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่เดิมนั้นยังไม่ได้รับการพัฒนามาให้มากพอ เป็นต้น

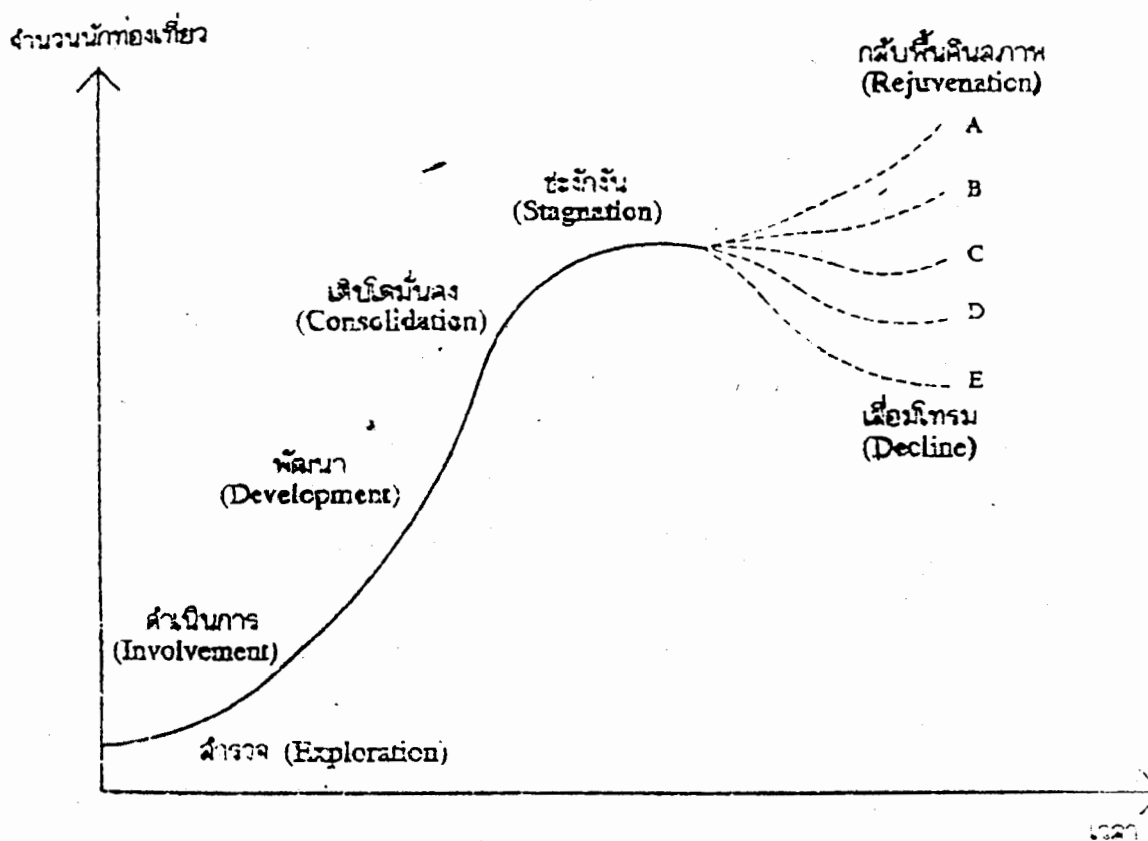
แผนภาพที่ 3 แสดงวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในตลาด



ที่มา : McIntosh, Robert Woodrow and Goeldner, Charles R. Tourism - principles, practices, philosophies. Fifth edition. New York : John Wiley & Sons, Inc., 1986. (P. 377)

อังกาโน เสรี วงศ์ไพจิตร, จุดหักเหของการท่องเที่ยวชนวนให้เกิดนิเวศน์วิทยาทางการเมือง, เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, 2534 : 48

แผนภาพที่ 4 แสดงขั้นตอนตามทฤษฎีวงชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว
ตามแนวความคิดของ Butler



ที่มา : Debbage, Keith G. "Oligopoly and the Resort Cycle in the Bahamas", *Annals of Tourism Research*, Pergamon Press Vol. 17 (November 4, 1990), p. 15.

อ้างใน เสรี วังสไพจิตร, *เรื่องเดิม*, 2534 : 50

3) การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

ได้มีการพูดและกล่าวถึง "การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน" (Sustainable Tourism Development) ไว้อย่างหลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมมาพอที่จะสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ศรีพร สมบุญธรรม, 2536.

"การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน" (Sustainable Tourism Development) ใน จุลสารการท่องเที่ยวของ ททท. ได้นำเสนอไว้ดังนี้

1.1 ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

จาก Globe 90'conference ซึ่งจัดขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม 2533 ที่เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา ให้คำจำกัดความของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ว่า "เป็นการพัฒนาที่สามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกันก็ปกป้องและสงวนไว้ให้ชุมชนรุ่นต่อไป Sustainable Tourism Development จึงมีความหมายรวมถึง การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ พร้อมกับรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และขบวนการทางระบบนิเวศวิทยาได้"

Mr. C.R. Roque สมาชิกอาวุโสของ World Wildlife Fund ให้ความหมายเพิ่มเติมต่อไปว่า Sustainable Development เป็นทฤษฎีว่าด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนา กับความจำเป็นในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการใช้งานในอนาคต เหตุที่มองว่าเป็นทฤษฎีเนื่องจาก ในความจริงแล้วไม่มีสิ่งใดจะยั่งยืนได้ ที่ทำได้คือการรักษาสภาพนั้น ๆ ให้คงอยู่นานที่สุดเท่าที่จะทำได้

1.2 แนวทางสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ประการแรก ทำอย่างไรให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถก่อประโยชน์สูงสุดกับประเทศที่กำลังพัฒนา โดยสามารถควบคุมผลกระทบทางลบ ที่อาจจะเกิดกับสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ให้ได้มากที่สุด เนื่องจากความกินดีอยู่ดีของประชาชนโดยส่วนรวมของประเทศขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมที่สะอาดบริสุทธิ์ และการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ประการที่สอง ผลักดันและสนับสนุนให้เกิดความเคลื่อนไหวไปสู่รูปแบบของการท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development)

1.3 ลักษณะสำคัญ 6 ประการ ที่ประกอบขึ้นเป็นแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

- 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น และระดับภูมิภาค
- 2) การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น (Local Participation)
- 3) ขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยว (Scope of Tourism Development)
- 4) การใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น (Local Product)
- 5) การกระจายรายได้ (Income Distribution)
- 6) การจ้างงาน (Employment)

1.4 ข้อเสนอแนะจากทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว NGOs และนักท่องเที่ยว ในการประชุมสัมมนา "Globe 90"

- 1) บทบาทของรัฐบาล ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีรายละเอียด 17 ข้อ
- 2) บทบาทของ NGOs ในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีรายละเอียด 6 ข้อ
- 3) บทบาทของธุรกิจเอกชนในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีรายละเอียด 7 ข้อ
- 4) บทบาทของนักท่องเที่ยวในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีรายละเอียด 6 ข้อ

2. ทิรศิษฐ์ สมแก้ว, 1994

"การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : การท่องเที่ยวในทศวรรษหน้า"

ได้กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและสิ่งแวดล้อม โดยมีการท่องเที่ยวในลักษณะดังต่อไปนี้ เช่น นิเวศน์สัญจรทางทะเล นิเวศน์สัญจรเส้นทางเดินป่า นิเวศน์สัญจรโบราณคดี และนิเวศน์สัญจรวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3. สุจิต รัชศาสตร์, 1994

"การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน ทางออกหรือทางเลือกด้านสุดท้าย"
 การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง การสนับสนุน
 ค่านิยมการส่งเสริมให้มีมาตรฐานการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติที่ไม่ฟุ่มเฟือย คำนึงถึงขีดความ
 สามารถของคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักถึงข้อจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและ
 สิ่งแวดล้อมที่จะใช้ประโยชน์ในการพัฒนาควบคู่กับการควบคุมป้องกันและติดตามผลกระทบ
 จากการพัฒนา ทั้งนี้เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และยั่งยืนนาน
 รวมทั้งก่อประโยชน์กระจายต่อสังคมส่วนรวม และสิ่งสำคัญ การพัฒนาแบบยั่งยืนจะต้องมีการ
 อนุรักษ์และพัฒนาควบคู่กันไป เพราะการพัฒนาด้านเดียวโดยไม่มีการอนุรักษ์ควบคู่กันไป จะ
 เป็นการทำลายความสมดุลย์ของธรรมชาติ

4. การศึกษาของ JICA, 2532

จากผลการศึกษาศักยภาพเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต พังงา
 และกระบี่ JICA ได้เสนอแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม เพื่อให้
 เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวตลอดไป โดยเสนอแนวทางที่ดีไว้ 3 ประเภท คือ

- 1) การฟื้นฟูอาคารประวัติศาสตร์ในเมืองภูเก็ต เพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยว
 ในเมือง (Town Tourism)
- 2) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในหมู่บ้านท่องเที่ยวเกาะปันหยี จังหวัดพังงา
 และหมู่บ้านพารา จังหวัดภูเก็ต หรือสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน
 (Village Tourism)
- 3) ศูนย์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันดามัน โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ
 โบราณคดี สถาปัตยกรรม วัฒนธรรมและหัตถกรรม เพื่อสนับสนุนให้เกิดการ
 ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

5. เสรี วงษ์ไพจิตร, 2533 - 2534

"จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ชนวนให้เกิดขบวนการนิเวศวิทยาทางการ
 เมือง" ได้กล่าวถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยไว้อย่างน่าสนใจส่วนหนึ่งดังนี้

- 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาและดึงดูดการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จด้วยดี
 ตลอดมา ประกอบด้วย

- 1.1 ความสนับสนุนของรัฐบาล
 - 1.2 ความร่วมมือจากเอกชนที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 1.3 ความร่วมมือของประชาชนชาวไทย
 - 1.4 การปฏิบัติตนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - 1.5 นักท่องเที่ยว
- 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของไทยในอนาคตควรมีดังนี้
- กลยุทธ์ที่ 1 รักษาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการขยายตัวด้านการตลาดได้ในระยะยาว
 - กลยุทธ์ที่ 2 ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่งในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน
 - กลยุทธ์ที่ 3 ปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารราชการและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
 - กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนา กระจาย และใช้ประโยชน์จากการพัฒนาระบบบริการพื้นฐาน เพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะเครือข่าย
 - กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาและยกระดับคุณภาพบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยว

6. The Economist Intelligence Unit : EIU, 1990

EIU ได้เสนอรายงานพิเศษหมายเลข 2030 เรื่อง Far East and Pacific Travel in the 1990, ไว้ว่า ภายในช่วง พ.ศ. 2533 – 2543 ไทยจะเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ ควบคู่กับฮาวาย เพราะแหล่งท่องเที่ยวของไทยมีความหลากหลายครบทุกรูปแบบที่นักท่องเที่ยวนิยม และไทยควรพัฒนาให้เป็น Shopping Paradise, City Tourism และ Beach Resort Destination และรูปแบบการท่องเที่ยวพิเศษอื่น ๆ เช่น Art Treasure Tourism

7. สมบัติ อารังธัญวงศ์, 2537

“แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน” ในวารสารการบริหารและการจัดการปีที่ 3 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2537 : มุลนิธิ 30 ปี คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : หน้า 15 – 50 ได้นำเสนอไว้ ดังนี้

7.1 ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

หมายถึง การพัฒนาโดยมุ่งเน้นการป้องกันและกำจัดผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยควบคุมให้เกิดผลเสียน้อยที่สุด และผลเสียที่เกิดขึ้นนั้นจะต้องไม่เป็นอันตรายต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการดำรงคุณค่าของการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนถาวรตลอดไป โดยทั้งนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนย่อมก่อให้เกิดผลที่พึงปรารถนาทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

7.2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนถาวร รัฐบาลควรดำเนินการดังนี้

- 1) ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ในหมู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง และทั่วถึง
 - 1.1 จัดตั้งคณะกรรมการรณรงค์เพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
 - 1.2 การส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ผ่านการศึกษาในระบบ
- 2) การพัฒนาบุคลากร
 - 2.1 ขยายการศึกษาระดับอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่าในสาขาต่าง ๆ ที่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกำลังขาดแคลน
- 3) การวางแผนและพัฒนาโครงสร้างทางกายภาพให้เหมาะสม
 - 3.1 กำหนดนโยบายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งให้เป็นไปตามแนว การพัฒนาแบบยั่งยืน คือ สะอาด สวยงาม ปลอดภัย ไร้มลพิษ ชีวิตที่รื่นรมย์
 - 3.2 จัดทำผังเมืองสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นชุมชนขนาดใหญ่ให้ สมบูรณ์
 - 3.3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ระบบบำบัดน้ำเสีย ระบบไฟฟ้า ระบบประปา และระบบ โทรศัพท์ เป็นต้น
- 4) การพัฒนาระบบบริหารเมืองท่องเที่ยว : โดยควรมีองค์ประกอบดังนี้
 - 4.1 ความอิสระในการบริหาร
 - 4.2 อำนาจในการวางแผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยวแบบสมบูรณ์ เบ็ดเสร็จ

4.3 อำนาจในการจัดเก็บรายได้ การระดมทุน และการจัดงบประมาณ

4.4 อำนาจในการบริหารบุคลากร

4.5 อำนาจในการควบคุมกำกับและตรวจสอบโดยประชาชน

7.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

หลักการสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ คือ การอนุรักษ์คุณค่าและความงดงาม ความมีเสน่ห์ จากธรรมชาติให้ดำรงอยู่ถาวรตลอดไป

2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทสร้างสรรค์

โบราณสถาน ศาสนสถาน หรือสิ่งประดิษฐ์ของมนุษย์ และมีชื่อเสียงในความวิจิตรพิสดารหรือความยิ่งใหญ่ ล้วนเป็นแม่เหล็กในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยี่ยมเยียนทั้งสิ้น แต่หากประเทศใดไม่มีสิ่งเหล่านี้ ก็อาจจะสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ การกำหนดให้มีเอกลักษณ์เฉพาะจนนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ เช่น ดึกสูงที่สุดในโลก มหานครสวนสนุก ดิสเนย์แลนด์ เป็นต้น

¹⁸ จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น มีจุดร่วมที่คล้าย ๆ กันในหลายประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของโลกอย่างยั่งยืน กล่าวคือ

- 1) มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับภาวະนิเวศวิทยา และสภาพแวดล้อม
- 2) ความสมดุลย์ การอยู่ร่วมกันระหว่างสังคมมนุษย์และธรรมชาติ
- 3) การพัฒนาคนให้มีศักยภาพและตระหนักถึงความสำคัญจากสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเสมอภาค และเป็นธรรม
- 4) การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้อยู่ในสภาพดีตลอดไป ควบคู่กับการพัฒนาอย่างสมดุลย์
- 5) การส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในลักษณะของนิเวศน์สัญจร (Eco - Tourism)

¹⁸ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์, เรื่องเดิม : 60 - 62

- 6) ส่งเสริมให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เช่น สวนสนุก โลกทางทะเล
- 7) บทบาทและความร่วมมือทางภาครัฐ เอกชน NGOs ประชาชน และนักท่องเที่ยว
- 8) ความสะอาด สวยงาม ปลอดภัย ไร้มลพิษ

นอกจากนี้ยังมีประเด็นอื่น ๆ ที่สำคัญ และควรให้ความสำคัญ และน่าจะส่งผลให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) ความสนับสนุนจากรัฐบาลและความร่วมมือและร่วมใจของทุกฝ่าย
- 2) การปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารราชการและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เคื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 3) การเป็นศูนย์กลางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 4) การพัฒนาเมืองให้เกิดสิ่งต่อไปนี้
 - 4.1 Shopping Paradise
 - 4.2 City Tourism, Town Tourism, Village Tourism
 - 4.3 Beach Resort Destination
 - 4.4 Art Treasure Tourism, Cultural Tourism
 - 4.5 Green Marketing
- 5) การฟื้นฟูอาคารประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์และคุณค่าทางสถาปัตยกรรม
- 6) การส่งเสริม ฟื้นฟู ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์และคุณค่าโดดเด่นให้คงอยู่ตลอดไป
- 7) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- 8) ความประทับใจและความพึงพอใจในบริการ
- 9) ออกแบบก่อสร้างโครงการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ
- 10) การตัดสินใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะมีขึ้น ควรนำวิธีการขอความเห็นจากประชาชนมาใช้ (Public Consultation Techniques)

- 11) ควรมีคณะกรรมการที่ให้คำปรึกษาทางด้านการท่องเที่ยว (Tourism Advisory Bord) ประกอบด้วยบุคคลหลาย ๆ ฝ่าย
- 12) ให้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development Carrying Capacity)
- 13) ใช้มาตรการทางกฎหมายอย่างเคร่งครัดต่อการลักลอบค้าวัตถุโบราณของชาติ/ท้องถิ่น และมาตรการอื่น ๆ มาใช้เพื่อเป็นหลักประกันในความสงบและสุนทรีย์ทัศนของสถานที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับศาสนา มิให้ถูกทำลายไป
- 14) การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น (Local Participation)
- 15) การกระจายรายได้ (Income Distribution) โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวควรเป็นรูปแบบที่นำรายได้เข้าท้องถิ่นนั้นให้มากที่สุด

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย จากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์ต่าง ๆ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต

2.2.1 จากการศึกษาลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี 2539¹⁹ โดย ผศ.ดร.เพ็ญแข แสงแก้ว และคณะ ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยชี้ให้เห็นว่า “ก่อนที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะเดินทางมาประเทศไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ มีทัศนคติที่ดีหรือดีมากต่อประเทศไทยเกือบทุกเรื่อง นั้นแสดงว่า “การโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเทศไทยทำได้ดีมาก และได้ผลสูงสุด” แต่ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาประเทศไทยแล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกือบทุกกลุ่มประเทศ มีความประทับใจในเรื่องต่าง ๆ ลดลง นั้นแสดงให้เห็นว่า ชาวต่างประเทศเมื่อเข้ามาประเทศไทยแล้ว ได้เห็นภาพลักษณะที่ต่างไปจากที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ไว้ จึงเกิดทัศนคติที่เป็นลบ เปลี่ยนไปจากที่มีอยู่เดิม

¹⁹ เพ็ญแข แสงแก้ว และคณะ, การศึกษาลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี 2539, รายงานการวิจัย, ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

2.2.2 จากรายงานการวิจัยเรื่อง “โครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ เขตภาคใต้ ปี 2538 โดยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ร่วมกับกองสถิติและวิจัย ฝ่าย วิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”²⁰ ได้ระบุประเด็นที่น่าสนใจปลายประเด็นดังต่อไปนี้ คือ

1. สภาพโอกาสด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1.1 สภาพโดยทั่วไป

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยระหว่างปี 1996 – 2010 International Air Transport Association ได้พยากรณ์ว่า ในปี 1996 จะมีจำนวนผู้เดินทางทางอากาศมายังประเทศไทย จำนวนถึง 7.25 ล้านคน และสิ้นสุด ปี ค.ศ. 2010 จะมีผู้เดินทางมายังประเทศไทยเป็นจำนวน 22.3 ล้านคน ซึ่งส่วนมากก็จะมาจากญี่ปุ่น และยุโรป ทั้ง 2 ตลาดครองสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้เดินทางมาประเทศไทยทั้งหมด

1.2 แนวโน้มปี 1994 - 1996

ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 1994 มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้าประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 2,937,296 คน เพิ่มจากระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 4.61 โดยจำแนกสัญชาตินักท่องเที่ยวตามภูมิภาค ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (เพิ่ม/ลด)
เอเชียตะวันออก	1,670,636	+ 2.33 %
ยุโรป	700,857	+ 12.97 %
อเมริกา	230,749	+ 7.44 %
เอเชียใต้	123,749	- 1.68 %
โอเชียเนีย	108,402	- 0.40 %
ตะวันออกกลาง	37,974	+ 12.97 %
แอฟริกา	22,172	+ 0.80 %

²⁰ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะรัฐประศาสนศาสตร์, เรื่องเดิม, 2539 : 47 - 52

การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว ในปี 1994 จะมีแนวโน้มจำนวน 6.23 ล้านคน เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8.11 สำหรับปี 1994 ปี 1995 และปี 1996 ททท. ได้ตั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวไว้ 6.31, 6.7 และ 7.2 ล้านคนตามลำดับ โดยมีอัตราการเพิ่มประมาณ 3.6 และ 7.5 ตามลำดับ

2 ปัจจัยสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว

2.1 นโยบายรัฐบาล

รัฐบาลได้มีนโยบายที่เอื้ออำนวยและสนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในการพัฒนา และบริการทางการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลดังกล่าว เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาประเทศไทย และให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้

2.2 สถานการณ์ภายในประเทศ

การขยายตัวทางเศรษฐกิจและความมั่นคงทางสังคม การเมืองภายในประเทศ อยู่ในสถานะที่เอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวไทย

2.3 ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม และมีเหตุการณ์กิจกรรมพิเศษ ในช่วงปี พ.ศ. 2538 - 2539 ที่จะใช้เป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินงานด้านการตลาดหลายประการ ได้แก่ งานพระราชพิธีกาญจนาภิเษก และงานฉลองสิริราชสมบัติ ครบ 50 ปี การเกิดสุริยุปราคาเต็มดวง การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ งานฉลองเชียงใหม่ 700 ปี การประชุม PATA ASIA เป็นต้น

2.4 งบประมาณด้านการตลาด

ททท. ได้รับจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินงานด้านตลาด ทั้งสิ้น 1,588.43 ล้านบาท เพิ่มจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 21 และคิดเป็นร้อยละ 68 ของงบทั้งหมด

ซึ่งบดบังกล่าวจะสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมที่สำคัญต่าง ๆ เพื่อให้แผนการตลาดบรรลุเป้าหมายได้

2.5 แนวโน้มการท่องเที่ยวโลกและภูมิภาค

องค์กรท่องเที่ยวโลกได้พยากรณ์ไว้ว่า ตั้งแต่ปี 1994 เป็นต้นไป สถานการณ์ท่องเที่ยวทั่วโลกจะมีอัตราการขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงทางการเมือง และสังคมของประเทศต่าง ๆ กล่าวคือ จะมีนักท่องเที่ยวทั่วโลก ประมาณ 519 ล้านคน ในปี 1994 และเพิ่มเป็น 661 ล้านคน ในปี 2000 โดยนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก จะมีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุด ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวจะส่งผลให้ประเทศได้รับส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นด้วย

2.6 การเปลี่ยนแปลงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

EIU ได้รายงานการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย-ตะวันออกไกลและแปซิฟิกในปี พ.ศ. 2533 - 2543 จะมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว โดยจะนิยมการท่องเที่ยวทางทะเลมากขึ้น ซึ่งประเทศที่ได้รับประโยชน์มากที่สุด คือ ประเทศไทย และฮาวาย

2.7 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาตรฐานและเพียงพอที่จะรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยวในอนาคต โดยเฉพาะด้านที่พัก แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และการคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น

2.8 ความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน

ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งกลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำ คือ 6 ประเทศ ได้แก่ เขมร ลาว พม่า ไทย เวียดนาม และมณฑลยูนนานของจีน และกลุ่มประเทศด้านเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย จะส่งเสริมการแข่งขันในเชิง complementary Competition เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังภูมิภาคนี้มากขึ้น

2.9 ความร่วมมือระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในปัจจุบัน ธุรกิจท่องเที่ยวมีการร่วมมือกันมากขึ้น ในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับระหว่างภูมิภาค รวมทั้งการแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2.10 การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

รัฐบาลได้สนับสนุนการดำเนินแผนการตลาดเพื่อฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในสภาวะที่ต้องแก้ไขปัญหาระงับ เช่น พัทยา โดยหลักการเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานราชการในท้องถิ่นร่วมมือกันกำหนดทิศทาง และแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ในการฟื้นฟูภาวะการท่องเที่ยว และรัฐบาลสนับสนุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวนั้นสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มมากขึ้น

3. ปัญหาและอุปสรรคการตลาดการท่องเที่ยวไทย

- การแข่งขันทางการท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียน และอินโดจีน ซึ่งมีราคาเป็นแรงจูงใจ จะทำให้ประเทศไทยต้องขายลดราคา เพื่อให้อยู่ในตลาดท่องเที่ยว แม้ว่าประเทศไทยจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากกว่าก็ตาม
- ปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ เป็นผลให้บริษัทนำเที่ยวหลีกเลี่ยงที่จะนำนักท่องเที่ยวมาพักในกรุงเทพฯ เป็นเวลานาน และนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาค ซึ่งมีอัตราค่าห้องพักสูงกว่าในกรุงเทพฯ
- ปัญหาด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ปัญหาด้านนี้ส่วนใหญ่จะเกิดจากการประโคมข่าวของสื่อมวลชนในประเทศ ในปัญหาหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยมีได้คำนึงถึงความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของประเทศ และการเสนอข่าวของสื่อมวลชนต่าง ๆ โดยขาดข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน หรือเป็นการเสนอข่าวด้านลบแต่เพียงด้านเดียว ตัวอย่างภาพลักษณ์ทางลบของการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัญหาโรคเอดส์ ปัญหาโสเภณีเด็ก ปัญหาการทารุณ และการค้าสัตว์ป่า ปัญหาความไม่สงบทางการเมือง ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ปัญหาหลอกลวงนักท่องเที่ยว
- ปัญหาด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านนี้ส่วนใหญ่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวมากเกินไปจนขีดความสามารถในการรองรับได้ (Carry

Capacity) ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น และการขยายตัวของสาธารณูปโภคของโครงสร้างพื้นฐาน ไม่ทันต่อการขยายตัวของการลงทุนของเอกชน ในธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ในพื้นที่นั้น แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งขาดการจัดการและบริหารงานที่ดี สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ขาดการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการควบคุม หรืออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวอย่างจริงจังจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ ตัวอย่างของปัญหาได้แก่ การรุกล้ำแม่น้ำลำคลอง การทำลายปะการัง การปลูกสร้างอาคารที่ไม่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มลภาวะทางเสียง การจราจรแออัด การตั้งร้านค้าบนเรือกดขวางทางเดินหรือบนชายหาด

- ปัญหาด้านบริการการท่องเที่ยว ปัญหาด้านนี้ส่วนใหญ่จะเกิดจากการขาดความสำนึกที่ดีในการประกอบธุรกิจหรือให้บริการต่อนักท่องเที่ยว การเห็นแก่ประโยชน์ระยะสั้น ทำการฉกฉวยหรือตัดกตวงผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวเข้าสู่ตนให้มากที่สุด โดยไร้จรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ ปัญหาที่สำคัญจะเป็นปัญหาการหลอกลวง และการเอาัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทอัญมณี โดยมีการขายสินค้าคุณภาพที่ต่ำกว่ามาตรฐาน สินค้าปลอมในราคาที่แพงเกินความเป็นจริง ปัญหาอื่น ๆ ก็มี เช่น ชาวต่างประเทศแอบแฝงมาประกอบอาชีพคคเทศกในราชอาณาจักร การรบกวน ชมชู่ให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว ความไม่เป็นระเบียบที่ท่าอากาศยาน กรุงเทพฯ ที่ให้เอกชนเข้าไปแฝงการขายบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในรูปของบริษัท รับส่งผู้โดยสาร การขับขีเรือสกีตเตอร์บนพื้นที่เล่นน้ำริมหาด ฯลฯ

2.2.3 ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย จาก การสัมภาษณ์บริษัททัวร์ต่าง ๆ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต

1. บริษัท Island Tour

ที่ตั้ง 10 ซ.ประดิษฐ์ ถ.รัชฎา ต.ตลาดใหญ่ อ.เมือง จ.ภูเก็ต
ดำเนินกิจการมา 10 ปี

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- ชายหาดที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัว จะชอบความสงบสวยงามของธรรมชาติเป็นพิเศษ

- นิสสัยเชื่อเพื่อเพื่อน และใจดีของคนไทย
- ความจริงใจของคนไทยในชนบท และชีวิตความเป็นอยู่อย่างง่าย ๆ แบบชนบท
- อาหารไทย

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- ช่วงเทศกาลที่คนค่อนข้างแออัด เช่น ปีใหม่ ทำให้ไม่มีโรงแรมที่จะพัก บางคนต้องนอนด้านหน้าของโรงแรม
- นักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัว ไม่ชอบความเจริญย่านธุรกิจ บาร์ ในที่คลับแบบหาดป่าตอง

ในภาพรวม นักท่องเที่ยวประมาณ 90% มีความพอใจประเทศไทยและเดินทางมาเพิ่มขึ้น

2. บริษัท Sea Diamond

ที่ตั้ง 23 ถนนรัชฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต โทร 076-211881
ดำเนินกิจการมา 10 กว่าปี

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- ทรัพยากรธรรมชาติ ชายหาด เกาะต่าง ๆ
- อาหารไทย
- ศิลปวัฒนธรรมไทย
- อธิยาศัยของคนไทย ใจดี พร้อมที่จะช่วยเหลือ
- เศรษฐกิจและราคาถูก ในการดำเนินชีวิตประจำวัน

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- ชายหาดย่านธุรกิจแบบหาดป่าตอง
- โกด์บางกลุ่มที่ยัดเยียดขายบริการการท่องเที่ยว

ในภาพรวม นักท่องเที่ยวยังคงมีความพึงพอใจประเทศไทยค่อนข้างมาก สิ่งดึงดูดใจที่สำคัญคือ ความประทับใจในทรัพยากรธรรมชาติ และอาหารไทย

3. บริษัท Phang Nga Exploration Phuket Thailand :Sea Cave Canoe

ที่ตั้ง 2/1 ถ.ชุมพร อ.เมือง จ.ภูเก็ต
ดำเนินกิจการมา 6 ปี

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- ประทับใจกับธรรมชาติที่สวยงามบริเวณอ่าวพังงามาก
- การบริการของพนักงาน
- อธิยาศัยของคนไทย

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- ทะเลช่วงน้ำลด ไม่มีน้ำทะเล ประมาณ 1 – 2 วัน ในแต่ละเดือน

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบและพอใจประเทศไทย

4. บริษัท P.R Travel

ที่ตั้ง 367/7 ถ.เขาวราช อ.เมือง จ.ภูเก็ต
ดำเนินกิจการมา 10 กว่าปี

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- ทรัพยากรธรรมชาติตามชายหาด เกะต่าง ๆ ที่ยังอนุรักษ์ไว้
- อธิยาศัยของคนไทย ให้ความช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวถามทาง
- อาหารทะเลราคาไม่แพง
- ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- การรบกวนนักท่องเที่ยวตามชายหาดเพื่อให้ซื้อสินค้า เช่น เสื้อผ้า เพชรพลอย หรือ บริการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวบางคนบ่นมาว่า ขณะนอนพักผ่อน มีคนมาขายของกว่า 20 คน มักพบในบริเวณหาดป่าตอง กะตะ และกะรน
- มีปัญหาไม่มีที่จอดรถบริเวณหาดป่าตอง บางครั้งรถหาย
- โรงแรมตามชายหาดมีราคาแพงเกินควร แพงกว่าพัทยาและกรุงเทพฯ
- ท่าเรือที่อ่าวปอและอ่าวฉลองในภูเก็ตไม่มีการปรับปรุง ทำให้นักท่องเที่ยวบาดเจ็บเนื่องจากสะพานชำรุด เมื่อมาเที่ยวอีกในปีต่อมา ก็ยังไม่มีการซ่อม ทำให้นักท่องเที่ยวสงสัยว่าประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวมาก แต่ไม่นำงบประมาณมาปรับปรุงท่าเรือ
- ประเพณีกินผักที่ภูเก็ต จุดประทัดเสียงดัง หนวกหูมาก
- นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกที่ว่า ก่อนมาประเทศไทย ได้รับข้อมูลที่ดีจากโฆษณา แต่เมื่อมาถึงแล้วกลับพบปัญหาต่าง ๆ เช่น ชยะ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยตามแหล่งท่องเที่ยว ทำให้รู้สึกผิดหวัง

จากข้อมูลที่ได้ส่วนใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกค่อนข้างเป็นลบต่อประเทศไทย หลังจากมาเที่ยวแล้วและพบปัญหาต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว

5. บริษัท Pegasus Canoe Tour

ที่ตั้ง 74/77 พุนผลปลาซ่า ถ.พุนผล อ.เมือง จ.ภูเก็ต
ดำเนินกิจการมา 2 ปี

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- ประทับใจกับธรรมชาติ ทะเล ชายหาด ถ้ำใต้น้ำ บริเวณอ่าวพังงา
- การบริการต่าง ๆ
- อธิยาศัยของคนไทย ใจดี ให้ความช่วยเหลือ
- อาหารไทย

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- ไม่มี

ข้อมูลที่ได้ พบว่า นักท่องเที่ยวชอบและพอใจประเทศไทยมาก โดยเฉพาะ
ทรัพยากรธรรมชาติ

6. บริษัทสิงห์ภูเก็ต Phuket Crusier Tour

ที่ตั้ง 74/1 พุนผลปลาซ่า ถ.พุนผล อ.เมือง จ.ภูเก็ต
ดำเนินกิจการมา 10 ปี

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- อธิยาศัยของคนไทย
- วัฒนธรรมไทย เช่น ประเพณีสงกรานต์ มวยไทย
- อาหารไทย
- ราคาไม่แพง คุ่มค่า

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวถูกทำลาย มีการอนุรักษ์น้อยลง เช่น ปะการัง
- ชยะและสิ่งสกปรกตามชายหาด
- โรงแรม บังกะโล มีมากเกินไป
- คนไทยอ่อนภาษาอังกฤษ ซึ่งใช้ในการติดต่อสื่อสาร ได้แต่ยิ้มอย่างเดียว

ในภาพรวม นักท่องเที่ยวยังคงมีความพอใจและประทับใจประเทศไทย โดยเฉพาะ
ธรรมชาติและอภยาศัยคนไทย

7. บริษัท Sea Tour

ที่ตั้ง 95/4 ถ.ภูเก็ต อ.เมือง จ.ภูเก็ต
ดำเนินกิจการมา 10 ปี

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- ธรรมชาติที่สวยงามตามชายหาด ทะเล
- อธิยาศัยของคนไทย
- ราคาถูก เนื่องจากค่าเงินบาทลดลง

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- ราคาอาหารและที่พักตามโรงแรมค่อนข้างแพง ไม่ถูกอย่างที่คิด
- การบริการสาธารณะไม่เพียงพอ

จากข้อมูลที่ได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทย จะได้รับข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับประเทศไทย โดยเฉพาะ ภูเก็ต พังงา แต่เมื่อมาเที่ยวแล้ว ประมาณ 70% ของนักท่องเที่ยวยังคงพอใจและชอบที่จะมาเที่ยวอีก

8. บริษัท Sunshine Tour

ที่ตั้ง 89/1 ถ.ภูเก็ต อ.เมือง จ.ภูเก็ต โทร. 076 - 212889
ดำเนินกิจการมา 16 ปี

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- นักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชีย เช่น จีน ใต้หวัน สิงคโปร์ ฮองกง อินเดีย และมาเลเซีย ประทับใจอาหารไทย และอาหารทะเลมากที่สุด ทั้งรสชาติและราคาไม่แพง มีเพียงชาวมาเลเซียเท่านั้นที่บ่นว่าแพง
- ทรัพยากรธรรมชาติ ชายหาด ทะเล
- ราคาที่พักเหมาะสมในช่วงเดือนพฤษภาคม - ตุลาคม
- วัฒนธรรมไทย เช่น รำไทย อาหารไทย

- อธิปไตยของคนไทย
- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียชอบช้อปปิ้ง และอยู่ในโรงแรมมาก

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- บริการหรือพนักงานโรงแรมที่ให้คุณค่ากับนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมากกว่าชาวเอเชีย เช่น ในกรณีมีการย้ายแขกที่มาพักในโรงแรม เนื่องจากห้องพักไม่พอ จะต้องย้ายชาวเอเชียออกก่อน ทั้งที่ชาวเอเชียส่วนใหญ่มาประชุมและจ่ายเงินค่อนข้างมาก แต่จะเอาใจชาวตะวันตกมากกว่า เนื่องจาก G.M ของโรงแรมส่วนใหญ่เป็นชาวตะวันตก และจากประวัติศาสตร์ที่ตกอยู่ภายใต้อาณานิคมของชาวตะวันตกมานาน ขณะที่ประเทศจีนจะปฏิบัติต่อคนเอเชียดีกว่าชาวตะวันตก
- การเอาเปรียบราคาที่พักของโรงแรมในภูเก็ต คิดกำไรเกินควร โดยเฉพาะในช่วงปลายปีที่นักท่องเที่ยวหนีอากาศหนาวมาเที่ยวเมืองไทยมาก

แต่ในภาพรวม นักท่องเที่ยวยังคงมีความพอใจและชอบประเทศไทยมากกว่าไม่พอใจ ดูจากปริมาณและคุณภาพของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปี

9. บริษัท Golden Phuket Tour

ที่ตั้ง 37 ถนนมิตร ช.1 อ.เมือง จ.ภูเก็ต
ดำเนินกิจการมา 7 ปี

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- ผลไม้ไทย และอาหารไทยที่รสไม่จัด
- ทรัพยากรธรรมชาติ ทะเล ชายหาด โดยเฉพาะชายหาดที่คึกคักอย่างหาดป่าตอง กะตะ และกะรน และห้างสรรพสินค้า เนื่องจากนักท่องเที่ยวของบริษัทนี้มาจากได้ทุกวัน
- นักท่องเที่ยวในวัยหนุ่มสาวจะชอบเที่ยวป่าตอง และดำน้ำดูปะการัง
- อธิปไตยของคนไทย

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- อากาศร้อนจัดในช่วงหน้าร้อน
- จราจรแออัดที่กรุงเทพฯ
- ความบกพร่องของท่าเรือคลองและอ่าวปอที่ภูเก็ต โดยไม่มีการซ่อมแซม

ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไต้หวันมีความพอใจประเทศไทยและมาเที่ยวเพิ่มขึ้น

10. บริษัท Sea Tran Travel

ที่ตั้ง 6 ถ.พังงา อ.เมือง จ.ภูเก็ต
ดำเนินกิจการมา 15 ปี

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- ทรัพยากรธรรมชาติ ทะเล โดยเฉพาะชาวยุโรปชอบดำน้ำดูปะการัง
- การบริการของพนักงาน และไกด์
- ชาวญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี ชอบเดินเล่น ชอบ Sea Walker เจ็ตสกี
- ผลไม้ไทย
- อธิษาศัยของคนไทย
- ความปลอดภัย
- ราคาถูก

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- การจราจรติดขัดในกรุงเทพฯ และมีมลภาวะต่าง ๆ
- โรงแรมติดทะเลราคาแพงมาก โดยเฉพาะที่ภูเก็ต ต้องเคลื่อนย้ายมาพักโรงแรมเล็กๆ ในตัวเมือง

พอจะสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบและพอใจประเทศไทย บางคนมาทุก 3 เดือน หรือทุกปี โดยเฉพาะที่ภูเก็ต

11. บริษัท Tourimo Thai Phuket Beach

ที่ตั้ง 5/62 - 63 ถ.แม่หลวน อ.เมือง จ.ภูเก็ต โทร. 076 - 222404 - 7

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- ประทับใจทรัพยากรธรรมชาติ ชายหาด ทะเล
- อธิยาศัยของคนไทย สุภาพ
- วัฒนธรรมไทย เช่น แกะสลักไม้ ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย (Thai style of Life) ทางภาคเหนือและภาคใต้

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- รถตู้ติดๆ ราคาแพงมาก มีการโกงราคา
- ของที่ระลึก อาหารและโรงแรมในภูเก็ตแพงมาก
- ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศไทยว่าปลอดภัย ธรรมชาติสวยงาม คนไม่แออัด สงบ และเหมาะสำหรับพักผ่อน มาถึงเมืองไทยแล้วก็ไม่ผิดหวัง แต่พบว่า วัฒนธรรมบางอย่างของคนไทยที่ชอบพูดว่า "ไม่เป็นไร" แต่อาจเป็นปัญหาอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน เช่น การซื้อสินค้าไทย พ่อค้าบอกว่าสินค้าบกพร่องนิดหน่อยไม่เป็นไร "No Problem" ชาวต่างประเทศจะคิดว่าเอาสินค้าไม่ดีมาขาย เขาไม่ชอบคำว่า "No Problem" หรือบางครั้งอากาศแปรปรวน บริษัททัวร์ไม่สามารถไปตามโปรแกรมที่กำหนดได้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะเห็นค่าของเงินมาก จะคิดเป็นเงินทุกโปรแกรมและขอเงินคืน ขณะที่คนไทยคิดว่า ไม่เป็นไร ฝรั่งไม่น่าตระหนี่มากขนาดนั้น

แต่ในภาพรวม นักท่องเที่ยวยังคงประทับใจทรัพยากรธรรมชาติของไทยมากและมาเที่ยวเพิ่มขึ้น

12. บริษัท The Phuket Gazette (หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาษาอังกฤษ)

ที่ตั้ง 367/2 ถ.เยาวราช อ.เมือง จ.ภูเก็ต โทร. 076 - 236231 - 4

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- อธิยาศัยของคนไทย
- คนตรีไทย รำไทย
- อาหารไทย
- บริการของพนักงานโรงแรม
- ทรัพยากรธรรมชาติสวยงาม
- เสื้อที่เจ็ด แถวหาดป่าตองราคาถูก ซื้อเป็นของที่ระลึกได้ และนิยมซื้อกลับไป

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- การไม่รักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีสัญลักษณ์ เช่น ไม่มีส้วมให้คนงานที่ก่อสร้างใกล้แหล่งท่องเที่ยว ทำให้สิ่งสกปรกไหลลงทะเล
- ชยะได้น้ำมีเพิ่มมากขึ้น
- การบริการของระบบขนส่งมวลชนยังไม่ดีพอ ในภูเก็ตจะมีมอเตอร์ไซด์ รถตุ๊กตุ๊ก ที่คิดราคาแพงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ควรมีราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standard Price)
- ไม่มีรถบัสวิ่งรอบเมือง ต้องพึ่งรถตุ๊กตุ๊กที่ราคาแพงมาก
- ของที่ระลึกราคาแพง เช่น ไช้หมัก อัญมณี
- ถูกบังคับจากไกด์ให้ดูสินค้าตามร้าน เพราะมาเป็นรถบัส ทั้งที่ไม่อยากซื้อ
- ชาวญี่ปุ่นจะถูกเสนอราคาสินค้าและบริการแพงเป็น 3 เท่า สำหรับฝรั่ง 2 เท่าของราคาคนไทย เช่น การนวดแผนโบราณ ราคาคนไทย 120 บาท ฝรั่งราคา 200 บาท ญี่ปุ่นราคา 300 บาท ราคาควรเป็นราคาเดียวกัน ดังเช่นในประเทศญี่ปุ่น

ข้อมูลที่ได้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปัจจุบัน มีความรู้สึกที่เป็นลบต่อประเทศมากกว่าความรู้สึกที่เป็นบวก

13. บริษัท Andamon Report (หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาษาอังกฤษ)

ที่ตั้ง สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ถนนพหลโยธิน อ.เมือง จ.ภูเก็ต
076 - 217449, 215604

สิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบ/พอใจ

- ทรัพยากรธรรมชาติ ชายหาด ทะเล
- ราคาถูก เนื่องจากค่าเงินบาทลดลง
- อากาศดี
- ผลไม้ไทยและอาหารไทย โดยเฉพาะต้มยำกุ้ง
- วัฒนธรรมไทยทางภาคเหนือ

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ/ไม่พอใจ

- การให้บริการที่ไม่เป็นมาตรฐานของราคาและคุณภาพของสินค้า เช่น อัญมณี ราคา 3 หมื่น แต่ขายนักท่องเที่ยว 3 แสนบาท มีการแบ่งเกรดราคาของรถรับจ้าง
- ความไม่สะอาด หรือขาดสุขอนามัยของอาหาร เช่น บางร้านมีหนูที่ไม่ผ่านโรงฆ่าสัตว์ของรัฐบาล
- การขูดเยียดบริการให้นักท่องเที่ยวโดยที่เขาไม่เต็มใจ เช่น การขายเสื้อผ้าตามชายหาด
- ความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยของท่าเรือและแผนกขอยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
- ประเทศไทยไม่ใช่ "Land of Smile" อีกต่อไป เนื่องจากสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ทำให้คนไทยเห็นแก่ตัว เอาเปรียบนักท่องเที่ยวเมื่อมีโอกาส
- ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

แต่ในภาพรวม จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปี นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ยังคงมีความพอใจ หรือมีความรู้สึกเป็นบวก ต่อประเทศไทย มากกว่าความรู้สึกที่เป็นลบ

จากการรวบรวมและศึกษาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เจตคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ได้มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีความสำคัญอย่างยิ่ง

ในการที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ยั่งยืนย่อมไม่สูญเปล่า หากมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งเสริมเจตคติในทางที่ดีและก่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงควรทำการศึกษาระดับของเจตคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่ได้มาประเทศไทยในด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลที่สำคัญในการปรับปรุงปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาออกเป็น 5 ประเด็น คือ

- 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ
- 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย
- 5) การนำเสนอข้อมูล

โดยจะขอนำเสนอเป็นลำดับต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงที่ทำการศึกษา จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวภูเก็ต ในปี 2541 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บันทึกไว้ว่า ประมาณ 2,400,000 - 3,000,000 คนต่อปี หรือประมาณ 30,000 - 50,000 คนต่อวัน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย แยกตามภูมิภาค เช่น เอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ - ใต้ แอฟริกา และ โอเชียเนีย

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง KREJCIE AND MORGAN ดังนี้

จากตาราง KREJCIE AND MORGAN กำหนดให้

จำนวนประชากร 100,000 คน : จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน

ดังนั้น จำนวนประชากรนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 50,000 คน : จำนวน
กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เท่ากับ 192 คน

แต่เพื่อให้ผลการวิจัยมีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อถือได้
(Reliability) เพิ่มมากขึ้น จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นเป็น 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เป็นแบบสอบถามที่
คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบบสอบถามมี 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย
คำถาม 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย
ในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วยคำถาม 30 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของชาวต่างประเทศที่มีต่อการ
พัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นคำถามปลายเปิด

แบบสอบถามได้รับการแปลเป็นภาษาต่างประเทศ 4 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ
จีน ญี่ปุ่น และฝรั่งเศส

3.2.2 เอกสารงานวิจัยและเอกสารการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเจตคติและความประทับใจ
ของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย

คุณภาพของเครื่องมือ

1) ผู้วิจัยดำเนินการทำ Pre-test เพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือ
ได้ (Reliability) ของเครื่องมือวัด เพื่อตรวจสอบว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานั้นมีข้อผิดพลาด
หรือไม่ อย่างไร ข้อคำถามใดที่ผู้ตอบไม่เข้าใจ หรือข้อคำถามใดที่ทุกคนเห็นด้วย หรือ
ไม่เห็นด้วยทั้งหมด โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา
มากที่สุด จำนวน 30 คน มาทำการทดสอบ

2) หาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้ค่า Alpha Coefficient²¹ (α) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α	คือ	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
$\sum S_i^2$	คือ	ผลรวมของค่าความแปรปรวนแต่ละข้อ
S_t^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ
n	คือ	จำนวนข้อในแบบสอบถาม

พบว่า ความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่า Alpha = 0.94 แสดงว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อถือได้ในระดับสูงมาก

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ตามโรงแรมต่าง ๆ ทั้งจังหวัดภูเก็ต ภัตตาคาร และร้านอาหาร และตามแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 400 ชุด ได้กลับคืนมา 340 ชุด คิดเป็นร้อยละ 85 ใช้เวลาประมาณ 4 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2542

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม มีลำดับขั้นการวิเคราะห์ดังนี้

²¹ ดำรัส สันะวีรชาติ, การวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือวัดผลเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน, หน่วยงานนิเทศก์ กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 4, 2537 (อัครา) : 90

1) ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างประเทศ แบบสอบถามเป็นลักษณะตรวจสอบรายการ (Check list) และเติมคำในช่องว่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ

2) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเจตคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างประเทศ ที่มีต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ของ Best²² ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ย²³ (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน²⁴ (S.D) ค่าเฉลี่ยร้อยละ ($\bar{X}\%$) และการจัดกลุ่มตามค่าร้อยละ เป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีสูตรและรายละเอียดดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	คะแนนเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

$$S.D = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N - 1)}}$$

²² Best, John. W. Research in Education. 3 rd.ed. New Jersey, America, 1977 : 189

²³ ล้วน สายยศ และอังคณา ตันศิริตนาพันธ์, สถิติวิทยาทางการศึกษา, 2515 : 51

²⁴ Ferguson, George A. Statistical Analysis in Psychology and Education. New York, 1971 : 62

เมื่อ	S.D	คือ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล
	$\sum X$	คือ	ผลรวมของคะแนน
	$\sum X^2$	คือ	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	N	คือ	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในกลุ่ม

$$\bar{X}\% = \frac{\bar{X} \times 100}{\text{คะแนนเต็ม}}$$

(คะแนนเต็ม = 5 เนื่องจากมีมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ จาก 1-5 คะแนน)

การจัดกลุ่มตามค่าร้อยละ²⁵ ดังนี้

ระดับ	ความหมาย	ช่วงคะแนนเป็นร้อยละโดยประมาณ
4	มากที่สุด	80 - 100
3	มาก	70 - 79
2	ปานกลาง	60 - 69
1	น้อย	50 - 59
0	น้อยที่สุด	0 - 49

3) ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ ในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นคำถามปลายเปิด วิเคราะห์ข้อมูลโดยการบรรยายความ และจัดลำดับตามค่าร้อยละ

²⁵ กระทรวงศึกษาธิการ, คู่มือการประเมินผลการเรียนตามหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนต้น พุทธศักราช 2521, (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2533) : 24.

3.5 การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ จะใช้ตารางเพื่อรวบรวมข้อมูล (Dummy Table) เพื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงผล และทำการวิเคราะห์ สรุปผล นำเสนอ เป็นเนื้อหาตามลำดับของข้อมูลที่ได้จากการสำรวจเอกสาร การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม พร้อมทั้งวิเคราะห์วิจารณ์ สรุปผลการศึกษาวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาวิจัยขอนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตาราง และแปรผลด้วยการบรรยายแยกตามลักษณะของข้อมูล ซึ่งปรากฏผลตามลำดับต่อไปนี้ คือ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น (Descriptive Analysis)

ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งจาก เยอรมัน อังกฤษ อเมริกา ออสเตรเลีย ยุโรป และเอเชีย รวม 340 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏผลดังนี้

อายุ	นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 180 คน (ร้อยละ 54.05) มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 72 คน (ร้อยละ 21.62)
เพศ	พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 189 คน (ร้อยละ 55.59) เป็นเพศหญิง จำนวน 151 คน (ร้อยละ 44.41)
อาชีพ	พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท จำนวน 154 คน (ร้อยละ 45.70) เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 74 คน (ร้อยละ 21.96) และประกอบอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ สถาปนิก นักธุรกิจ ช่างภาพอิสระ ช่างเสริมสวย ผู้จัดการโครงการ และผู้เกษียณจากงานแล้ว จำนวน 44 คน (ร้อยละ 13.06) ส่วนที่เหลือเป็นเจ้าของกิจการ ข้าราชการ แม่บ้าน และผู้ที่ไม่มียาได้

การศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 135 คน (ร้อยละ 40.18) ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 68 คน (ร้อยละ 20.24) ระดับอนุปริญญา จำนวน 67 คน (ร้อยละ 19.94) ที่เหลือมีการศึกษาระดับปริญญาโท ปริญญาเอก และประถมศึกษา

รายได้ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 66,001 บาท จำนวน 104 คน (ร้อยละ 36.36) และมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 22,001 - 51,000 บาท จำนวน 103 คน (ร้อยละ 36.02)

สัญชาติ พบว่า ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นชาวตะวันตก เช่น เยอรมัน อังกฤษ อเมริกา ออสเตรเลีย และยุโรป ฯลฯ จำนวน 230 คน (ร้อยละ 67.65) มีชาวเอเชียจำนวน 110 คน (ร้อยละ 32.35)

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะส่วนตัว

คุณสมบัติส่วนตัว	รวม	ร้อยละ
อายุ		
12 - 19 ปี	11	3.30
20 - 29 ปี	180	54.05
30 - 39 ปี	72	21.62
40 - 49 ปี	39	11.71
50 - 59 ปี	21	6.31
60 ปีขึ้นไป	10	3.00
รวม	333	100.00
เพศ ชาย	189	55.59
หญิง	151	44.41
รวม	340	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

คุณสมบัติส่วนตัว	รวม	ร้อยละ
อาชีพ		
พนักงาน/ลูกจ้าง	154	45.70
ข้าราชการ	17	5.05
นักเรียน/นักศึกษา	74	21.96
เจ้าของกิจการ	38	11.28
แม่บ้าน/ผู้ไม่มีรายได้	10	2.97
อื่น ๆ ได้แก่ สถาปนิก นักธุรกิจ ช่างเสริมสวย ผู้จัดการโครงการ ช่างภาพอิสระ แต่ส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่เกษียณแล้ว	44	13.06
รวม	337	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	6	1.79
มัธยมศึกษา	68	20.24
ต่ำกว่าปริญญาตรี	67	19.94
ปริญญาตรี	135	40.18
ปริญญาโท	45	13.39
ปริญญาเอก	15	4.46
รวม	336	100.00
รายได้ต่อเดือน		
7,400 - 22,000 บาท	37	12.94
22,001 - 37,000 บาท	60	20.98
37,001 - 51,000 บาท	43	15.04
51,001 - 66,000 บาท	42	14.69
มากกว่า 66,001 บาท	104	36.36
รวม	286	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

คุณสมบัติส่วนตัว	รวม	ร้อยละ
สัญชาติในภาพรวม		
ชาวตะวันตก	230	67.65
ชาวเอเชีย	110	32.35
รวม	340	100.00
สัญชาติ		
1) เยอรมัน	33	9.71
2) แคนาดาเดียน	11	3.24
3) ออสเตรเลีย	6	1.77
4) สวิต	7	2.06
5) อเมริกัน	29	8.53
6) อังกฤษ	38	11.18
7) ออสเตรเลีย	24	7.06
8) ฝรั่งเศส	19	5.59
9) อิตาลี	7	2.06
10) สวีต	15	4.41
11) ดัทช์	6	1.76
12) สก็อต	1	0.29
13) อัฟริกาใต้	3	0.88
14) รัสเซีย	2	0.59
15) นิวซีแลนด์	9	2.65
16) นอร์วีเจียน	8	2.35
17) ไอร์แลนด์	2	0.59
18) ฟินด์นิช	3	0.88
19) เดนมาร์ก	8	2.35
20) ไอริช	1	0.29
21) สิงคโปร์	3	0.88

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

คุณสมบัติส่วนตัว	รวม	ร้อยละ
22) ฮองกง	2	0.59
23) ไต้หวัน	37	10.88
24) จีน	9	2.65
25) ญี่ปุ่น	54	15.88
26) ฟิลิปปินโน	1	0.29
27) มลเชีย	1	0.29
28) เกาหลี	1	0.29
รวม	340	100.00

4.2 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย

จากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย ในภาพรวม พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประเทศไทยทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย ในระดับปานกลาง รายละเอียดผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย		
มากที่สุด	20.55	18.25
มาก	28.00	29.89
ปานกลาง	33.71	33.82
น้อย	11.28	11.89
น้อยที่สุด	6.45	6.14
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	69.00	68.40

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประเทศไทยก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 69.00 และ 68.40 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทย สูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทย เท่ากับ 0.60 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประเทศไทยในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 48.55 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 48.14 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 33.71 หลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 33.82 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 17.74 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 18.03

ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับรายการที่มีตัวชี้วัดหลายตัว จะมีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละตัวชี้วัด ภาพรวม และค่าเฉลี่ยระดับต่าง ๆ ของตัวชี้วัดเรียงตามลำดับดังนี้

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวชี้วัด 3 ตัว คือ

- 1) คุณภาพและปริมาณของทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับการท่องเที่ยว
- 2) ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น
 - ทะเล ชายหาด
 - ภูเขา ป่าไม้
 - เกาะต่าง ๆ
- 3) ทรัพยากรธรรมชาติยังไม่ถูกทำลายมากนัก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวชี้วัดแต่ละตัวได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.3 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพและปริมาณของ
ทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับการท่องเที่ยว

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพ และปริมาณของ ทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับ การท่องเที่ยว		
มากที่สุด	31.07	31.95
มาก	40.83	51.18
ปานกลาง	22.49	15.98
น้อย	2.96	0.26
น้อยที่สุด	2.66	0.59
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	79.00	82.80

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความ
ประทับใจต่อคุณภาพและปริมาณของทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับการท่องเที่ยวก่อนและหลัง
เดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก และมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 79.00 และ 82.00
ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศ
ไทย เท่ากับ 3.80 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติ
และความประทับใจต่อคุณภาพและปริมาณทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน
ระดับมากที่สุด และระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 71.90 และหลังเดินทางมา
คิดเป็นร้อยละ 83.13 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 22.49 หลังเดินทางมา
คิดเป็นร้อยละ 15.98 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 5.62
และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 0.85

ตารางที่ 4.4 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น		
มากที่สุด	42.17	42.69
มาก	33.82	38.10
ปานกลาง	19.00	16.91
น้อย	3.24	1.77
น้อยที่สุด	1.77	0.52
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	82.20	84.20

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 82.20 และ 84.20 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 2.00 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 75.99 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 80.79 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 19.00 หลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 16.91 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 5.01 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 2.29

ตารางที่ 4.5 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติยังไม่ถูกทำลายมากนัก

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติไม่ถูกทำลายมากนัก		
มากที่สุด	30.21	23.87
มาก	30.82	36.25
ปานกลาง	29.61	32.02
น้อย	7.25	5.74
น้อยที่สุด	2.12	2.12
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	76.00	74.80

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อทรัพยากรธรรมชาติยังไม่ถูกทำลายมากนัก ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 76.00 และ 74.80 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.20 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อทรัพยากรธรรมชาติยังไม่ถูกทำลายมากนัก ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 61.03 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 60.12 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 29.61 หลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 32.02 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกันก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 9.37 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 7.86

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว		
มากที่สุด	37.43	36.63
มาก	34.67	40.44
ปานกลาง	21.88	19.79
น้อย	4.00	2.27
น้อยที่สุด	2.03	0.86
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	80.30	81.94

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 80.30 และ 81.94 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.64 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 72.10 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 77.07 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 21.88 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 19.79 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกันก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 6.03 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 3.13

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความน่าสนใจและความเหมาะสมของทรัพยากรธรรมชาติ
ของแหล่งท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 คะแนนเฉลี่ย ระดับความน่าสนใจและความเหมาะสมของทรัพยากรธรรมชาติ
ของแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	ระดับความน่าสนใจและความเหมาะสมของทรัพยากรธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยว					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
คุณภาพ และ ปริมาณ ของ ทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับ การท่องเที่ยว	79.00	0.95	มาก	82.80	0.73	มากที่สุด
ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น	82.20	0.94	มากที่สุด	84.20	0.82	มากที่สุด
• ทะเล ชายหาด	84.40	0.90	มากที่สุด	86.40	0.75	มากที่สุด
• ภูเขา ป่าไม้	77.60	1.03	มาก	79.00	0.93	มาก
• เกาะต่าง ๆ	84.40	0.86	มากที่สุด	86.60	0.71	มากที่สุด
ทรัพยากรธรรมชาติยังไม่ถูก ทำลายมากนัก	76.00	1.02	มาก	74.80	0.96	มาก

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับความน่าสนใจและความเหมาะสมของปัจจัยแต่ละด้าน
ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศมีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น มีความ
น่าสนใจและเหมาะสมกับการท่องเที่ยวมากที่สุด ทั้งก่อนเดินทางและหลังเดินทางมาประเทศไทย
โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 82.20 และ 84.20 ตามลำดับ ทั้งนี้ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็น
จุดเด่นโดยเฉพาะทะเลชายหาด และเกาะต่าง ๆ มีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวมากที่สุด ทั้ง
ก่อนเดินทางมาและหลังเดินทางมาประเทศไทย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยของทะเล ชายหาด เฉลี่ย
ร้อยละ 84.40 และ 86.40 ตามลำดับ และค่าคะแนนเฉลี่ยของเกาะต่าง ๆ ร้อยละ 84.40
และ 86.60 ตามลำดับ นอกจากนี้ ชาวต่างประเทศยังมีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านคุณภาพและ
ปริมาณของทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับการท่องเที่ยวมากที่สุด หลังจากเดินทางมาประเทศ
ไทยแล้ว โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 82.80 ทั้งหมดนี้สามารถจัดลำดับได้ดังนี้

- อันดับ 1 ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น
- อันดับ 1 ทะเล ชายหาด เกาะต่าง ๆ
 - อันดับ 2 ภูเขา ป่าไม้
- อันดับ 2 คุณภาพและปริมาณทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับการท่องเที่ยว
- อันดับ 3 ทรัพยากรธรรมชาติยังไม่ถูกทำลายมากนัก

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมไทย ประกอบด้วยตัวชี้วัด 2 ตัว คือ

- 1) ศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป
 - รำไทย วัดไทย มวยไทย ผ้าไหมไทย สถาปัตยกรรมไทย อาหารไทย และ อัยาศัยของคนไทย
- 2) ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
 - ของที่ระลึก เช่น หัตถกรรมท้องถิ่น เปลือกหอย ไข่มุก และแกะสลักไม้
 - การแสดงต่าง ๆ เช่น การแสดงของช้าง ลิง ภู และแฟนตาซี (Fantacy)
 - บ้านเรือนไทย และสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุเกสของภูเก็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวชี้วัดแต่ละตัว ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.8 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อศิลป- วัฒนธรรมไทยทั่วไป เช่น รำไทย วัดไทย มวยไทย ผ้าไหมไทย สถาปัตยกรรมไทย อาหารไทย และอธยาศัยของคนไทย		
มากที่สุด	27.83	29.03
มาก	33.64	35.16
ปานกลาง	26.79	25.83
น้อย	8.53	7.17
น้อยที่สุด	3.20	2.80
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	74.80	76.20

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 74.80 และ 76.20 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.40 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติพบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 61.47 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 64.19 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 26.79 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 25.83 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 11.73 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 9.97

ตารางที่ 4.9 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อศิลป- วัฒนธรรมท้องถิ่น		
- ของที่ระลึก หัตถกรรมท้องถิ่น เปลือกหอย ไข่มุก และ แกะสลักไม้		
- การแสดงของช้าง ลิง ภู และ แฟนตาซี (Fantasy)		
- บ้านเรือนไทย และสถาปัตย- กรรมชิโนโปรตุเกสของภูเก็ต		
มากที่สุด	18.84	15.43
มาก	25.57	29.63
ปานกลาง	34.02	33.86
น้อย	12.65	12.35
น้อยที่สุด	8.92	8.69
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	66.60	66.20

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 66.60 และ 66.20 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 0.40 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อศิลปวัฒนธรรมไทยท้องถิ่น ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 44.41 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 45.06 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 34.02 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 33.86 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกันก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 21.57 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 21.04

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในภาพรวม ด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศ
ที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมไทย ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อศิลป- วัฒนธรรมไทย		
มากที่สุด	22.92	21.63
มาก	29.23	32.14
ปานกลาง	30.74	30.21
น้อย	10.78	10.00
น้อยที่สุด	6.33	6.02
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	70.40	70.60

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติ
และความประทับใจต่อศิลปวัฒนธรรมไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก
โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 70.40 และ 70.60 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมา
ประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 0.20 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับ
เจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อศิลปวัฒนธรรมไทย ในระดับมาก
ที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 52.15 และหลังเดินทางมาคิดเป็น
ร้อยละ 53.77 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 30.74 และหลังเดินทางมาคิด
เป็นร้อยละ 30.21 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกันก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 17.11 และ
หลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 16.02

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความน่าสนใจของศิลปวัฒนธรรมไทย ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 คะแนนเฉลี่ยระดับความน่าสนใจของศิลปวัฒนธรรมไทย

รายการ	ระดับความน่าสนใจของศิลปวัฒนธรรมไทย					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
ศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป	74.80	1.05	มาก	76.20	1.03	มาก
• ไร่ไทย	72.40	1.07	มาก	73.00	1.02	มาก
• วัดไทย	78.60	1.01	มาก	80.20	0.92	มากที่สุด
• มวยไทย	66.00	1.26	ปานกลาง	66.00	1.24	ปานกลาง
• ผ้าไหมไทย	71.00	1.09	มาก	72.20	1.05	มาก
• สถาปัตยกรรมไทย	74.20	0.98	มาก	75.20	0.96	มาก
• อาหารไทย	79.80	0.94	มาก	82.40	0.92	มากที่สุด
• อธิยาศัยของคนไทย	80.80	0.93	มากที่สุด	84.00	0.84	มากที่สุด
ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	66.60	1.18	ปานกลาง	66.20	1.14	ปานกลาง
<u>ของที่ระลึก</u>						
• หัตถกรรมท้องถิ่น	74.00	1.00	มาก	75.00	0.93	มาก
• เปลือกหอย	63.60	1.28	ปานกลาง	62.20	1.23	ปานกลาง
• ไหมงูก	66.20	1.20	ปานกลาง	65.40	1.16	ปานกลาง
• แกะสลักไม้	70.80	1.12	มาก	71.20	1.04	มาก
<u>การแสดงต่าง ๆ</u>						
• การแสดงของช้าง	63.60	1.31	ปานกลาง	62.20	1.29	ปานกลาง
• การแสดงของลิง	57.60	1.29	น้อย	56.20	1.25	น้อย
• การแสดงของงู	57.40	1.29	น้อย	55.40	1.25	น้อย
• แฟนตาซี (Fantasy)	56.00	1.29	น้อย	53.60	1.23	น้อย
<u>สิ่งก่อสร้าง</u>						
• บ้านเรือนไทย	70.80	0.95	มาก	76.60	0.87	มาก
• สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุเกสของภูเก็ต	68.40	0.95	ปานกลาง	68.80	0.86	ปานกลาง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับความน่าสนใจของปัจจัยแต่ละด้านสามารถจัดลำดับได้ดังนี้

อันดับ 1 ศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป

ชาวต่างประเทศมีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป มีความน่าสนใจในระดับมาก ทั้งก่อนเดินทางมาและหลังเดินทางมาประเทศไทย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 74.80 และ 76.20 ตามลำดับ ทั้งนี้ สามารถจัดลำดับได้ดังนี้

อันดับ 1	อัยาศัยของคนไทย
อันดับ 2	อาหารไทย
อันดับ 3	วัดไทย
อันดับ 4	สถาปัตยกรรมของไทย
อันดับ 5	รำไทย
อันดับ 6	ผ้าไหมไทย
อันดับ 7	มวยไทย

อันดับ 2 ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

ชาวต่างประเทศมีความเห็นว่า ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น มีความน่าสนใจในระดับปานกลาง ทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 66.60 และ 66.20 ตามลำดับ ทั้งนี้สามารถจัดลำดับได้ดังนี้

• ของที่ระลึก

อันดับ 1	หัตถกรรมท้องถิ่น
อันดับ 2	แกะสลักไม้
อันดับ 3	ไข่มุก
อันดับ 4	เปลือกหอย

• การแสดงต่าง ๆ

อันดับ 1	การแสดงของช้าง
อันดับ 2	การแสดงของลิง
อันดับ 3	การแสดงของงู
อันดับ 4	แฟนตาซี (Fantasy)

• สิ่งก่อสร้าง

อันดับ 1	บ้านเรือนไทย
อันดับ 2	สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุเกสของภูเก็ต

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพของคนไทย ประกอบด้วย ตัวชี้วัด 2 ตัว คือ

- 1) อธิปไตยของคนไทย
 - 2) คุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวชี้วัดแต่ละตัว ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.12 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่ออธิปไตยของคนไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่ออธิปไตยของคนไทย		
มากที่สุด	36.72	42.69
มาก	37.31	37.61
ปานกลาง	21.49	17.02
น้อย	2.39	2.09
น้อยที่สุด	2.09	0.60
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	80.80	84.00

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่ออธิปไตยของคนไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 80.80 และ 84.00 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 3.20 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติพบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่ออธิปไตยของคนไทย ในระดับมากที่สุด และระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 74.03 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 80.30 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 21.49 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 17.02 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 4.48 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 2.69

ตารางที่ 4.13 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพ และจิตสำนึกในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวของคนไทย		
มากที่สุด	21.21	23.03
มาก	33.03	23.03
ปานกลาง	34.24	33.03
น้อย	7.58	8.49
น้อยที่สุด	3.94	2.42
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	72.00	73.40

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อคุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 72.00 และ 73.40 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.40 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อคุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทย ในระดับมากที่สุดและระดับมาก รวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 54.24 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 56.06 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 34.24 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 33.03 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 11.52 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 10.91

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในภาพรวม ด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพของคนไทย ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพของคนไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพ ของคนไทย		
มากที่สุด	29.02	32.93
มาก	35.19	35.34
ปานกลาง	27.82	24.96
น้อย	4.96	5.26
น้อยที่สุด	3.01	1.50
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	76.45	78.59

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อคนไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 76.45 และ 78.59 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 2.14 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติพบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อคนไทย ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 64.21 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 68.27 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 27.82 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 24.96 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 7.97 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 6.76

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับคุณภาพของคนไทย ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 คะแนนเฉลี่ย ระดับคุณภาพของคนไทย

รายการ	ระดับคุณภาพของคนไทย					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
อธยาศัยของคนไทย	80.80	0.93	มากที่สุด	84.00	0.84	มากที่สุด
คุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยว	72.00	1.03	มาก	73.40	1.00	มาก

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับคุณภาพของปัจจัยแต่ละด้าน ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศมีความประทับใจต่ออธยาศัยของคนไทยในระดับมากที่สุด ทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงถึง 80.80 และ 84.00 ตามลำดับ และชาวต่างประเทศมีความเห็นว่า คนไทยมีคุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับมาก ทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 72.00 และ 73.40 ตามลำดับ

ทั้งนี้สามารถจัดลำดับได้ดังนี้

- อันดับ 1 อธยาศัยของคนไทย
 อันดับ 2 คุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทย

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทย ประกอบด้วยตัวชี้วัด 4 ตัว คือ

- 1) ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว
- 2) พฤติกรรมในการให้บริการ
- 3) ความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ
- 4) ความพอเพียงของมัคคุเทศก์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวชี้วัดแต่ละตัว ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.16 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทย ด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ ไทย ด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว		
มากที่สุด	20.72	21.68
มาก	37.17	39.47
ปานกลาง	33.55	33.22
น้อย	5.92	4.61
น้อยที่สุด	2.63	1.32
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	73.40	75.00

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อมัคคุเทศก์ไทย ด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 73.40 และ 75.00 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.60 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อมัคคุเทศก์ไทย ด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 57.89 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 61.15 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 33.55 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 33.22 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 8.55 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 5.93

ตารางที่ 4.17 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทย ในด้าน
พฤติกรรมในการให้บริการ

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ ไทย ในด้านพฤติกรรมในการให้ บริการ		
มากที่สุด	22.65	23.62
มาก	33.01	37.54
ปานกลาง	35.28	32.36
น้อย	5.83	4.53
น้อยที่สุด	3.24	1.94
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	73.20	75.20

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อมัคคุเทศก์ไทย ในด้านพฤติกรรมในการให้บริการ ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 73.20 และ 75.20 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 2.00 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อมัคคุเทศก์ไทย ในด้านพฤติกรรมในการให้บริการ ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 55.66 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 61.16 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 35.28 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 32.36 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 9.07 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 6.47

ตารางที่ 4.18 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทย ในด้าน
ความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ ไทย ในด้านความสามารถทางด้าน ภาษาต่างประเทศ		
มากที่สุด	17.38	17.38
มาก	27.21	30.82
ปานกลาง	40.00	37.70
น้อย	12.13	11.80
น้อยที่สุด	3.28	2.30
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	68.60	69.80

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความ
ประทับใจต่อมัคคุเทศก์ไทย ในด้านความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ ก่อนและหลัง
เดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 68.60 และ 69.80 ตามลำดับ
โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ
1.20 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความ
ประทับใจต่อมัคคุเทศก์ไทย ในด้านความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ ในระดับมากที่สุด
และระดับมากที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 44.59 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ
48.20 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 40.00 และหลังเดินทางมาคิดเป็น
ร้อยละ 37.70 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 15.41 และ
หลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 14.10

ตารางที่ 4.19 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทย ในด้าน
ความพอเพียงของมัคคุเทศก์

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ ไทย ในด้านความพอเพียงของ มัคคุเทศก์		
มากที่สุด	19.46	16.73
มาก	23.35	28.79
ปานกลาง	42.80	42.02
น้อย	8.56	7.39
น้อยที่สุด	5.84	5.06
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	68.40	69.00

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อมัคคุเทศก์ไทย ในด้านความพอเพียงของมัคคุเทศก์ ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 68.40 และ 69.00 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 0.60 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อมัคคุเทศก์ไทย ในด้านความพอเพียงของมัคคุเทศก์ ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 42.81 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 45.52 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 42.80 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 42.02 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 14.40 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 12.45

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในภาพรวม ด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทย ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อมัคคุเทศก์ ไทย		
มากที่สุด	20.09	19.92
มาก	30.47	34.88
ปานกลาง	37.70	36.09
น้อย	8.09	7.06
น้อยที่สุด	3.66	2.55
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	71.05	72.41

จากตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อมัคคุเทศก์ไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 71.05 และ 72.41 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.36 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติพบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อมัคคุเทศก์ ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 50.56 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 54.80 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 37.70 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 36.09 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 11.75 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 9.61

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับคุณภาพของมัคคุเทศก์ไทย ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 คะแนนเฉลี่ยระดับคุณภาพของมัคคุเทศก์ไทย

รายการ	ระดับคุณภาพของมัคคุเทศก์ไทย					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	73.40	0.96	มาก	75.00	0.89	มาก
พฤติกรรมในการให้บริการ	73.20	1.00	มาก	75.20	0.93	มาก
ความสามารถทางด้านภาษา ต่างประเทศ	68.60	1.02	ปานกลาง	69.80	0.99	ปานกลาง
ความพอเพียงของมัคคุเทศก์	68.40	1.08	ปานกลาง	69.00	1.02	ปานกลาง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับคุณภาพของปัจจัยแต่ละด้าน ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศ มีความเห็นว่ามัคคุเทศก์ไทยมีพฤติกรรมในการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งก่อนและหลังเดินทาง มาประเทศไทย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 73.20 และ 75.20 ตามลำดับ และมัคคุเทศก์ไทย มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก ทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย โดยมี ค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 73.40 และ 75.00 ตามลำดับ

ทั้งนี้ สามารถจัดลำดับได้ดังนี้

- | | |
|----------|---|
| อันดับ 1 | มัคคุเทศก์ไทยมีพฤติกรรมในการให้บริการและมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว |
| อันดับ 2 | ความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ |
| อันดับ 3 | ความพอเพียงของมัคคุเทศก์ |

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่ง และการจราจรในประเทศไทย ประกอบด้วยตัวชี้วัด 3 ตัวคือ

- 1) ประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่ง
 - ทางอากาศ
 - ทางน้ำ
 - ทางบก

- 2) การไม่เกิดอุบัติเหตุ
- 3) การได้มาตรฐานของถนน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวชี้วัดแต่ละตัว ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.22 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจร

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจรทางอากาศ, ทางน้ำ, ทางบก		
มากที่สุด	18.96	15.47
มาก	29.13	31.67
ปานกลาง	32.52	31.36
น้อย	10.38	11.12
น้อยที่สุด	9.00	10.38
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	67.80	66.20

จากตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจร ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 67.80 และ 66.20 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.60 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจร ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 48.09 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 47.14 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 32.52 และหลัง

เดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 31.36 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 19.38 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 21.50

ตารางที่ 4.23 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่เกิดอุบัติเหตุ

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่เกิด อุบัติเหตุ		
มากที่สุด	14.33	12.20
มาก	17.68	16.16
ปานกลาง	34.15	31.71
น้อย	16.16	19.21
น้อยที่สุด	17.68	20.73
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	59.00	56.00

จากตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่เกิดอุบัติเหตุ ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 59.00 และ 56.00 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 3.00 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่เกิดอุบัติเหตุ ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 32.01 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 28.36 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 34.15 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 31.71 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 33.84 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 39.94

ตารางที่ 4.24 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการได้มาตรฐานของถนน

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อการได้ มาตรฐานของถนน		
มากที่สุด	9.17	4.59
มาก	17.13	17.43
ปานกลาง	44.04	46.79
น้อย	23.55	24.16
น้อยที่สุด	6.12	7.03
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	60.00	57.60

จากตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการได้มาตรฐานของถนน ก่อนเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 60.00 และหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 57.60 โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 2.40 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการได้มาตรฐานของถนน ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 26.30 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 22.02 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 44.04 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 46.79 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 29.67 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 31.19

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในภาพรวม ด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่ง และการจราจรในประเทศไทย ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย		
มากที่สุด	16.01	12.57
มาก	24.33	25.58
ปานกลาง	35.21	34.58
น้อย	14.26	15.45
น้อยที่สุด	10.19	11.82
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	64.40	62.40

จากตารางที่ 4.25 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 64.00 และ 62.40 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 2.00 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 40.34 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.15 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 35.21 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 34.58 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 24.45 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 27.27

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความมีคุณภาพของการคมนาคมขนส่ง และการจราจรในประเทศไทย ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 คะแนนเฉลี่ยระดับความมีคุณภาพของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย

รายการ	ระดับความมีคุณภาพของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
ประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย	67.80	1.17	ปานกลาง	66.20	1.17	ปานกลาง
• ทางอากาศ	78.20	0.95	มาก	78.80	0.91	มาก
• ทางน้ำ	70.40	0.86	มาก	67.80	0.94	ปานกลาง
• ทางบก	56.40	1.28	น้อย	52.00	1.20	น้อย
การไม่เกิดอุบัติเหตุ	59.00	1.27	น้อย	56.00	1.28	น้อย
มาตรฐานของถนน	60.00	1.01	ปานกลาง	57.60	0.93	น้อย

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับคุณภาพของปัจจัยแต่ละด้าน ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศมีความเห็นว่าคุณภาพของการคมนาคมขนส่งและการจราจรก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 67.80 และ 66.20 ตามลำดับ ส่วนการไม่เกิดอุบัติเหตุและการได้มาตรฐานของถนนอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้สามารถจัดลำดับคุณภาพได้ดังนี้

- อันดับ 1 ประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจร
- อันดับ 1 ทางอากาศ
 - อันดับ 2 ทางน้ำ
 - อันดับ 3 ทางบก
- อันดับ 2 การได้มาตรฐานของถนน
- อันดับ 3 การไม่เกิดอุบัติเหตุ

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ประกอบด้วยตัวชี้วัด 2 ตัวคือ

- 1) การไม่เกิดอาชญากรรมในประเทศไทย
- 2) รัฐบาลส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอดภัยอาชญากรรม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวชี้วัดแต่ละตัว ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.27 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่เกิดอาชญากรรมในประเทศไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่เกิดอาชญากรรมในประเทศไทย		
มากที่สุด	20.18	18.04
มาก	25.38	21.71
ปานกลาง	30.28	36.09
น้อย	14.68	14.99
น้อยที่สุด	9.48	9.17
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	66.40	65.00

จากตารางที่ 4.27 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่เกิดอาชญากรรมในประเทศไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 66.40 และ 65.00 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.40 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่เกิดอาชญากรรมในประเทศไทย ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 45.56 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 39.75 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 30.28 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 36.09 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 24.16 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 24.16

ตารางที่ 4.28 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อรัฐบาลไทยในการส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอดอาชญากรรม

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อรัฐบาลไทยในการส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอดอาชญากรรม		
มากที่สุด	15.39	10.90
มาก	30.77	35.58
ปานกลาง	40.39	41.99
น้อย	9.62	8.01
น้อยที่สุด	3.85	3.53
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	68.80	68.40

จากตารางที่ 4.28 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อรัฐบาลไทยในการส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอดอาชญากรรม ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 68.80 และ 68.40 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 0.40 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อรัฐบาลไทยในการส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอดอาชญากรรม ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 46.16 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 46.48 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 40.39 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 41.99 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 13.47 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 11.54

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในภาพรวม ด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศ
ที่มีต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อความปลอดภัยในชีวิตและ
ทรัพย์สิน

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อความ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน		
มากที่สุด	17.84	14.55
มาก	28.01	28.48
ปานกลาง	35.21	38.97
น้อย	12.21	11.58
น้อยที่สุด	6.73	6.42
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	67.60	66.60

จากตารางที่ 4.29 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติ
และความประทับใจต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย
ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 67.60 และ 66.60 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของ
เจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.00 และเมื่อ
พิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อความ
ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็น
ร้อยละ 45.85 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 43.03 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิด
เป็นร้อยละ 35.21 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.97 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน
ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 18.94 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 18

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 คะแนนเฉลี่ยระดับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

รายการ	ระดับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
การไม่เกิดอาชญากรรมในประเทศไทย	66.40	1.22	ปานกลาง	65.00	1.18	ปานกลาง
รัฐบาลไทยส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอดภัยอาชญากรรม	68.80	0.99	ปานกลาง	68.40	0.92	ปานกลาง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับคุณภาพของปัจจัยแต่ละด้าน ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศมีความเห็นว่ารัฐบาลไทยส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอดภัยอาชญากรรม และการไม่เกิดอาชญากรรมในประเทศไทยทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ สามารถจัดลำดับได้ดังนี้

- อันดับ 1 รัฐบาลไทยส่งเสริมและพัฒนาในประเทศไทยเป็นเมืองปลอดภัยอาชญากรรม
- อันดับ 2 การไม่เกิดอาชญากรรมในประเทศไทย

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วยตัวชี้วัด 2 ตัวคือ

- 1) การไม่ถูกหลอกลวงจากมัลคูเทคก์
- 2) การไม่ถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวชี้วัดแต่ละตัว ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.31 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่ถูกการหลอกลวงจากมัลคูเทศก์

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่ถูก หลอกลวงจากมัลคูเทศก์		
มากที่สุด	16.78	13.42
มาก	23.83	24.83
ปานกลาง	37.92	35.57
น้อย	12.75	16.78
น้อยที่สุด	8.73	9.40
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	65.40	63.20

จากตารางที่ 4.31 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่ถูกหลอกลวงจากมัลคูเทศก์ ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 65.40 และ 63.20 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 2.20 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่ถูกหลอกลวงจากมัลคูเทศก์ ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 40.61 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.25 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 37.92 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 35.57 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 21.48 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 26.18

ตารางที่ 4.32 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่ถูกการหลอกลวงให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่ถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง		
มากที่สุด	14.86	11.35
มาก	23.87	22.37
ปานกลาง	38.40	36.06
น้อย	12.52	18.20
น้อยที่สุด	10.35	12.02
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	64.00	60.60

จากตารางที่ 4.32 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่ถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 64.00 และ 60.60 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 3.40 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่ถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.55 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 33.72 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.40 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 36.06 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 2.17 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 30.22

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในภาพรวม ด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศ ที่มีต่อการไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่ถูกหลอกลวง
ในรูปแบบต่าง ๆ

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อการไม่ถูก หลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ		
มากที่สุด	15.50	12.04
มาก	23.86	23.19
ปานกลาง	38.24	35.90
น้อย	13.00	17.73
น้อยที่สุด	9.81	11.15
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	64.60	61.40

จากตารางที่ 4.33 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 64.60 และ 61.40 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 3.20 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 39.36 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 35.23 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.24 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 35.90 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 22.81 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 28.88

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับการไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 คะแนนเฉลี่ยระดับการไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ

รายการ	ระดับการไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
การไม่ถูกหลอกลวงจากมัลคูเทศก์	65.40	1.15	ปานกลาง	63.21	1.14	ปานกลาง
การไม่ถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้า ในราคาที่สูงกว่าราคาจริง	64.00	1.16	ปานกลาง	60.60	1.16	ปานกลาง
• อัญมณี	64.20	1.16	ปานกลาง	61.00	1.18	ปานกลาง
• ของที่ระลึก	63.80	1.15	ปานกลาง	60.00	1.14	ปานกลาง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับการไม่ถูกหลอกลวงของปัจจัยแต่ละด้าน ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย มีความเห็นว่าการไม่ถูกหลอกลวงจากมัลคูเทศก์ และการไม่ถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้สามารถจัดลำดับคุณภาพได้ดังนี้

- อันดับ 1 การไม่ถูกหลอกลวงจากมัลคูเทศก์
- อันดับ 2 การไม่ถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง
- อันดับ 1 อัญมณี
 - อันดับ 2 ของที่ระลึก

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการสาธารณสุข คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติด และโรคเอดส์ในประเทศไทย ประกอบด้วยตัวชี้วัด 3 ตัวคือ

- 1) บริการสาธารณสุขที่ได้มาตรฐานและพอเพียง
 - ไฟฟ้า
 - ประปา
 - โทรศัพท์
- 2) คุณภาพชีวิตของประชาชนได้มาตรฐานสากล
- 3) การจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวชี้วัดแต่ละตัว ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.35 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการสาธารณสุขปภค
ที่ได้มาตรฐานและพอเพียง

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการ สาธารณสุขปภคที่ได้มาตรฐานและ พอเพียง ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์		
มากที่สุด	14.04	11.62
มาก	29.36	32.84
ปานกลาง	38.65	37.06
น้อย	13.31	13.31
น้อยที่สุด	4.65	5.17
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	67.00	66.40

จากตารางที่ 4.35 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อบริการสาธารณสุขปภคที่ได้มาตรฐานและพอเพียง ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 67.00 และ 66.40 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 0.60 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการบริการสาธารณสุขปภคที่ได้มาตรฐานและพอเพียง ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 43.40 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 44.46 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.65 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 37.06 ในระดับน้อย และน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 17.96 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 18.48

ตารางที่ 4.36 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพชีวิตของ
ประชาชนได้มาตรฐานสากล

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพ ชีวิตของประชาชนได้มาตรฐาน สากล		
มากที่สุด	10.32	3.20
มาก	14.84	14.84
ปานกลาง	44.84	50.65
น้อย	24.84	27.74
น้อยที่สุด	5.16	3.55
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	60.00	57.40

จากตารางที่ 4.36 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความ
ประทับใจต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนได้มาตรฐานสากล ก่อนเดินทางมาประเทศไทยในระดับ
ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 60.00 และหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับน้อย โดยมี
ค่าเฉลี่ยร้อยละ 57.40 โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทาง
มาประเทศไทยเท่ากับ 2.60 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศ
มีเจตคติและความประทับใจต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนได้มาตรฐานสากล ในระดับมากที่สุด
และระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 25.16 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ
18.04 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 44.84 และหลังเดินทางมาคิดเป็น
ร้อยละ 50.65 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 30.00 และ
หลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 31.29

ตารางที่ 4.37 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการด้านยาเสพติด และโรคเอดส์ ในไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการ ด้าน ยาเสพติด, โรคเอดส์		
มากที่สุด	21.26	17.80
มาก	19.53	17.64
ปานกลาง	35.12	38.11
น้อย	13.23	16.54
น้อยที่สุด	10.87	9.92
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	65.40	63.40

จากตารางที่ 4.37 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 65.40 และ 63.40 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 2.00 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในไทย ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 40.79 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 35.44 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 35.12 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.11 ในระดับน้อย และน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 24.10 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 26.46

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในภาพรวม ด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อบริการสาธารณสุขป็นโรค คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ ในประเทศไทย ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อบริการสาธารณสุข คุณภาพชีวิตของประชาชนและการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในประเทศไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อบริการสาธารณสุข คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในประเทศไทย		
มากที่สุด	15.86	12.32
มาก	23.68	24.79
ปานกลาง	38.48	39.64
น้อย	15.17	16.76
น้อยที่สุด	6.82	6.50
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	65.40	64.00

จากตารางที่ 4.38 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อบริการสาธารณสุข คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในประเทศไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 65.40 และ 64.00 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.40 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อบริการสาธารณสุข คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในประเทศไทย ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 39.54 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 37.11 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.48 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 39.64 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 21.99 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 23.26

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับคุณภาพของบริการสาธารณสุขปโภค คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในประเทศไทย ดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 คะแนนเฉลี่ยระดับความมึคุณภาพของบริการสาธารณสุขปโภค คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในประเทศไทย

รายการ	ระดับคุณภาพของบริการสาธารณสุขปโภค คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ในประเทศไทย					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
บริการสาธารณสุขปโภคที่มีมาตรฐาน และพอเพียง	67.00	1.03	ปานกลาง	66.40	1.01	ปานกลาง
• ไฟฟ้า	68.40	0.99	ปานกลาง	68.00	0.97	ปานกลาง
• ปะปา	65.40	1.04	ปานกลาง	63.80	1.04	ปานกลาง
• โทรศัพท์	67.20	1.04	ปานกลาง	66.60	1.03	ปานกลาง
คุณภาพชีวิตของประชาชนได้มาตรฐานสากล	60.00	1.01	ปานกลาง	57.40	0.83	น้อย
การจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์	65.40	1.24	ปานกลาง	63.40	1.19	ปานกลาง
• ยาเสพติด	65.40	1.22	ปานกลาง	63.60	1.15	ปานกลาง
• โรคเอดส์	65.40	1.27	ปานกลาง	63.20	1.23	ปานกลาง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับคุณภาพของปัจจัยแต่ละด้าน ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศ ทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย มีความเห็นว่า ประเทศไทยมีบริการสาธารณสุขปโภค และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ ในระดับปานกลาง แต่คุณภาพชีวิตของประชาชนได้มาตรฐานสากล อยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้สามารถจัดลำดับคุณภาพได้ดังนี้

- อันดับ 1 บริการสาธารณสุขปโภคที่มีมาตรฐานและพอเพียง
- อันดับ 1 ไฟฟ้า
 - อันดับ 2 โทรศัพท์
 - อันดับ 3 ปะปา

- อันดับ 2 การจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์
- อันดับ 1 ยาเสพติด
 - อันดับ 2 โรคเอดส์
- อันดับ 3 คุณภาพชีวิตของประชาชนได้มาตรฐานสากล

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อยดังต่อไปนี้

- การจัดการกับขยะ
- ความเป็นระเบียบเรียบร้อย
- ความสะอาดของแหล่งน้ำ คู คลอง ทะเล และชายหาด
- การดูแลถนน ต้นไม้ และเกาะกลางถนน
- การจัดการกับมลภาวะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมและระดับความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ดังตารางที่ 4.40 และ 4.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง การจัดการกับขยะ, ความเป็นระเบียบเรียบร้อย, ความสะอาดของแหล่งน้ำ คู คลอง ทะเล ชายหาด, การดูแลถนน, ต้นไม้, เกาะกลางถนน และการจัดการกับมลภาวะ		
มากที่สุด	14.21	11.33
มาก	21.79	20.10
ปานกลาง	38.70	39.01
น้อย	15.28	19.41
น้อยที่สุด	10.02	10.14
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	63.00	60.60

จากตารางที่ 4.40 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 63.00 และ 60.60 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 2.40 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 36.00 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 31.43 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.70 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 39.01 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 25.30 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 29.55

ตารางที่ 4.41 คะแนนเฉลี่ยระดับความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง

รายการ	ระดับความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง						
• การจัดการกับขยะ	64.80	1.24	ปานกลาง	63.00	1.23	ปานกลาง
• ความเป็นระเบียบเรียบร้อย	66.60	1.05	ปานกลาง	65.00	1.02	ปานกลาง
• ความสะอาดของแหล่งน้ำ คู คลอง ทะเล ชายหาด	60.00	1.15	ปานกลาง	57.00	1.10	น้อย
• การดูแลถนน ต้นไม้ และเกาะกลางถนน	62.60	1.06	ปานกลาง	60.60	0.99	ปานกลาง
• การจัดการกับมลภาวะ	60.80	1.20	ปานกลาง	57.80	1.19	น้อย

เมื่อพิจารณาลงไปในรายละเอียดของปัจจัยด้านความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย มีความเห็นว่า ประเทศไทยมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย การจัดการกับขยะและการดูแลถนน ต้นไม้ และเกาะกลางถนน ในระดับปานกลาง ส่วนการจัดการกับมลภาวะ และความสะอาดของแหล่งน้ำ คู คลอง ทะเล และชายหาด อยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้สามารถจัดลำดับคุณภาพได้ดังนี้

- อันดับ 1 ความเป็นระเบียบเรียบร้อย
- อันดับ 2 การจัดการกับขยะ
- อันดับ 3 การดูแลถนน ต้นไม้ และเกาะกลางถนน
- อันดับ 4 การจัดการกับมลภาวะ
- อันดับ 5 ความสะอาดของแหล่งน้ำ คู คลอง ทะเล และชายหาด

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวชี้วัด 2 ตัวดังต่อไปนี้

- 1) การมีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก
- 2) มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
 - ห้องน้ำ
 - ป้ายบอกทาง
 - พาหนะเดินทาง
 - ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ของตัวชี้วัดแต่ละตัว ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.42 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการมีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการมีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก		
มากที่สุด	31.21	31.52
มาก	37.27	45.15
ปานกลาง	26.06	19.39
น้อย	3.64	2.42
น้อยที่สุด	1.82	1.52
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	78.40	80.60

จากตารางที่ 4.42 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการมีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก ก่อนเดินทางมาประเทศไทยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 78.40 และหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 80.60 โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทาง

มาประเทศไทยเท่ากับ 2.20 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการมีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 68.48 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 76.67 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 26.06 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 19.39 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 5.46 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 3.94

ตารางที่ 4.43 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ห้องน้ำ ป้ายบอกทาง พาหนะเดินทาง ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว		
มากที่สุด	15.42	11.03
มาก	30.43	30.27
ปานกลาง	38.64	41.96
น้อย	11.86	13.68
น้อยที่สุด	3.65	3.07
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	68.40	66.60

จากตารางที่ 4.43 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 68.40 และ 66.60 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.80 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 45.85

และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 41.30 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.64 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 41.96 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 15.51 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 16.75

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในภาพรวมด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว		
มากที่สุด	18.82	15.43
มาก	31.90	33.46
ปานกลาง	35.94	37.11
น้อย	10.09	11.26
น้อยที่สุด	3.26	2.73
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	70.60	69.60

จากตารางที่ 4.44 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ก่อนเดินทางมาประเทศไทย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 70.60 และหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 69.60 โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.00 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 50.72 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 48.89 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 35.94 และหลัง

เดินทางมาคิดเป็น ร้อยละ 37.11 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 13.35 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 13.99

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับคุณภาพของการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 คะแนนเฉลี่ยระดับคุณภาพของการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

รายการ	ระดับคุณภาพของการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
มีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก	78.40	0.94	มาก	80.60	0.86	มากที่สุด
มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	68.40	1.01	ปานกลาง	66.60	0.95	ปานกลาง
• ห้องน้ำ	66.60	1.06	ปานกลาง	63.20	1.03	ปานกลาง
• ป้ายบอกทาง	66.60	0.99	ปานกลาง	64.20	0.91	ปานกลาง
• พาหนะเดินทาง	69.80	0.97	ปานกลาง	68.80	0.89	ปานกลาง
• ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	70.80	0.98	มาก	69.80	0.92	ปานกลาง

เมื่อพิจารณาลงไปในรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้าน ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศหลังจากเดินทางมาประเทศไทยแล้วมีความเห็นว่า มีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงถึง 80.60 ขณะที่ก่อนเดินทางมามีความเห็นว่า มีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 78.40 ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้สามารถจัดลำดับคุณภาพของการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้ดังนี้

อันดับ 1 มีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก

อันดับ 2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

อันดับ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

อันดับ 2 พาหนะเดินทาง

อันดับ 3 ป้ายบอกทาง

อันดับ 4 ห้องน้ำ

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย ประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อย 2 ตัว คือ

- ราคาถูกและเหมาะสม
- ราคาแพง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม และระดับความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย ดังตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย ราคาถูกและเหมาะสม, ราคาแพง		
มากที่สุด	17.58	13.14
มาก	24.33	25.58
ปานกลาง	39.61	42.63
น้อย	12.79	14.21
น้อยที่สุด	5.68	4.44
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	67.00	65.80

จากตารางที่ 4.46 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 67.00 และ 65.80 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.20 และเมื่อพิจารณาจำแนก

ตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 41.91 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 38.72 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 39.61 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 42.63 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 18.47 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 18.65

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย ดังตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.47 คะแนนเฉลี่ยระดับความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย

รายการ	ระดับความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย						
• ราคาถูกและเหมาะสม	73.20	0.91	มาก	72.20	0.86	มาก
• ราคาแพง	60.20	1.16	ปานกลาง	58.40	1.05	ปานกลาง

เมื่อพิจารณาลงไปในรายละเอียดของปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย มีความเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาถูก และเหมาะสมในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 73.20 และ 72.20 ตามลำดับ ส่วนที่มีความเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวราคาแพง อยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้สามารถจัดลำดับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย ได้ดังนี้

- อันดับ 1 ราคาถูกและเหมาะสม
- อันดับ 2 ราคาแพง

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีแหล่งบันเทิงในประเทศไทย ประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อย ดังต่อไปนี้

- ผู้บ

- ไนท์คลับ
- การแสดงต่าง ๆ
- คาราโอเกะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม และระดับความน่าสนใจของแหล่งบันเทิง ดังตารางที่ 4.48 และ ตารางที่ 4.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งบันเทิงในประเทศไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อแหล่ง บันเทิงในประเทศไทย ับ, ไนท์คลับ, การแสดงต่าง ๆ, คาราโอเกะ		
มากที่สุด	16.26	12.69
มาก	27.35	24.91
ปานกลาง	36.37	42.20
น้อย	11.09	12.69
น้อยที่สุด	8.93	7.52
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	66.20	64.60

จากตารางที่ 4.48 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อแหล่งบันเทิงในประเทศไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 66.20 และ 64.60 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.60 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อแหล่งบันเทิงในประเทศไทย ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 43.61 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 37.60 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 36.37 และหลัง

เดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 42.20 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 20.02 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 20.21

ตารางที่ 4.49 คะแนนเฉลี่ยระดับความน่าสนใจของแหล่งบันเทิงในประเทศไทย

รายการ	ระดับความน่าสนใจของแหล่งบันเทิงในประเทศไทย					
	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย			หลังเดินทางมาประเทศไทย		
	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย	\bar{x} %	S.D.	ความหมาย
แหล่งบันเทิงในประเทศไทย						
• ผับ	69.40	1.02	ปานกลาง	68.00	0.98	ปานกลาง
• ไนท์คลับ	67.20	1.12	ปานกลาง	65.20	1.04	ปานกลาง
• การแสดงต่าง ๆ	67.40	1.13	ปานกลาง	66.00	1.04	ปานกลาง
• คาราโอเกะ	60.40	1.25	ปานกลาง	58.60	1.15	น้อย

เมื่อพิจารณาลงไปในรายละเอียดของปัจจัยด้านแหล่งบันเทิงในประเทศไทย ปรากฏว่า ชาวต่างประเทศทั้งก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย มีความเห็นว่า ความน่าสนใจของแหล่งบันเทิงในประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลาง และระดับน้อย

ทั้งนี้สามารถจัดลำดับความน่าสนใจของแหล่งบันเทิงในประเทศไทย ได้ดังนี้

- | | |
|----------|---------------|
| อันดับ 1 | ผับ |
| อันดับ 2 | การแสดงต่าง ๆ |
| อันดับ 3 | ไนท์คลับ |
| อันดับ 4 | คาราโอเกะ |

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการรู้ภาษาต่างประเทศของคนไทย ในภาพรวม ดังตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อการรู้ภาษาต่างประเทศ
ของคนไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่มีต่อการรู้ภาษา ต่างประเทศของคนไทย		
มากที่สุด	14.37	7.34
มาก	19.27	25.99
ปานกลาง	35.78	37.31
น้อย	21.71	21.71
น้อยที่สุด	8.87	7.65
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	61.80	60.80

จากตารางที่ 4.50 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการรู้ภาษาต่างประเทศของคนไทย ก่อนและหลังเดินทางมาประเทศไทย ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 61.80 และ 60.80 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติก่อนเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าหลังเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 1.00 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการรู้ภาษาต่างประเทศของคนไทย ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 33.64 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 33.33 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 35.78 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 21.71 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 30.58 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 29.36

ในด้านเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเที่ยวประเทศไทย ในภาพรวม ดังตารางที่ 4.51

ตารางที่ 4.51 เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเที่ยวประเทศไทย

รายการ	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)	หลังเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ)
เจตคติและความประทับใจของ ชาวต่างประเทศที่ได้มาเที่ยว ประเทศไทย		
มากที่สุด	30.49	30.49
มาก	43.60	50.61
ปานกลาง	21.65	17.38
น้อย	2.44	1.22
น้อยที่สุด	1.83	0.31
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (\bar{x} %)	79.80	82.00

จากตารางที่ 4.51 แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจที่ได้มาเที่ยวประเทศไทย ก่อนเดินทางมาประเทศไทย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 79.80 และหลังเดินทางมาประเทศไทยในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 82.00 โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติหลังเดินทางมาประเทศไทยสูงกว่าก่อนเดินทางมาประเทศไทยเท่ากับ 2.20 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับเจตคติ พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจที่ได้มาท่องเที่ยวประเทศไทย ในระดับมากที่สุดและระดับมากรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 74.09 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 81.10 ในระดับปานกลาง ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 21.65 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 17.38 ในระดับน้อยและน้อยที่สุดรวมกัน ก่อนเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 4.27 และหลังเดินทางมาคิดเป็นร้อยละ 1.53

4.3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย

จากคำถามปลายเปิด ที่ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากการที่ได้มาเที่ยวประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไปนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 172 คน ได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยว 1 คน ได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะหลายอย่าง ปรากฏผลดังตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย	ร้อยละ	อันดับ
1) ประเทศไทยมีขยะจำนวนมากในแหล่งท่องเที่ยว ถนนหนทางต่าง ๆ โดยเฉพาะขยะจากพลาสติก รัฐบาลควรสร้างจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดแก่ประชาชน และใช้มาตรการลดภาษีแก่บริษัทที่รับผิดชอบในการกำจัดขยะ	25.58	1
2) มีการทำลายสภาพแวดล้อมธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปะการังใต้น้ำ และควรปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และนิเวศน์สีเขียว (Eco - tourism) ไม่ควรเพิ่มจำนวนสิ่งก่อสร้าง เช่น โรงแรม อาคารต่าง ๆ ให้มากเกินไป	24.42	2
3) ราคาค่าโดยสาร สินค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนมีการหลอกลวงและยึดเหนี่ยวบริการและสินค้าแก่นักท่องเที่ยวในราคาไม่เหมาะสม	18.02	3
4) มัคคุเทศก์และประชาชนชาวไทยควรปรับปรุงและพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อกับชาวต่างประเทศ ควรปรับปรุงการสอนภาษาอังกฤษในโรงเรียน และให้ความสนใจ ภาษาจีน และญี่ปุ่น ด้วย จะทำให้ไม่เกิดช่องว่างกับชาวต่างประเทศ	15.12	4
5) มีปัญหามลภาวะ (Pollution) บนท้องถนน การจราจรที่ไม่คล่องตัว และไม่ปลอดภัย ในกรุงเทพฯ ตลอดจนมีโรงงานอุตสาหกรรมใกล้แหล่งชุมชน	13.95	5
6) ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม มีวัฒนธรรม หลากหลาย คนไทยมีความจริงใจ อ่อนโยนดี มีบริการของ โรงแรม และทัวร์ที่อบอุ่นใจ ราคาถูก	11.63	6
7) ควรปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ คุณภาพของน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และพาหนะ ให้ได้มาตรฐาน	9.58	7

ตารางที่ 4.52 (ต่อ)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อประเทศไทย	ร้อยละ	อันดับ
8) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเพิ่มการโฆษณาการท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ ตลอดจนปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น เพิ่มข้อมูลตามพิพิธภัณฑ์หรือสถานที่ที่เป็นประวัติศาสตร์ ป้ายบอกทาง และหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ	8.14	8
9) ปรับปรุงการดูแลสัตว์ในสวนสัตว์ โดยเฉพาะในภูเก็ต และมีการอนุรักษ์สัตว์ป่า ดำเนินการกับสุนัขจรจัด ซึ่งมีจำนวนมาก รบกวนนักท่องเที่ยว	7.56	9
10) อย่าให้อารยธรรมตะวันตกครอบงำวัฒนธรรมประเพณีประวัติศาสตร์ สภาพแวดล้อมที่ดั้งเดิม และความเป็นเอกลักษณ์ของคนไทย มิฉะนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวจะลดลง	7.56	9
11) รัฐบาลไทยควรให้ความสนใจกับกฎจราจร โดยเฉพาะมีเครื่องหมายจำกัดความเร็วของรถ กฎหมายการใช้หมวกกันน็อกของมอเตอร์ไซด์รับจ้างแก่นักท่องเที่ยว	7.56	9
12) ปรับปรุงคุณภาพของถนน ซึ่งเป็นหลุมเป็นบ่อมาก และการคมนาคมอื่น ๆ	6.98	10
13) สถานที่ท่องเที่ยว ควรใช้ภาษาอังกฤษที่ถูกต้อง ภาษาจีน และญี่ปุ่น เช่น ตามถนน ธนาคาร สำนักงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รถบัส ภัตตาคาร และสมุดโทรศัพท์	6.98	10
14) รัฐบาลไทยควรเคร่งครัดเรื่อง ผู้หญิงขายบริการตามไนท์คลับ และ Sex - Tour	5.23	11
15) คนไทยมีช่องว่างเรื่องฐานะเศรษฐกิจและสังคมมาก ควรกระจายความเจริญและการพัฒนาไปสู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึง ปรับค่าแรงงานให้ได้มาตรฐาน และขจัดปัญหาขอทานจำนวนมาก	3.49	12

ตารางที่ 4.52 (ต่อ)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อประเทศไทย	ร้อยละ	อันดับ
16) รัฐบาลไทยควรเร่งแก้ปัญหาขยะติดและโรคเอดส์ และให้ความรู้เรื่องนี้แก่ประชาชน นักท่องเที่ยววิตกกังวลกับโรคเอดส์มาก	3.49	12
17) การเมืองในประเทศไทยสับสนยุ่งยาก ไม่สามัคคีกัน คนไม่มีความสามารถ และควรจัดปัญหาคอร์รัปชันและปรับปรุงขั้นตอนการขอวีซ่าในประเทศไทย	2.91	13
18) ประเทศไทยไม่มีความปลอดภัย มีโจรผู้ร้ายมาก นักท่องเที่ยวต้องระวังตัวอย่างมาก	2.33	14
19) คนไทยมีอัธยาศัยและเป็นมิตรลดลง เนื่องจากมีธุรกิจมาเกี่ยวข้อง	1.74	15
20) ควรปรับปรุงผับ (Pub) และเพิ่มกำลังตำรวจบริเวณ บาร์ดิสโก้	1.74	15
21) ควรแนะนำราคาที่เหมาะสมในการให้ "ทิป" พนักงานโรงแรม และที่ก่อกำเนิดมีการบริการของโรงแรมที่น่าประทับใจ	1.16	16

จากตารางที่ 4.52 จะพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทย 5 อันดับแรก ปรากฏผลดังนี้คือ

อันดับ 1 : ประเทศไทยมีขยะจำนวนมากในแหล่งท่องเที่ยว ถนนหนทางต่าง ๆ โดยเฉพาะขยะจากพลาสติก รัฐบาลควรสร้างจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดแก่ประชาชน และใช้มาตรการลดภาษีแก่บริษัทที่รับผิดชอบในการกำจัดขยะ

อันดับ 2 : มีการทำลายสภาพแวดล้อม ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปะการังใต้น้ำ ฯลฯ ควรปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และนิเวศน์สัญจร (Eco - tourism) ไม่ควร
เพิ่มจำนวนสิ่งก่อสร้าง เช่น โรงแรม อาคารต่าง ๆ ให้มากเกินไป

- อันดับ 3 : ราคาค่าโดยสาร สินค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ยังไม่เป็น
มาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนมีการหลอกลวงและยึดเหนี่ยวบริการและสินค้า
แก่นักท่องเที่ยวในราคาไม่เหมาะสม
- อันดับ 4 : มีคฤเทศก์และประชาชนชาวไทย ควรปรับปรุงและพัฒนาการใช้ภาษา
อังกฤษในการติดต่อกับชาวต่างประเทศ ควรปรับปรุงการสอนภาษาอังกฤษ
ในโรงเรียน และให้ความสนใจภาษาจีน และญี่ปุ่นด้วย จะทำให้ไม่เกิด
ช่องว่างกับชาวต่างประเทศ
- อันดับ 5 : มีปัญหามลภาวะ (Pollution) บนท้องถนน และมีการจราจรที่ไม่คล่องตัว
และไม่ปลอดภัยในกรุงเทพฯ ตลอดจนมีโรงงานอุตสาหกรรมใกล้แหล่ง
ชุมชน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย สกิปรายผล
และข้อเสนอแนะ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทยในด้านต่าง ๆ 2) เพื่อศึกษาถึงความรู้ ความคิด ความเข้าใจ และปัจจัยเกื้อหนุนต่อการตัดสินใจก่อนเดินทางมาประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาเจตคติและพฤติกรรมของชาวต่างประเทศต่อวัฒนธรรมไทยหลังจากได้มาเยี่ยมประเทศไทย 4) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยอันสำคัญที่สร้างเจตคติและพฤติกรรมของชาวต่างประเทศ 5) เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางมาประเทศไทย

ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษา โดยการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์บริษัททัวร์ต่าง ๆ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาษาอังกฤษในจังหวัดภูเก็ต แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์สรุปผล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้รวมทั้งหมด 340 คน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากยุโรป อังกฤษ เยอรมัน ออสเตรเลีย ฯลฯ จำนวน 230 คน และเป็นชาวเอเชียจากจีน ไต้หวัน และญี่ปุ่น จำนวน 110 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ของ Best โดยให้ค่าคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ และมีคำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปตรวจความน่าเชื่อถือได้ โดยนำไปทดลองใช้ พบว่าค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามทั้งฉบับได้ค่า Alpha Coefficient (α) เท่ากับ 0.94 แบบสอบถามจึงมีความเชื่อถือได้ในระดับสูง แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นแบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบด้วยตนเอง และรวบรวมคืน (Self - Administer Questionnaire) โดยในการรวบรวมเก็บข้อมูลนั้น ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นอย่างดี ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากภาคสนาม ผู้วิจัยได้นำมาประมวลผลและใช้ค่าสถิติ แล้ววิเคราะห์ผล

5.1 สรุปผลการวิจัย (Research Conclusion)

สรุปผลการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอนำเสนอตามลำดับดังนี้

5.1.1 คุณลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.05 และมีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี ร้อยละ 21.62 เป็นเพศชายร้อยละ 55.59 เป็นเพศหญิงร้อยละ 44.41 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทร้อยละ 45.70 และนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 21.96 มีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40.18 และระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 20.24 มีรายได้ต่อเดือนค่อนข้างสูง คือ มากกว่า 66,001 บาท ร้อยละ 36.36 และมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 22,001 - 51,000 บาท ร้อยละ 36.02 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก เช่น เยอรมัน อังกฤษ ออสเตรเลีย อเมริกา และยุโรป ร้อยละ 67.65 และเป็นชาวเอเชีย เช่น จีน ไต้หวัน และญี่ปุ่น ร้อยละ 32.35

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) ผลการศึกษาเจตคติ และความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทยในด้านต่าง ๆ เรียงตามลำดับดังนี้
 - 1.1 ด้านทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด
 - 1.2 ด้านคุณภาพของคนไทย อยู่ในระดับมาก
 - 1.3 ด้านศิลปวัฒนธรรมไทย อยู่ในระดับมาก
 - 1.4 ด้านมรดกเทศก์ อยู่ในระดับมาก
 - 1.5 ด้านการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง
 - 1.6 ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อยู่ในระดับปานกลาง
 - 1.7 ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง
 - 1.8 ด้านแหล่งบันเทิง อยู่ในระดับปานกลาง

- 1.9 ด้านบริการสาธารณสุขูปโภค คุณภาพชีวิตของ ประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติด และโรคเอดส์ อยู่ในระดับปานกลาง
- 1.10 ด้านการไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง
- 1.11 ด้านประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการ คมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลาง
- 1.12 ด้านความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง อยู่ในระดับปานกลาง
- 1.13 ด้านการรู้ภาษาต่างประเทศของคนไทย อยู่ในระดับปานกลาง

2) ผลการศึกษาเจตคติและพฤติกรรมของชาวต่างประเทศ ต่อวัฒนธรรมไทย หลังจากได้มาเยี่ยมประเทศไทย พบว่า ชาวต่างประเทศมีเจตคติต่อวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับมาก และมีพฤติกรรมสนับสนุนส่งเสริมให้ประเทศไทยอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ตลอดไป เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดใจให้ชาวต่างประเทศมาเที่ยวประเทศไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป ในที่นี้ประกอบด้วย รำไทย วัดไทย มวยไทย ผ้าไหมไทย สถาปัตยกรรมไทย อาหารไทย และอภินิหารของคนไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป ในระดับมาก โดยก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 74.80 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 76.20 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติเพิ่มขึ้น แสดงว่า ชาวต่างประเทศชอบและมีเจตคติที่ดีมากต่อศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป และจากการจัดลำดับความน่าสนใจของศิลปวัฒนธรรมไทย พบว่า ชาวต่างประเทศชอบอภินิหารของคนไทย อาหารไทย และวัดไทย ตามลำดับ ทั้งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์ต่าง ๆ ในภูเก็ต ก็สนับสนุนว่า ชาวต่างประเทศชอบอภินิหารของคนไทยที่ใจดี ให้ความช่วยเหลือดีมาก ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของคนไทยที่ใครมาถึงเรือนชาน ต้องให้การต้อนรับ เป็นที่ประทับใจของชาวต่างประเทศ และอาหารไทยก็รสชาติดี มีชื่อเสียง ไม่แพง ดังนั้น จึงเห็นชาวต่างประเทศจำนวนไม่น้อย ชอบทานอาหารไทย ชอบซื้อผ้าไหมไทย ชอบเที่ยวตามวัดและสถาปัตยกรรมไทยต่าง ๆ และเข้าชมรำไทย

ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ในที่นี้ประกอบด้วย ของที่ระลึก หัตถกรรมท้องถิ่น เปลือกหอย ไข่มุก และแกะสลักไม้ การแสดงต่าง ๆ บ้านเรือนไทย และสถาปัตยกรรม

ซีโนโปรตุเกสของภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวมีเจตคติและความประทับใจต่อศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ในระดับปานกลาง โดยก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 66.60 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 66.20 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง และจากการจัดลำดับความน่าสนใจของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น พบว่า ชาวต่างประเทศสนใจของที่ระลึก ที่เป็นหัตถกรรมท้องถิ่น ชอบการแสดงของช้าง และเรือไทยมากที่สุด

3) ผลการศึกษาปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนและสร้างเจตคติ ซึ่งเจตคติประกอบด้วย ความรู้หรือความคิด ความรู้สึก และทำให้เกิดพฤติกรรม ของชาวต่างประเทศในการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย มีปัจจัยสำคัญจำนวน 12 รายการ ที่ชาวต่างประเทศได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณภาพและปริมาณของทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับการท่องเที่ยว มีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น เช่น ทะเล - ชายหาด ภูเขา - ป่าไม้ และเกาะต่าง ๆ และทรัพยากรธรรมชาติยังไม่ถูกทำลายมากนัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งก่อนเดินทางมาประเทศไทย และหลังจากเดินทางมาประเทศไทยแล้ว ในระดับมากที่สุด โดยก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติ ร้อยละ 80.30 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติ ร้อยละ 81.94 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติเพิ่มขึ้น เมื่อจัดลำดับความน่าสนใจและความเหมาะสมของทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว พบว่า ชาวต่างประเทศให้ความสนใจ ทะเล - ชายหาด และเกาะต่าง ๆ มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยของชาวต่างประเทศ คือ ทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ทะเล - ชายหาด และเกาะต่าง ๆ อีกทั้งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์ต่าง ๆ ในภูเก็ต ก็สนับสนุนว่า สิ่งดึงดูดใจให้ชาวต่างประเทศมาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด คือ ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม สบเหมาะสำหรับการมาท่องเที่ยวพักผ่อนมาก

2) คุณภาพของคนไทย ประกอบด้วย อธิปไตยของคนไทย คุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อคุณภาพของคนไทย ในระดับมาก โดยที่ก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติ ร้อยละ 76.45 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 78.59 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติเพิ่มขึ้น และจากการจัดลำดับคุณภาพของคนไทย พบว่าชาวต่างประเทศชอบอธิปไตยของคนไทยมากที่สุด และเห็นว่าคนไทยมีจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาก

3) **มัคคุเทศก์** ประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของมัคคุเทศก์ พฤติกรรมในการให้บริการ ความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ และความพอใจของจำนวนมัคคุเทศก์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อมัคคุเทศก์ไทย ในระดับมาก โดยที่ก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 71.05 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 72.41 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติเพิ่มขึ้น และจากการจัดลำดับคุณภาพของมัคคุเทศก์ไทย พบว่า มัคคุเทศก์มีพฤติกรรมในการให้บริการและมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมาก ส่วนความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศและความพอใจของมัคคุเทศก์ อยู่ในระดับปานกลาง

4) **การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว** ประกอบด้วย การมีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ ป้ายบอกทาง พาหนะเดินทาง และข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ก่อนเดินทางมาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 70.60 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 69.60 อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง และจากการจัดลำดับคุณภาพ สามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้ มีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก อยู่ในระดับมาก มีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พาหนะเดินทาง ป้ายบอกทาง และห้องน้ำ อยู่ในระดับปานกลาง

5) **ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน** ประกอบด้วย การไม่เกิดอาชญากรรม และรัฐบาลส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระดับปานกลาง โดยที่ก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 67.60 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 66.60 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง และจากการจัดลำดับ พบว่า ชาวต่างประเทศมีความเห็นว่า ถึงแม้ว่ารัฐบาลไทยส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน แต่ก็ยังเกิดอาชญากรรมอยู่

6) **ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว** ประกอบด้วย ราคาถูกและเหมาะสมและราคาแพง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง โดยมีก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 67.00 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 65.80 ซึ่งมี

ค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง และจากการจัดลำดับความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า ราคาถูกและเหมาะสมมาก ส่วนราคาแพงอยู่ในระดับปานกลาง

7) แหล่งบันเทิง ประกอบด้วย ผับ ไนต์คลับ การแสดงต่าง ๆ และคาราโอเกะ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อแหล่งบันเทิงในประเทศไทย ในระดับปานกลาง โดยที่ก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 66.20 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 64.60 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง และจากการจัดลำดับความน่าสนใจของแหล่งบันเทิง สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ผับ การแสดงต่าง ๆ ไนต์คลับ และคาราโอเกะ ซึ่งได้รับความสนใจน้อย

8) การบริการสาธารณูปโภค คุณภาพชีวิตของประชาชน และจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ ประกอบด้วย การได้มาตรฐานและพอเพียงของไฟฟ้า น้ำประปา และโทรศัพท์ คุณภาพชีวิตของประชาชนได้มาตรฐานสากล และมีการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการบริการสาธารณูปโภค คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ ในระดับปานกลาง โดยที่ก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 65.40 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 64.00 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง และจากการจัดลำดับคุณภาพ สามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ไฟฟ้า โทรศัพท์ น้ำประปา การจัดการด้านยาเสพติด การจัดการด้านโรคเอดส์ ส่วนคุณภาพชีวิตของประชาชนไทย ยังไม่ได้มาตรฐานสากล

9) การไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย การไม่ถูกหลอกลวงจากมัคคุเทศก์ และการไม่ถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ในระดับปานกลาง โดยที่ก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 64.60 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 61.40 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง และจากการจัดลำดับ พบว่า ชาวต่างประเทศถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง โดยเฉพาะอัญมณี และของที่ระลึก มากกว่าการถูกหลอกลวงจากมัคคุเทศก์

10) ประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย ประกอบด้วย ประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่งทางอากาศ ทางน้ำ และทางบก การไม่เกิดอุบัติเหตุ และถนนที่ได้มาตรฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัย

ของการคมนาคมขนส่ง และการจราจรในประเทศไทย ในระดับปานกลาง โดยที่ก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 64.40 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 62.40 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง และจากการจัดลำดับคุณภาพของการคมนาคมขนส่งและการจราจรในประเทศไทย พบว่า การเดินทางทางอากาศ มีความปลอดภัยมาก ทางน้ำมีความปลอดภัยปานกลาง ขณะที่การเดินทางทางบกปลอดภัยน้อย ถนนที่ได้มาตรฐานมีน้อย และอัตราการเกิดอุบัติเหตุมีมาก

11) ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ประกอบด้วย การจัดการกับขยะ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาดของแหล่งน้ำ คู คลอง ทะเล และชายหาด การดูแลถนน ต้นไม้ และเกาะกลางถนน และการจัดการกับมลภาวะ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ในระดับปานกลาง โดยที่ก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 63.00 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 60.60 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง และจากการจัดลำดับคุณภาพสามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การจัดการกับขยะ การดูแลถนน ต้นไม้ และเกาะกลางถนน การจัดการกับมลภาวะ และความสะอาดของแหล่งน้ำ คู คลอง ทะเล และชายหาด พบว่าประเทศไทยมีการจัดการกับมลภาวะและการรักษาความสะอาดของแหล่งน้ำ คู คลอง ทะเล และชายหาด น้อย โดยเฉพาะ คู คลอง สกปรกมาก

12) การรู้ภาษาต่างประเทศของคนไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อการรู้ภาษาต่างประเทศของคนไทย ในระดับปานกลาง โดยที่ก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 61.80 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 60.80 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง

สำหรับความประทับใจที่ได้มาเที่ยวประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจที่ได้มาเที่ยวประเทศไทย ก่อนเดินทางมาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 79.80 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 82.00 อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงว่าชาวต่างประเทศมีความประทับใจเพิ่มขึ้นหลังจากได้มาเที่ยวประเทศไทย ซึ่งน่าจะเป็นเพราะปัจจัยเกื้อหนุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ คุณภาพของคนไทย ศิลปวัฒนธรรม และมรดกเทศก์

เมื่อพิจารณาในภาพรวมทั้งหมด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประเทศไทย ในระดับปานกลาง โดยก่อนเดินทางมามีค่าเฉลี่ยของ

เจตคติร้อยละ 69.00 และหลังจากมาประเทศไทยแล้ว มีค่าเฉลี่ยของเจตคติร้อยละ 68.40 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของเจตคติลดลง เท่ากับ 0.60

5.1.3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย

ในการตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 คือ เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางมาประเทศไทย จากการศึกษาคำตอบที่ได้จากคำถามปลายเปิด ที่ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้แสดงความคิดเห็นด้านต่าง ๆ และข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น ทำให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางมาประเทศไทย เรียงตามลำดับ ดังนี้

- อันดับ 1 : ประเทศไทยมีขยะจำนวนมากในแหล่งท่องเที่ยว ถนนหนทางต่าง ๆ โดยเฉพาะขยะจากพลาสติก รัฐบาลควรสร้างจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดแก่ประชาชน และใช้มาตรการลดภาษีแก่บริษัทที่รับผิดชอบในการกำจัดขยะ
- อันดับ 2 : มีการทำลายสภาพแวดล้อมธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปะการังใต้น้ำ ควรปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และนิเวศน์สัญจร (Eco - Tourism) ไม่ควรเพิ่มจำนวนสิ่งก่อสร้าง เช่น โรงแรม อาคารต่าง ๆ ให้มากเกินไป
- อันดับ 3 : ราคาค่าโดยสาร สินค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนมีการหลอกลวงและยัดเยียดบริการ และสินค้าแก่นักท่องเที่ยว ในราคาไม่เหมาะสม
- อันดับ 4 : มัคคุเทศก์และประชาชนชาวไทย ควรปรับปรุงและพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อกับชาวต่างประเทศ ควรปรับปรุงการสอนภาษาอังกฤษในโรงเรียน และให้ความสนใจภาษาจีน และญี่ปุ่นด้วย จะทำให้ไม่เกิดช่องว่างกับชาวต่างประเทศ
- อันดับ 5 : มีปัญหามลภาวะ (Pollution) บนท้องถนน และมีการจราจรที่ไม่คล่องตัว และไม่ปลอดภัยในกรุงเทพฯ ตลอดจนมีโรงงานอุตสาหกรรมใกล้แหล่งชุมชน
- อันดับ 6 : ควรปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ คุณภาพของน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และพาหนะให้ได้มาตรฐาน

- อันดับ 7 : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรเพิ่มการโฆษณา การท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ ตลอดจนการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น เพิ่มข้อมูลตามพิพิธภัณฑ์ หรือสถานที่ที่เป็นประวัติศาสตร์ ป้ายบอกทาง และหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ
- อันดับ 8 : - ควรปรับปรุงการดูแลสัตว์ในสวนสัตว์ โดยเฉพาะในภูเก็ต และมีการอนุรักษ์สัตว์ป่า ดำเนินการกับสุนัขจรจัด ซึ่งมีจำนวนมากและรบกวนนักท่องเที่ยว
- อย่าให้อารยธรรมตะวันตกครอบงำวัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ สภาพแวดล้อมที่งดงาม และความเป็นเอกลักษณ์ของคนไทย มิฉะนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวจะลดลง
- รัฐบาลไทย ควรให้ความสนใจกับกฎจราจร โดยเฉพาะมีเครื่องหมายจำกัดความเร็วของรถ กฎหมายการใช้หมวกกันน็อคของมอเตอร์ไซด์รับจ้างแก่นักท่องเที่ยว
- อันดับ 9 : - ปรับปรุงคุณภาพของถนน ซึ่งเป็นหลุมเป็นบ่อมาก และการคมนาคมอื่นๆ
- สถานที่ท่องเที่ยวควรใช้ภาษาอังกฤษที่ถูกต้อง ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น เช่น ตามถนน ธนาคาร สำนักงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รถบัส ภัตตาคาร และสมุดโทรศัพท์
- อันดับ 10 : รัฐบาลไทยควรเคร่งครัดเรื่องผู้หญิงขายบริการตามไนท์คลับ และ Sex-Tour
- อันดับ 11 : - คนไทยมีช่องว่างเรื่องฐานะ เศรษฐกิจและสังคมมาก ควรกระจายความเจริญและความพัฒนาไปสู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึง ปรับค่าแรงงานให้ได้มาตรฐาน และขจัดปัญหาขอทานจำนวนมาก
- รัฐบาลไทยควรเร่งแก้ปัญหาเสพยาเสพติดและโรคเอดส์ และให้ความรู้เรื่องนี้แก่ประชาชน นักท่องเที่ยววิตกกังวลกับโรคเอดส์มาก
- อันดับ 12 : การเมืองในประเทศไทยสับสนยุ่งยาก ไม่สามัคคีกัน คนไม่มีความสามารถ และทำงานไม่จริงจัง ควรขจัดปัญหาคอร์ปชั่น และปรับปรุงขั้นตอนการขอวีซ่าในประเทศไทย
- อันดับ 13 : ประเทศไทยไม่มีความปลอดภัย มีโจรผู้ร้ายมาก นักท่องเที่ยวต้องระวังตัวอย่างมาก

- อันดับ 14 : - คนไทยมีอัธยาศัยและเป็นมิตรลดลง เนื่องจากมีธุรกิจมาเกี่ยวข้อง
 - ควรปรับปรุงผับ (Pub) และเพิ่มกำลังตำรวจบริเวณบาร์ดิสโก
- อันดับ 15 : ควรแนะนำราคาที่เหมาะสมในการให้ "ทิป" พนักงานโรงแรมและที่ภูเก็ตมี
 บริการของโรงแรมที่น่าประทับใจ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีเจตคติและความประทับใจต่อประเทศไทย ในระดับปานกลาง โดยที่ระดับของเจตคติและความประทับใจลดลงเล็กน้อย หลังจากได้เดินทางมาประเทศไทยแล้ว แต่จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากมีปัจจัยดึงดูดที่สำคัญ คือ ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม ค่อนข้างสงบของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะทะเล ชายหาด และเกาะต่าง ๆ และอัธยาศัยของคนไทยที่เชื้อเพื่อนำใจดี และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือในการบอกทิศทาง ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ ซึ่งจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถเรียงลำดับเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศในด้านต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก และหลังจากได้มาเยี่ยมประเทศไทยแล้ว มีเจตคติและความประทับใจเพิ่มขึ้น ดังนี้

- | | |
|----------|---|
| อันดับ 1 | ทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว |
| อันดับ 2 | อัธยาศัยของคนไทย คุณภาพ และความมีจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยว |
| อันดับ 3 | ศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป |
| อันดับ 4 | มัคคุเทศก์ |

จากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ พอจะอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ชาวต่างประเศมาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของไทย ชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกติดกับอ่าวไทย ทางด้านตะวันตกติดกับทะเลอันดามัน อาณาเขตในประเทศยังแบ่งเป็น 4 เขต คือ เขตอุดมสมบูรณ์หรือที่ราบลุ่มภาคกลาง บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา เขตที่ราบสูงทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขตภูเขาอุดมสมบูรณ์ทางภาคเหนือ และเขตป่าฝนคาบสมุทร-

ภาคใต้ ส่วนหนึ่งของประเทศไทยปกคลุมด้วยป่าฝน ต้นผลไม้ต่าง ๆ ไม้ไผ่ และไม้เนื้อแข็ง มี สัตว์ป่าหลายชนิด ดังนั้น จากสภาพภูมิประเทศของประเทศไทย จึงจัดได้ว่าเป็นประเทศที่มี ทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ ประกอบกับประชาชนส่วนใหญ่ ยังประกอบอาชีพ เกษตรกรรม แม้ว่ากำลังจะก้าวไปสู่การพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม ทรัพยากรธรรมชาติจึงยัง หลงเหลืออยู่มาก ซึ่งต่างกับประเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ส่วนใหญ่มาจาก ประเทศอุตสาหกรรม ไม่ค่อยมีทรัพยากรธรรมชาติหลงเหลืออยู่อีก จึงมีความต้องการและใฝ่หา ธรรมชาติที่สงบอย่างแท้จริง เพื่อการพักผ่อนจากการทำงาน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศที่มาประเทศไทย ส่วนใหญ่ยังอยู่ในวัยหนุ่มสาว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จึง ค่อนข้างจะมีความคิด วิจาร์ณญาณในการแสดงความคิดเห็น และมีฐานะเศรษฐกิจค่อนข้างดี ดังนั้นจึงค่อนข้างจะกระตือรือร้นกับการท่องเที่ยว และดำเนินาตุปะการัง ทำให้ประทับใจกับ ทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ

2) ด้านอธัยาศัยของคนไทย จากการศึกษาเอกสาร พบว่า คนไทยได้ชื่อว่าเป็นคน รักสนุก ดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุข ไม่ทุกข์กังวล แต่ก็มีจิตใจที่เข้มแข็ง และแสวงหาอิสระและเสรี ภาพมานับศตวรรษ ประกอบกับอิทธิพลของศาสนาพุทธ นิกายหินยาน ทำให้คนไทยเป็นคนมี จิตใจดี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ พร้อมทั้งจะให้ความช่วยเหลือ แต่นักวิชาการชาวตะวันตกบางคนที่ได้มา ศึกษาวิจัยสังคมไทย ได้แสดงความคิดเห็นว่า สังคมไทยมีลักษณะโครงสร้างแบบหลวม (Loosely Structure) คือ คนไทยไม่เคร่งครัดกับการทำงานมากนัก แต่ชอบสบาย และรักสนุก ชอบงานรื่นเริง จึงไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งต่างกับสังคมชาวตะวันตก หรือชาวตะวันออก เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ซึ่งมีโครงสร้างทางสังคมแบบกระชับ (Fit Structure) คือ คนส่วนใหญ่ จะขยัน จริงจัง และเคร่งครัดกับการทำงานเพื่อสร้างฐานะ ดังนั้น จึงมีประสิทธิภาพมาก แต่ก็ ทำให้เกิดความเครียด เมื่อพิจารณาในแง่ของโครงสร้างทางสังคม และอิทธิพลจากศาสนาพุทธ ชาวต่างประเทศเมื่อมาพบกับคนไทยทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ไม่เครียด และมีความสุข จึงชอบอธัยาศัยของคนไทยมาก

ด้านคุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้รับอิทธิพลจากการ ประชาสัมพันธ์ในเรื่องการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง ทำให้ประชาชนชาวไทยเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว เพราะเป็นการนำเข้าเงิน ตราจากต่างประเทศ และในปัจจุบันสังคมไทยในชนบทก็กำลังก้าวไปสู่เมือง (Urbanization) มี การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ปะปา เศรษฐกิจเริ่มพัฒนาไปสู่ระบบทุนนิยม ธุรกิจ การตลาด เพิ่มขึ้น ประชาชนให้ความสนใจกับอาชีพธุรกิจมากขึ้น เช่น การขายสินค้าที่ระลึก

หัตถกรรมท้องถิ่น อาทิหมักคุเทศก์ ร้านอาหาร และบริษัททัวร์ต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว จึงมีจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะเป็นการเพิ่มกำไรในธุรกิจ

3) ด้านศิลปวัฒนธรรมไทยทั่วไป จากการศึกษาจากเอกสารในเรื่องประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมไทย พบว่า ความเจริญรุ่งเรืองของไทยเริ่มจาก มอญ ในภาคกลางของประเทศ ซึ่งนำวัฒนธรรมพุทธศาสนามาจากอินเดีย ในศตวรรษที่ 12 วัฒนธรรมเขมรมาทางตะวันออก (วัฒนธรรมสุมาตรา ซึ่งมีรากฐานจากศรีวิชัยจากทางเหนือ) ประชาชนชาวไทยมาจากนานเจ้า ซึ่งปัจจุบันอยู่ทางใต้ของจีน และศิลปะไทย โดยเฉพาะประติมากรรมและสถาปัตยกรรม ได้แบ่งตามยุคประวัติศาสตร์ เริ่มต้นด้วย มอญ (ศต. 6 – ศต. 13) เขมร คาบสมุทร ลานนา สุโขทัย ลพบุรี สุพรรณบุรี – สังขละบุรี อยุธยา และรัตนโกสินทร์ ดนตรีไทย และรำไทย เป็นสิ่งที่มีชื่อเสียงมาก และเนื่องจากอากาศร้อน อาหารไทยจึงมีรสเผ็ดและร้อน มีส่วนผสมของเครื่องเทศสมุนไพรมาก รสชาติไม่เลี่ยน และช่วยลดไขมัน มีผลไม้หลากหลายชนิด จะเห็นได้ว่า ศิลปวัฒนธรรมไทยจะลักษณะที่ค่อนข้างเป็นเอกลักษณ์ เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศ ซึ่งต่างกับศิลปวัฒนธรรมของชาวตะวันตก ที่ได้รับอิทธิพลจากกรีกและโรมัน และศิลปวัฒนธรรมของชาวตะวันออก ก็ได้รับอิทธิพลจากจีน ซึ่งเป็นแหล่งอารยธรรมขนาดใหญ่ ทั้งยังต้องต่อสู้กับความหนาวเย็นของอากาศ อาหารจึงแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังนั้น เมื่อชาวต่างประเทศได้มาสัมผัสกับศิลปวัฒนธรรมไทย จึงเห็นเป็นสิ่งที่แปลกและแตกต่าง น่าสนใจ และประทับใจ โดยเฉพาะอาหารไทยก็มีรสชาติที่ดูใจ นอกจาก รำไทย และวัดไทย ประกอบกับวัฒนธรรมไทยในเรื่องการต้อนรับที่ “ใครมาถึงเรือนชาน ต้องให้การต้อนรับ” ยิ่งเพิ่มความประทับใจแก่ชาวต่างประเทศ

4) ด้านมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่ก็เป็นคนไทย จึงมีอัธยาศัยแบบคนไทยที่มีพฤติกรรมในการให้บริการ ช่วยเหลือเป็นอย่างดี เป็นที่ประทับใจของชาวต่างประเทศ และมีคุณภาพและจิตสำนึกในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวเฟื่องฟูตลอดไป อาชีพมัคคุเทศก์จะได้มีสถานภาพดีขึ้น

สำหรับปัจจัยเรื่อง การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น การมีโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ที่มีคุณภาพจำนวนมาก การมีห้องน้ำ ป้ายบอกทาง พาหนะเดินทาง และข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจในเรื่องนี้ ก่อนเดินทางมาประเทศไทย อยู่ในระดับมาก แต่หลังจากได้มาเยี่ยมประเทศไทยแล้ว มีเจตคติและความประทับใจต่อสิ่งเหล่านี้ในระดับปานกลาง ซึ่งระดับของเจตคติลดลง อธิบายได้ว่า ก่อนเดินทางมาประเทศไทย ชาวต่างประเทศได้มีข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องนี้จากหนังสือพิมพ์ การ

โฆษณาจากสื่อมวลชน ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ประสบความสำเร็จในเรื่อง การประชาสัมพันธ์อย่างมาก แต่เมื่อชาวต่างประเทศได้มาเยี่ยมประเทศไทยแล้ว กลับประสบ ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ มากมาย เช่น ห้องน้ำสาธารณะที่ยังไม่ได้มาตรฐาน การขาดแคลน พาหนะเดินทางที่จะเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว หรือการโกงราคาของรถแท็กซี่ รถตุ๊ก ๆ ป้ายบอก ทางที่ไม่ชัดเจน และมีจำนวนน้อย และการไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภาษา ต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เช่น ตามสถานที่ประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ดังนั้น ระดับของเจตคติและความประทับใจในเรื่องนี้จึงลดลง

จากการที่ชาวต่างประเทศมีเจตคติและความประทับใจต่อประเทศไทยในภาพรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง ก็เนื่องจากมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้ ความคิด ความเข้าใจ และ พฤติกรรม อันเป็นส่วนประกอบของเจตคติของชาวต่างประเทศ ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมาก ไปน้อยของเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศ ในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ในระดับ ปานกลาง และหลังจากได้มาเยี่ยมประเทศไทยแล้ว มีเจตคติและความประทับใจลดลง ดังนี้

- | | |
|----------|---|
| อันดับ 1 | ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน |
| อันดับ 2 | ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว |
| อันดับ 3 | ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น |
| อันดับ 4 | แหล่งบันเทิงต่าง ๆ |
| อันดับ 5 | การบริการสาธารณสุข โภค คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการ ด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ |
| อันดับ 6 | การไม่ถูกหลอกหลวงในรูปแบบต่าง ๆ |
| อันดับ 7 | ประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่ง และการจราจรในประเทศไทย |
| อันดับ 8 | ความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง |
| อันดับ 9 | การรู้ภาษาต่างประเทศของคนไทย |

จากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ พอจะอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1) ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาการเกิดอาชญากรรมใน ประเทศไทยที่ไม่ได้ลดจำนวนลง แม้รัฐบาลจะส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเมืองปลอด อาชญากรรม เนื่องจากสังคมไทยมีช่องว่างระหว่างรายได้ ฐานะ เศรษฐกิจ และสถานภาพทาง สังคมมาก จึงทำให้เกิดปัญหาและความกดดันอย่างมากในกลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจ และ

สถานภาพทางสังคมต่ำ เป็นบ่อเกิดของปัญหาอาชญากรรมมากมาย ชาวต่างประเทศหลายคน ที่บอกว่า ไม่เคยพบปะคนไทยที่มีใจผู้ร้ายมากเท่าประเทศไทย ทำให้ต้องระวังตัวตลอดเวลา

2) ด้านค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว แม้ชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จะมีความเห็นว่า ราคาถูกและเหมาะสม และก็ยังพบว่ามีราคาแพง เนื่องจาก การถูกเอาเปรียบในเรื่องราคา ดังที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นและชาวตะวันตกส่วนหนึ่ง บอกว่า ไม่เข้าใจที่ราคาสินค้าอย่างหนึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมาก ในเวลาอันรวดเร็ว เช่น จาก 200 บาท เป็น 600 บาท

3) ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่เป็นที่ประทับใจของชาวต่างประเทศมากนัก เนื่องจากมีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น แสง เสียง เข้ามามาก เห็นได้จากการแสดงของสัตว์ในจังหวัดต่าง ๆ และแฟนตาซีที่กุเกิด และชาวต่างประเทศยังมีความเห็นว่า ควรอนุรักษ์พวกเปลือกหอยไว้ ไม่ควรนำมาขายนักท่องเที่ยว ทั้งยังประสบปัญหาการโกงราคาของสินค้าที่ระลึก และราคาที่เกิดขึ้นจากการแสดงต่าง ๆ ที่จัดสำหรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น

4) ด้านแหล่งบันเทิงต่าง ๆ ในประเทศไทยมีแหล่งบันเทิงตามฉบับ โน้ตคลับ ที่ชาวต่างประเทศชอบเข้าไปพักผ่อนและสนุกสนาน แต่ในสถานที่เหล่านี้ก็มักจะมีการค้าบริการของโสเภณี และนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มาเที่ยวเรื่องนี้โดยเฉพาะ ที่เรียกว่า Sex-Tour พบได้มากบริเวณ หาดพัทยา และกรุงเทพฯ ชาวต่างประเทศทั้งผู้หญิงและผู้ชาย จำนวนไม่น้อยที่บ่นว่าชอบเที่ยวผับและไนท์คลับในเมืองไทยมาก แต่อดอึดใจกับผู้หญิงโสเภณีที่มีจำนวนมาก และรัฐบาลไทยควรขจัด Sex-Tour ออกไป นอกจากนี้ ยังพบการทะเลาะวิวาท มีกลุ่มอิทธิพลในบาร์ดิสโก้ จนต้องขอกำลังตำรวจมาดูแลเพิ่มขึ้น

5) ด้านบริการสาธารณสุขโลก คุณภาพชีวิตของประชาชน และการจัดการด้านยาเสพติดและโรคเอดส์ ในประเทศไทยมีสลับตามแหล่งชุมชนทั่วไปจำนวนมาก เป็นแหล่งที่มั่วสุมยาเสพติด และการเกิดโรคเอดส์ในกลุ่มผู้ในแรงงานขั้นต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศญี่ปุ่น พบว่า ญี่ปุ่นไม่มีปัญหาเรื่องยาเสพติด ไม่ว่าจะเป็นการค้ายาเสพติด และเด็กวัยรุ่นที่ติดยาเสพติด แต่ที่ประเทศไทยมีปัญหาการค้ายาเสพติดและเด็กวัยรุ่นติดยาเสพติดหลากหลายชนิด โดยเฉพาะยาบ้า หรือแอมเฟตามีน ในปัจจุบันมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างมาก และค่อนข้างรุนแรง แม้แต่สำนักงานคณะกรรมการปราบปรามยาเสพติดแห่งชาติ (ป.ป.ส.) ก็ยอมรับว่าประสบความล้มเหลวในการดำเนินงานจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ น้ำปะปาในประเทศไทยยังขาดแคลนในบางแห่ง และคุณภาพยังไม่เท่าต่างประเทศ เช่น ที่ประเทศญี่ปุ่น น้ำปะปาสามารถดื่มได้ แต่น้ำปะปาในเมืองไทยยังไม่สะอาดพอที่จะดื่มได้ และโทรศัพท์สาธารณะยังมีจำนวนไม่เพียงพอ ในเรื่องคุณภาพชีวิตของประชาชน ขึ้นกับรายได้และฐานะเศรษฐกิจของคน

ไทย เมื่อเทียบกับชาวต่างประเทศแล้ว คนไทยส่วนใหญ่ยังมีรายได้ค่อนข้างต่ำ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำ ตั้งแต่ปี 1998 ทำให้ประชาชนประสบความลำบากเพิ่มขึ้น ไม่มีเงินเหลือพอที่จะซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคขั้นดี และใช้ชีวิตอย่างหรูหรา และสะดวกสบาย ดังเช่นชาวต่างประเทศ

6) ด้านการไม่ถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ รัฐบาลไทยยังไม่สามารถดำเนินการควบคุมได้อย่างทั่วถึง ผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยประเภทต่าง ๆ เมื่อเห็นเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีฐานะดีมาก ก็รีบขึ้นราคาสินค้าและบริการ เมื่อหวังผลกำไรมาก ๆ จึงมีปัญหาชาวต่างประเทศถูกหลอกลวงในซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาจริง เช่น อัญมณี และของที่ระลึก

7) ด้านประสิทธิภาพและความปลอดภัยของการคมนาคมขนส่ง และการจราจรในประเทศไทย ประเทศไทยยังมีอัตราการเกิดอุบัติเหตุภายในประเทศสูงกว่าค่ามาตรฐานของทั่วโลก โดยเฉพาะอุบัติเหตุบนถนน

8) ด้านความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง คนไทยส่วนใหญ่ยังขาดจิตสำนึกในการรักษาความสะอาด และรัฐบาลไทยยังไม่มีการรณรงค์ในเรื่องการรักษาความสะอาดอย่างจริงจัง และเป็นรูปธรรม

9) ด้านการรู้ภาษาต่างประเทศของคนไทย ประเทศไทยยังไม่มีการรณรงค์เรื่องการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ที่สำคัญอย่างจริงจัง เช่น ภาษาอังกฤษ จีน และญี่ปุ่น คนไทยส่วนใหญ่ยังไม่เห็นความสำคัญของภาษาต่างประเทศ และจากผลการวิจัยของหน่วยศึกษานิเทศก์ กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 4 โดย อาจารย์ดำรง สีนะวีระชาติ²⁶ พบว่า เด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตการศึกษา 4 ซึ่งมี 5 จังหวัด คือ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระนอง และตรัง จะถนัดวิชาภาษาไทย และสุขศึกษา และอ่อนภาษาอังกฤษ

รัฐบาลไทยต้องให้ความสำคัญและพัฒนา ปรับปรุงปัจจัยด้านต่าง ๆ เหล่านี้ เพื่อเพิ่มระดับคุณภาพให้เป็นที่ถูกใจแก่ชาวต่างประเทศ ทำให้ชาวต่างประเทศนิยมมาเที่ยวเพิ่มขึ้น และยังทำให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงดีขึ้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังได้แสดงความคิดเห็นถึงปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางมาประเทศไทย 5 อันดับแรก คือ

²⁶ ดำรง สีนะวีระชาติ, การประเมินผลการศึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตการศึกษา 4, หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 4, 2540.

- 1) ชยะตามแหล่งท่องเที่ยวและการจัดการกับชยะที่ถูกต้องของรัฐบาลไทย
- 2) สภาพแวดล้อมธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวถูกทำลาย ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และนิเวศน์สัญจร (Eco - tourism)
- 3) ราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ ควรเป็นมาตรฐานเดียวกัน
- 4) มัคคุเทศก์และประชาชนชาวไทย ควรปรับปรุงภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และญี่ปุ่น เพื่อเป็นประโยชน์และไม่เกิดช่องว่างในการติดต่อกับชาวต่างประเทศ
- 5) มลภาวะต่าง ๆ บนท้องถนน ควรปรับปรุง และใช้มาตรการต่าง ๆ ในการกำจัดมลภาวะ โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร

นอกจากปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้แล้ว ชาวต่างประเทศยังได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องการปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ คุณภาพของน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และพาหนะ ให้ได้มาตรฐาน การเพิ่มการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ การปรับปรุงการดูแลสัตว์ในสวนสัตว์ โดยเฉพาะในภูเก็ต การอนุรักษ์ป่า การดำเนินการกับสุนัขจรจัดที่รบกวนนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของคนไทย ความเคร่งครัดในการจราจร การจำกัดความเร็วของรถ และกฎหมายการใช้หมวกกันน็อค การปรับปรุงถนนหนทาง การมีภาษาต่างประเทศกำกับในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ตามถนน ภัตตาคาร ธนาคาร และสมุดโทรศัพท์ การดูแลเรื่องผู้หญิงขายบริการ และ Sex -- tour และรัฐบาลควรพัฒนาและกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น เร่งแก้ปัญหายาเสพติดและโรคเอดส์ ปรับปรุงระเบียบและขั้นตอนการขอวีซ่าในประเทศไทย ให้สะดวกรวดเร็วขึ้น การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และการเพิ่มกำลังตำรวจบริเวณบาร์ดิสโก้

จากปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่ชาวต่างประเทศได้พบระหว่างเดินทางมาประเทศไทย เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทยลดลง

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยที่ได้ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์ต่าง ๆ และบริษัทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยใครขอเสนอแนะดังต่อไปนี้

1) ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ เพื่อส่งเสริมเจตคติที่ดีของชาวต่างประเทศต่อประเทศไทย และทำให้เพิ่มปริมาณและคุณภาพของนักท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) สำหรับเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทย ต้องมีองค์ประกอบดังนี้

- 1.1 มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามและโดดเด่น โดยเฉพาะทะเล ชายหาด ปะการัง เกาะต่าง ๆ ภูเขา และป่าไม้
- 1.2 มีการบริหารจัดการและพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมของเมือง อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.3 มีเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม ตลอดจนมีการอนุรักษ์ฟื้นฟู และให้ประโยชน์จากเอกลักษณ์ดังกล่าว เป็นการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และ Art treasure tourism
- 1.4 มีพิพิธภัณฑ์ด้านต่าง ๆ เช่น ด้านประวัติศาสตร์ของเมือง ด้านสัตว์น้ำ ได้ทะเล
- 1.5 มีราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ เป็นมาตรฐานเดียวกัน
- 1.6 ประชาชนมีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ
- 1.7 การเป็นเมืองปลอดภัยอาชญากรรม มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- 1.8 มีโครงสร้างที่เพียงพอและได้มาตรฐาน เช่น ถนน ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ ระบบบำบัดน้ำเสีย และการกำจัดขยะ
- 1.9 มีระบบขนส่งมวลชนทางบกที่มีประสิทธิภาพและปลอดภัย
- 1.10 คุณภาพของโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก และห้องน้ำสาธารณะ ได้มาตรฐานเพียงพอ
- 1.11 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง

- 1.12 มีชื่อเสียงในเรื่องของอาหาร ในด้านรสชาติความอร่อย คุณภาพและราคา
- 1.13 เป็นศูนย์กลางการจับจ่ายซื้อสินค้า และของที่ระลึก (Shopping Paradise)
- 1.14 สนับสนุนการท่องเที่ยวในเมือง (city Tourism, Town Tourism) และ การท่องเที่ยวในหมู่บ้าน (Village Tourism) และตลาดเขียว (Green Marketing)
- 1.15 คุณภาพของประชาชนและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้มาตรฐาน
- 1.16 รัฐบาลให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ และจริงจัง
- 1.17 การมีส่วนร่วมของประชาชน
- 1.18 มีแหล่งบันเทิงอันหลากหลาย และเหมาะสมน่าสนใจ โดยไม่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของท้องถิ่น
- 1.19 เป็นเมืองที่ปลอดภัยจากอิทธิพลทั้งวง
- 1.20 นักท่องเที่ยวมีคุณภาพ

2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 2.1 รัฐบาลต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการบริหาร จัดการและพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมของเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยควรจัดให้มีนโยบายการบริหารจัดการและพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติในเมืองท่องเที่ยวอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการควบคุม หรือการอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวเกิดผลอย่างจริงจัง ตลอดจนจัดให้มีนโยบายส่งเสริมด้านสภาพแวดล้อมของเมืองท่องเที่ยว ให้เป็นเมืองที่สะอาด สวยงาม ร่มรื่น ไร้มลพิษ เช่น จัดให้มีโครงการ "เมืองปลอดภัย" เป็นต้น ตลอดจนดูแลปลูกสร้างอาคารให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของเมือง
- 2.2 รัฐบาลต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) โดยเฉพาะการคมนาคมทางบก ระบบการวางสายไฟฟ้า และระบบการผลิตน้ำประปา กล่าวคือ ถนน และทางเดินจะต้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุงโดยเน้นคุณภาพ และความคงทนถาวรเป็นหลัก ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขการจัดการจราจรให้เป็นระเบียบ โดยเฉพาะสำหรับผู้ขับขี่

มอเตอร์ไซด์ที่ควรจะมีช่องทางเฉพาะ และจัดให้มีระบบไฟสัญญาณจราจรตรงทางม้าลาย ทุกจุดดังเช่นในประเทศพัฒนา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่คนเดินเท้าและข้ามถนน ระบบการวางสายไฟฟ้า จะต้องยกเลิกการพิกเสาพาดสาย และให้ใช้วิธีฝังดิน ระบบการผลิตน้ำประปา ต้องให้ความสำคัญเร่งด่วน เพื่อไม่ให้ขาดแคลนน้ำและมีความสะอาดเพียงพอ

- 2.3 รัฐบาลจะต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และจริงจัง โดยกำหนดเป็นนโยบายส่งเสริม พัฒนา และควบคุมให้เมืองท่องเที่ยวเป็นเมืองปลอดภัยอาชญากรรม โดยจะต้องดำเนินการอย่างจริงจัง ต่ออิทธิพลที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายทั้งปวง
- 2.4 ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างจริงจัง โดยยกระดับการศึกษาของประชาชนในท้องถิ่นให้สูงขึ้น ทั้งการศึกษาในระบบและการศึกษานอกระบบ ตลอดจนส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในหมู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง และทั่วถึงเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น กำหนดนโยบายรณรงค์เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นโยบายพัฒนาธุรกิจรายย่อย เป็นต้น อันจะส่งผลให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว และมีจิตสำนึกที่ดีต่อการท่องเที่ยว เช่น ไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ไม่หลอกลวงนักท่องเที่ยว เป็นต้น
- 2.5 สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชน (People Participation) ในทุกขั้นตอนของการพัฒนา โดยสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยวรายย่อยของประชาชน เช่น กลุ่มจำหน่ายสินค้าที่ระลึก กลุ่มรถตุ๊ก ๆ กลุ่มรถเช่า กลุ่มผลิตและจำหน่ายผ้าบาติก กลุ่มหมอนวดแผนโบราณชายหาด กลุ่มบริการริมชายหาดและกลุ่มร้านอาหาร เป็นต้น และส่งเสริมให้ตัวแทนของแต่ละกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวทุกระดับ
- 2.6 ผลักดันและส่งเสริมเมืองศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศในภูมิภาคเอเชีย เช่น ภูเก็ต โดยกำหนดให้เป็นนโยบายระดับชาติ
- 2.7 ผลักดันและส่งเสริมให้เมืองท่องเที่ยวมีนโยบาย แผนงาน โครงการ ระยะเวลา รองรับด้านการคมนาคมทางบก โดยเฉพาะในประเด็นระบบขนส่ง

- มวลชนปลอดภัย จากสนามบินสู่ตัวเมือง และจากตัวเมืองสู่ชายหาดต่าง ๆ และการแก้ปัญหาช่องทางจราจรสำหรับมอเตอร์ไซด์
- 2.8 ส่งเสริมในด้านอนุรักษ์และฟื้นฟู งานประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ได้แก่ ประเพณีวันสงกรานต์ ประเพณีวันลอยกระทง เทศกาลกสิเจ ประเพณีไหว้พระจันทร์ ประเพณีปล่อยลูกเต่า ประเพณีลอยเรือชาวเล วันกลางชนะเลิศ วันไหว้เทวดา เป็นต้น

3) ข้อเสนอแนะเชิงบริหาร

- 3.1 ควรจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการและพิทักษ์รักษาสภาพแวดล้อม ในระดับจังหวัดขึ้นมาทำหน้าที่โดยเฉพาะ และแยกออกจากงานประจำอื่น ๆ ทั้งปวง โดยให้มีตัวแทนจากหลาย ๆ ฝ่าย เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรเอกชน ประชาชน นักการเมืองท้องถิ่น และสื่อมวลชน เป็นต้น
- 3.2 การจัดตั้งคณะทำงานโครงการ "เมืองปลอดภัย" เพื่อแสวงหาวิธีการ มาตรการ และกลยุทธ์ที่จะดำเนินการให้เป็นผลสำเร็จภายใน 2 ปี
- 3.3 ควรจัดตั้งหน่วยเฉพาะกิจ เพื่อการปราบปรามอาชญากรรมทุกรูปแบบ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวและประชาชนโดยส่วนรวม โดยดำเนินการเชิงรุก และเป็นไปด้วยความสงบเรียบร้อย เช่น ไม่ควรตั้งด่านตรวจค้นในแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการประสานงานกับตำรวจในจังหวัดทุกท้องที่ รวมทั้งตำรวจท่องเที่ยว
- 3.4 ควรจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมราคามาตรฐานของสินค้าและบริการต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง เพื่อป้องกันการเอาเปรียบด้านราคา
- 3.5 ควรใช้การศึกษาวิจัย ตลอดจนการศึกษาความเป็นไปได้ และการฟังเสียงประชาชน (Public Hearing) ในการแก้ปัญหาหรือพัฒนาด้านต่าง ๆ เพื่อให้การแก้ปัญหาและการพัฒนาต่าง ๆ มีความเหมาะสมรัดกุม และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน เช่น การศึกษาผลดี ผลเสีย ของการควบคุมการก่อสร้างอาคาร ให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม การสำรวจความคิดเห็นของประชาชน กรณี

ฝังสายไฟฟ้าลงใต้ดิน และกรณีการจัดช่องทางวิ่งเฉพาะมอเตอร์ไซด์ และ
อื่น ๆ เป็นต้น

- 3.6 ควรจัดให้มีการฟื้นฟูส่งเสริม และใช้ประโยชน์จากขนบธรรมเนียมประเพณี
และศิลปวัฒนธรรม โดยจัดงานตามประเพณี ขนบธรรมเนียม และศิลป-
วัฒนธรรมของเมืองเป็นประจำทุกปี และบรรจุไว้ในปฏิทินการท่องเที่ยวทุกปี
ให้มากกว่าเดิม โดยดึงภาครัฐ เอกชน ประชาชน องค์กรเอกชน
นักการเมืองท้องถิ่น และสื่อมวลชนให้เข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุด

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. โครงการปฏิบัติการหน่วยเคลื่อนที่เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางการท่องเที่ยว และรณรงค์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, พ.ศ. 2540. (เอกสาร 75 หน้า).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. โครงการปีท่องเที่ยวไทย 2541 - 2542 Amazing Thailand 1998 - 1999, พ.ศ. 2541. (เอกสาร 46 หน้า).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สรุปแผนการท่องเที่ยว ประจำปี 2541 - 2542, พ.ศ. 2541. (เอกสาร 25 หน้า).
- กระทรวงศึกษาธิการ. คู่มือการประเมินผลการเรียนตามหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนต้น. พุทธศักราช 2521, (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2533).
- จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. ทศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม : การวัด การพยากรณ์ และการเปลี่ยนแปลง. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, กรุงเทพฯ.
- ดาร์ล สีนะวีระชาติ. การประเมินผลการศึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตการศึกษา 4. หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 4, 2540.
- ดาร์ล สีนะวีระชาติ. การวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือวัดผลเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน. หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 4, 2537.
- हेिญแข แสงแก้ว และคณะ. การศึกษาลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี 2539. รายงานการวิจัย, ภาคคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525.
- มนัส ชัยสวัสดิ์. "การผลิตบัณฑิตสาขาการท่องเที่ยวและการบริการอาคันตุกะในประเทศไทย : สภาพปัจจุบัน ปัญหาอุปสรรค และแนวทางการปรับปรุง" (Baccalaureate and Graduate Degree in Tourism and Hospitality Studies in Thailand : The Current Situation, Problems and Future Development) คณะการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต. เอกสารวิจัย, 2540.
- ล้วน สายยศ และอังคณา ดันดิรัตน์านนท์. สถิติวิทยาทางการศึกษา. วัฒนาพานิช : กรุงเทพฯ, 2515.

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของโลกอย่างยั่งยืน. รายงานการวิจัยวิชา รศ.840 สัมมนาเชิงปฏิบัติการ หลักสูตรปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์ ภาคพิเศษ ภูเก็ต รุ่น 1, 2539.

เสรี วงษ์ไพจิตร. "จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ชนวนให้เกิดขบวนการนิเวศน์วิทยาทางการเมือง". เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, 2534.

สุโขทัยธรรมาริราช, มหาวิทยาลัย. พฤติกรรมวัยรุ่น (Adolescent Behavior). เอกสารการสอนชุดวิชาหน่วยที่ 1-8 สาขาวิชาศึกษาศาสตร์. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาริราช : นนทบุรี, 2532.

สำนักงานการท่องเที่ยวภาคใต้ เขต 4 (ภูเก็ต). แผนตลาดเร่งด่วน 2541, พ.ศ. 2541. (เอกสารโรเนียว).

สำนักงานการท่องเที่ยวภาคใต้ เขต 2 (นครศรีธรรมราช). สรุปประเด็นปัญหาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอในที่ประชุมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภาคใต้ (ตอนบน), พ.ศ. 2541. (เอกสารการประชุม ณ โรงแรม รอยัล ภูเก็ต ซิตี้ จ.ภูเก็ต)

Best, John.W. *Research in Education*. 3rd.ed. Prentice - Hall, Inc. Englewood. Clifts : New Jersey, America, 1977.

Ferguson, George A. *Statistical Analysis in Psychology and Education*. McGraw - Hill Book Company : New York, 1971.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

RESEARCH QUESTIONNAIRE
FOR
FOREIGNER'S ATTITUDE AND IMPRESSION IN VISITING THAILAND

PART 1 BASIC DATA OF RESPONDENT

PLEASE FILL IN THE BLANK OR MARK / IN () THAT SPECIFY TO YOURSELF

FOR

STAFF

ONLY

() () () 1-3

1. AGE.....YEARS

() () 4-5

2. SEX

1. () MALE

2. () FEMALE

() 6

3. OCCUPATION

1. () EMPLOYEE

2. () PUBLIC OFFICIALS

() 7

3. () STUDENTS

4. () EMPLOYER

5. () HOUSEWIFE OR UNPAID WORKERS

6. () OTHERS (SPECIFY).....

4. EDUCATION

() 8

1. () PRIMARY SCHOOL

2. () SECONDARY

3. () BELOW BACHELOR'S DEGREE

4. () BACHELOR'S DEGREE

5. () MASTER'S DEGREE

6. () DOCTORAL

5. MONTHLY PERSONAL INCOME BEFORE TAXES

() 9

1. () US\$ 200 - 600

2. () US\$ 601 - 1,000

3. () US\$ 1,001 - 1,400

4. () US\$ 1,401 - 1,800

5. () US\$ 1,801 AND ABOVE

6. WHAT IS YOUR NATIONALITY?

() 10

		AFTER VISITED THAILAND					HAS IT ANY DIFFERENCE BEFORE VISITING? IF IT HAS PLEASE REMARK .						
		HIGHEST 5	HIGH 4	MEDIUM 3	LOW 2	LOWEST 1	FOR STAFF ONLY	HIGHEST 5	HIGH 4	MEDIUM 3	LOW 2	LOWEST 1	FOR STAFF ONLY
MATTERS													
13. THE NUMBERS OF TOURIST GUIDES ARE NOT ENOUGH NOW.													
14. THE TRAFFIC IN THAILAND IS SAFE AND EFFICIENT : ♦ BY AIR ♦ BY SEA ♦ BY ROADS													
15. TOURISTS ARE NOT WORRYING FOR TRAFFIC AND ACCIDENTS DURING TRAVELING.													

ภาคผนวก ข.

**QUESTIONNAIRE DE RECHERCHE
POUR
L'ATTITUDE ET L'IMPRESSION DES ETRANGERS EN VISITANT EN THAILANDE**

<p>PREMIERE PARTIE : L'INFORMATION FONDAMENTALE</p> <p>AJOUTEZ LE (S) MOT (S) OU MARQUEZ / DANS LA PARENTHESE</p>	<p>POUR STAFF () () () 1-3</p>
<p>1. AGE ANS</p> <p>2. SEXE</p> <p style="padding-left: 20px;">1. () MASCULIN 2. () FEMININ</p> <p>3. PROFESSION</p> <p style="padding-left: 20px;">1. () EMPLOYE 2. ()</p> <p style="padding-left: 20px;">3. () ETUDIANT 4. () EMPLOYEUR / PATRON</p> <p style="padding-left: 20px;">5. () MENAGERE OU EMPLOYE NON-PAYE</p> <p style="padding-left: 20px;">6. () AUTRES (SPECIFIEZ)</p> <p>4. EDUCATION</p> <p style="padding-left: 20px;">1. () ECOLE PRIMAIRE 2. () ECOLE SECONDAIRE</p> <p style="padding-left: 20px;">3. () BACCALAUREAT 4. () MAITRISE</p> <p style="padding-left: 20px;">5. () DOCTORAT</p> <p>5. SALAIRE SANS TAXE PAR MOIS FRANCS</p> <p style="padding-left: 20px;">1. () 1,200-3,600 FRANCS 2. () 3,606-6,000 FRANCS</p> <p style="padding-left: 20px;">3. () 6,006-8,400 FRANCS 4. () 8,406-10,800 FRANCS</p> <p style="padding-left: 20px;">5. () plus de 10,806 FRANCS</p> <p>6. NATIONALITE</p>	<p>() () 4-5</p> <p>() 6</p> <p>() 7</p> <p>() 8</p> <p>() 9</p> <p>() 10</p>

SIL Y A , MARQUEZ - LE, SIL VOUS PLAIT.

	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BCN 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS												
3. LES RESSOURCES NATURELLES INDESTRUCTIBLES EN THAILANDE INTERESSENT LES TOURISTES												
4. LES TRADITIONS THAI, LES ARTS ET LA CULTURE ATTIRENT LES TOURISTES DE VISITER EN THAILANDE.												
5. LA TRADITION THAI LOCALE, L'ART ET LA CULTURE SONT LE PLUS ATTRACTIVE POUR TOURISM.												

	APRES VISITE LA THAILANDE					Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? SIL Y A MARQUEZ - LE, S'IL VOUS PLAIT.						
	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS												
6. LA QUALITE DE LA CUISINE THAI VOUS SATISFAIT												
7. LES THAIS SONT TRES AGREABLES.												
8. LES QUALIFICATIONS ET LES CONSCIENCES DES THAIS SUPPORTENT LE TOURISM.												
9. LES ARCHITECTURES THAIS SONT UNIQUES ET INTERESSANTS.												

		APRES VISITE LA THAILANDE					Y-A-T-II. LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? SIL Y A, MARQUEZ-LE, SIL VOUS PLAIT.						
		TRES BON	BON	ACCEPT ABLE	FAIBLE	TRES FAIBLE	POUR STAFF	TRES BON	BON	ACCEPT ABLE	FAIBLE	TRES FAIBLE	POUR STAFF
		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
LES CONTENUS													
10. LES TOURISTES IMPRESSIONNENT LA TRADITION THAIE, L'ART THAIE ET LA CULTURE THAIE :													
▲ DANSE THAIE													
▲ TEMPLE													
▲ BOXE THAIE													
▲ SOIE THAIE													

	APRES VISITE LA THAILANDE					Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? S'IL Y A , MARQUEZ - LE, S'IL VOUS PLAIT.						
	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS												
11. LES TOURISTES IMPRESSIONNENT LES TRADITIONS THAIES LOCALES, LES ARTS ET LA CULTURES :												
- <u>SOUVENIRS</u> :												
▲ COQUILLAGES												
▲ ARTISANAT												
▲ PERLE												
▲ SCULPTURE EN BOIS												
- <u>DIVERTISSEMENTS</u> :												
▲ SPECTACLE D'ELEPHANTS												
▲ SPECTACLE DE SINGES												
▲ SPECTACLE DE SERPENTS												
▲ FANTASEA (PARC D' ATTRATIONS)												

APRES VISITE LA THAILANDE										Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? S'IL Y A, MARQUEZ - LE, S'IL VOUS PLAIT.							
										TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS																	
- <u>IMMEUBLE</u> :																	
▲ MAISON THAIE																	
▲ ARCHITECTURE																	
SINO-PORTUGUAISE																	
- TOILETTE																	
12. QUE PENSEZ-VOUS																	
DE NOS GUIDES ?																	
▲ LEUR CONNAISSANCE																	
DES ENDROITS TOURISTIQUES																	
▲ LEUR PRESENTATION																	
▲ LEUR CONNAISSANCE																	
DE LA LANGUE ETRANGERE.																	

	APRES VISITE LA THAILANDE					Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? S'IL Y A , MARQUEZ - LE, S'IL VOUS PLAIT.						
	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS												
13. GUIDES ASSEZ NOMBREUX.												
14. LES VOYAGES EN THAILANDE SONT EFFICACE ET SUR ; ▲ EN AVION ▲ EN BATEAU ▲ SUR ROUTE												
15. LES TOURISTES N'ONT PAS PEUR DE LA CIRCULATION ET D'ACCIDENT PENDANT LE VOYAGE.												

		APRES VISITE LA THAILANDE					Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? S'IL Y A , MARQUEZ - LE, S'IL VOUS PLAIT.						
		TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS													
16. LES RUES ET LES AVENUES EN THAILANDE SONT QUALIFIEES.													
17. LES TOURISTES NE SONT PAS INQUIETS DU MEUTRE EN THAILANDE.													
18. LE GOUVERNEMENT THAI ASSURE LA SECURITE ET LE DEVELOPPEMENT DES VILLES ET DES COMPAGNES													
19. LES TOURISTES NE SONT PAS TROMPES PAR LES GUIDES TOURISTIQUES													

		APRES VISITE LA THAILANDE					Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? S'IL Y A, MARQUEZ - LE, S'IL VOUS PLAIT.						
		TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS													
20. LES TOURISTES NE SONT PAS TROMPES D'ACHETER LES PRODUITS CHER ; ▲ BIJOUX ▲ SOUVENIRS													
21. LA THAILANDE POSSEDE DES INFRASTRUCTURES DE QUILITE : ▲ ELECTRICITE ▲ SERVICE D'AQUEDUC ▲ TELEPHONE													

LES CONTENUS		APRES VISITE LA THAILANDE										Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? S'IL Y A , MARQUEZ - LE, S'IL VOUS PLAIT.									
		TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF								
22. LES TOURISTES N'ONT PAS PEUR DE : ▲ LA DROGUE ▲ LE SIDA																					
23. QUE PENSEZ-VOUS DE CES 2 SUJETS DANS LES ENDROITS TOURISTIQUES : ▲ ORDURES ▲ PROPRETE																					

		APRES VISITE LA THAILANDE					Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? S'IL Y A , MARQUEZ - LE, S'IL VOUS PLAIT.						
		TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS													
▲ LA PROPRETE DES DES RIVIERE ET DE LA MER ▲ LES RUES, LES AVENUES LES ARBRES ET LES ILES ▲ LA POLLUTION													
24. IL Y A BEAUCOUP DE QUALIFIES HOTELS ET LES RESORTS.													
25. IL Y A BEAUCOUP D' ACCOMMODATIONS POUR LES TOURISTES:													

		APRES VISITE LA THAILANDE					Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? S'IL Y A , MARQUEZ - LE, S'IL VOUS PLAIT.						
		TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS													
▲ LOGEMENTS													
▲ SIGNALISATION													
▲ VEHICULES													
▲ INFORMATIONS TOURISTIQUES													
26. LES QUALITES DE LA VIE THAIS SONT STANDARD DANS LE MONDE.													
27. LE PRIX DU TOURISM EN THAILANDE;													

		APRES VISITE LA THAILANDE					Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? S'IL Y A , MARQUEZ - LE, S'IL VOUS PLAIT.						
		TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS													
▲ BON MARCHÉ ET RAISONNABLE													
▲ EXPENSIVE													
28. DIVERTISSEMENTS SONT ATTIRÉS :													
▲ PUB													
▲ BOITE DE NUIT													
▲ SPECTACLES													
▲ KARAOKE													
29. LES THAIS PEUVENT PARLER LA LANGUE ÉTRANGÈRE.													

		APRES VISITE LA THAILANDE					Y-A-T-IL LA DIFFERENCE AVANT LA VISITE ? SIL Y A , MARQUEZ - LE, SIL VOUS PLAIT.						
		TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF	TRES BON 5	BON 4	ACCEPT ABLE 3	FAIBLE 2	TRES FAIBLE 1	POUR STAFF
LES CONTENUS													
30. LES TOURISTES IMPRESSIONNENT LA VISITE EN THAILANDE.													

ภาคผนวก ค.

調查表

外國人游泰國后的印象和看法

<p>第一部分： 答應的基本數據</p> <p>請填在括號理 ()</p>	<p>FOR STAFF ONLY () () () 1-3</p>
<p>1. 年齡.....</p> <p>2. 性別</p> <p> 1 () 男 2 () 女</p> <p>3. 職業</p> <p> 1 () 雇員 2 () 公務員</p> <p> 3 () 學生 4 () 雇主</p> <p> 5 () 家庭婦女或工人</p> <p> 6 () 其他</p> <p>4. 受教育程度</p> <p> 1 () 小學 2 () 中學</p> <p> 3 () 低于學士 4 () 學士</p> <p> 5 () 碩士 5 () 博士</p> <p>5. 上稅前的個人月收入</p> <p> 1 () US\$ 200-600 2 () US\$ 601-1,000</p> <p> 3 () US\$ 1,001-1,400 4 () US\$ 1,401-1,800</p> <p> 5 () US\$ 1,801 AND ABOVE</p> <p>6. 國籍</p>	<p>() () 4-5</p> <p>() 6</p> <p>() 7</p> <p>() 8</p> <p>() 9</p> <p>() 10</p>

	游览泰国后					与你来泰国游览前有何不同? 如果感到不同, 请写出.				
具体事项, 情况	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
10. 游客对下列泰国传统, 艺术及文化化的印象: <ul style="list-style-type: none"> - 泰国舞蹈 - 寺庙 - 泰国拳 - 泰国丝绸 										

ภาคผนวก ง.

タイ訪問後の外国人のタイに対する

状況及び感想のための調査事項

	関係者記入欄
問1. 解答者データ	
あなたの当てはまるところをチェック及び記入してください。	() () () 1-3

1. 年齢 _____ 歳	() () 4-5
2. 性別	
① () 男 ② () 女	() 6
3. 職業	
① () 会社員 ② () 公務員	() 7
③ () 学生 ④ () 会社役員	
⑤ () 主婦及び無職	
⑥ () その他 特別明記 _____	
4. 学歴	() 8
① () 小学校卒 ② () 中学校卒	
③ () 高等学校及び専門、専修学校、短大 ④ () 大学卒	
⑤ () 大学院卒 ⑥ () 博士課程卒	
5. 一ヶ月の収入	() 9
① () US \$ 200-600 ② () US \$ 601-1,000	
③ () US \$ 1,001-1,400 ④ () US \$ 1,401-1,800	
⑤ () US \$ 1,801 以上	
6. 国籍 _____	() 10

1～5の中で当てはまるものにチェックして下さい。(1=とても良い 2=良い 3=普通 4=悪い 5=とても悪い)

事 項	訪 問 後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄	
	とても良い 5	良 4	普 通 3	悪 い 2	とても悪い 1	とても良い 5	良 い 4	普 通 3	悪 い 2	とても悪い 1		
1. タイには観光客に見合っ た自然がある												
2. タイの有名な自然環境に ついて ▲砂浜と海 ▲山と森 ▲島々												

訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい

訪 問 後

事 項	訪 問 後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄	
	とても良い 5	良 4	い 3	悪 2	とても悪い 1	とても良い 5	良 4	い 3	悪 2	とても悪い 1		
3. 今、観光客を誘致するために自然破壊していない												
4. 観光客誘致のための伝統芸術、文化がある												
5. 観光客誘致のための地方の伝統、芸術、文化がある												

訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい

訪 問 後

事 項	訪 問 前					訪 問 後					関係者 記入欄
	とても良い 5	良 4	普 3	悪 2	とても悪い 1	とても良い 5	良 4	普 3	悪 2	とても悪い 1	
6. タイ料理には観光客を満 足させひきつけるものがある											
7. タイ人はとてもいい											
8. タイ人は観光客への対応 に適している											
9. タイの建築物は独自で興 味深い											

事項	訪問後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄	
	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1		
10. 観光客のタイの伝統、 芸術、文化の印象 ▲タイ舞踊 ▲寺院 ▲タイボクシング ▲タイシルク												

事項	訪問後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄
	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1	
1-1. 観光客の民芸、地方文 化の印象： →土産物： ▲貝殻 ▲手工芸 ▲真珠 ▲木工品 →シヨ一： ▲象のシヨ一 ▲猿のシヨ一 ▲蛇のシヨ一 ▲ファンタジー											

事項	訪問後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄	
	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1		
一 建築物： ▲タイの家屋 ▲ポルトガル形式家屋												
12. ガイドについて： ▲知識、説明 ▲サービス状況 ▲外国語												

訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい

訪問後

事項	訪問前					訪問後					関係者 記入欄
	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1	
13. ガイドの数は十分と感じる											
14. タイの交通状況は安全かつ機能的 ▲航空 ▲船舶 ▲車											
15. 観光中の道路状況及び交通事故の心配											

事 項	訪 問 後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄
	とても良い 5	良 4	普 3	悪 2	とても悪い 1	とても良い 5	良 4	普 3	悪 2	とても悪い 1	
16. 道路の状況は適応している											
17. 観光客が殺人事件に巻き込まれる心配がない											
18. タイの政府は安全な統率能力がある											
19. 観光客はガイドによって翻ろうされない											

事項	訪問後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄	
	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1		
20. 観光客は適正価格で買 い物できる： ▲宝石 ▲土産物												
21. タイの公共機関は十分 である： ▲電気 ▲水道 ▲電話												

事項	訪問後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄	
	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1		
22. 観光客は心配すること がない； ▲常習者（麻薬、酒） ▲HIV及びAIDS												
23. 以下の質問について観 光客に適応している ▲ごみ ▲標識、標示 ▲運河、河川及び海辺の清 深さ ▲通り、大通り、木、小島 ▲公害												

訪 問 後

訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい

事 項	訪 問 後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄
	とても良い 5	良 4	い 3	悪 2	とても悪い 1	とても良い 5	良 4	い 3	悪 2	とても悪い 1	
24. 適応能力のあるホテル 及びリゾート地がある											
25. 観光客にとって便利な 施設がある ▲公衆便所 ▲標識、標示 ▲交通機関 ▲観光案内											

事項	訪問後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄	
	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1	とても良い 5	良い 4	普通 3	悪い 2	とても悪い 1		
26. タイの人々の生活形態は世界の標準に適している												
27. タイの観光料金 ▲安い、適当 ▲高い												
28. 娯楽施設は適正 ▲パブ ▲ナイトクラブ ▲ショー ▲カラオケ												

事 項	訪 問 後					訪問前と訪問後の違いがもしあれば記入して下さい					関係者 記入欄	
	とても良い 5	良 4	い 3	悪 2	とても悪い 1	とても良い 5	良 4	い 3	悪 2	とても悪い 1		
29. タイの人々は外国語を 話せる											1	
30. 観光客はタイに来るこ とに満足している												

