

ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

PROBLEM AND NEED OF FOREIGNER TOURISTS TRAVELLING IN THAILAND.

โดยนายสอง สุวรรณแผ่นผา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัญหา และความ ต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในประเทศไทย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นประชากรที่ไม่สามารถนับจำนวนได้ในเขตปกครองพิเศษ พัทยา ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างสูงสุด 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.8860 สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัญหาของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย ในภาพรวม อยู่ใน ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัญหาระดับมากที่สุดคือ ปัญหาด้านป้ายบอกทาง น้อยเกินไปมากที่สุด ด้านอาชญากรรม – มิจฉาชีพมากที่สุด ด้านความปลอดภัย – การข่มขืนมากที่สุด ด้านสถานที่ท่องเที่ยวไม่สะอาด – เศษขยะกล่องข้าว ขวดน้ำ ถุง ขยะมูลฝอยต่างๆ วางทิ้งไว้ตาม สถานที่ต่างๆ มากที่สุด ตามลำดับ ส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ระดับมาก เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความต้องการระดับมาก คือมีความต้องการด้านการบริการ – ความ สะดวกสบายของการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากที่สุด ด้านความปลอดภัย – ความ ปลอดภัยของที่พักในแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด ด้านการสื่อสาร – ความชัดเจนของข้อมูลการ เดินทางในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากที่สุด ป้ายบอกสถานที่ชัดเจน – ป้ายบอกทางมองเห็นง่าย ไม่ อยู่ในจุดอับสายตามากที่สุด ตามลำดับ

ABSTRACT

Tourism is one of the most important industries that brings regular foreign exchange to Thai economy. The main objective of this research paper was to evaluate important factors influencing the decision of international tourists to visit Thailand.

The target population of this study was all international tourists in Pattaya, Thailand. A total of 400 samples were collected by a simple random sampling.

Quantitative methods were used in this study. For quantitative method, an English questionnaire was designed to collect data. There was the reliability as 0.8860 degree and also contained the analysis under the average and standard deviation degree.

The findings revealed that the majority of respondents rated the overall influencing factors at a medium level of importance. The ranking revealed that the top influencing factors were not enough the signage and information, the crime and policing, the safety on transportation, the cleanness of travel location. In the other hand, the finding revealed that the majority of respondents rated the tourism requirements or expectations at a high level of importance. The ranking revealed that the top requirements were the convince during the travel and used the service, the safety of accommodation, the clearness of signage and any travel information.

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งสามารถสร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งของการค้าภาคบริการรวมของประเทศไทย โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาทเนื่องจากประเทศไทยได้มีประเพณี วัฒนธรรม และอารยธรรมที่ถูกสืบสานต่อกันมารุ่นต่อรุ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติที่น่าดึงดูดใจเป็นอย่างมาก รวมไปถึงทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ และความสวยงาม ด้วยเหตุนี้ทำให้เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศได้เป็นอย่างดี และส่งผลทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินในระบบเศรษฐกิจทั้งด้านธุรกิจและการว่าจ้างในประเทศอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้รัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว ว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักที่จะสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับประเทศไทย

ดังนั้น ทางภาครัฐจึงมุ่งเน้นพัฒนาทางด้านยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ใหญ่ๆ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพ และส่งเสริมของห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการแบบยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการจัดการด้านการท่องเที่ยวแบบองค์รวม ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับองค์กร ยุทธศาสตร์ที่ 4 การขับเคลื่อนด้วยระบบเทคโนโลยี และระบบดิจิทัล ทั้งนี้ ประเด็นท้าทายที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจโลกที่ยังมีทิศทางชะลอตัว ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่อาจรุนแรงขึ้น ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติขนาดใหญ่ ความเสี่ยงใหม่จากโรคทางเดินหายใจในจีนที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางโดยเครื่องบิน เป็นต้น

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ประเทศไทยมีการรับนักท่องเที่ยวอย่างมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านต่างๆ ตามมามากมาย ดังนั้นผู้วิจัยได้เกิดความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรม ปัญหา ความต้องการ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อที่จะนำไปปรับปรุงแก้ไขพัฒนาแบบแผนกลยุทธ์

ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาภายในประเทศไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย
5. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย

ขอบเขตงานวิจัย

กรณีศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษางานวิจัยในประเด็นต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้ศึกษางานวิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ทำการศึกษา ได้แก่ เขตการปกครองพิเศษเมืองพัทยา
2. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษางานวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน เมษายน พ.ศ. 2563 ถึงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2563
3. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มประชากรที่ใช้สำรวจในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เข้ามาทำกิจกรรมภายในเมืองพัทยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยสามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ ทาโร่ มายานะ คือ
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
 ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 385 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาด ผู้วิจัยได้สำรองกลุ่มตัวอย่างเพื่ออีก 15 คน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน
4. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, อาชีพ, รายได้เฉลี่ย, ระดับการศึกษา

ปัจจัยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่

- วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว, แหล่งที่ได้มาของข้อมูลการท่องเที่ยว, วิธีการเดินทางท่องเที่ยว, ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง, การวางแผนการท่องเที่ยว, การเลือกที่พักระหว่างการท่องเที่ยว, ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก

ปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), บุคคล (People), การจัดจำหน่าย (Place), การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

4.2.1 ปัญหาของนักท่องเที่ยว

ปัญหาป้ายบอกทางไม่ชัดเจน, ปัญหาด้านการอาชญากรรม, ปัญหาด้านความปลอดภัย, ปัญหาด้านการสื่อสาร

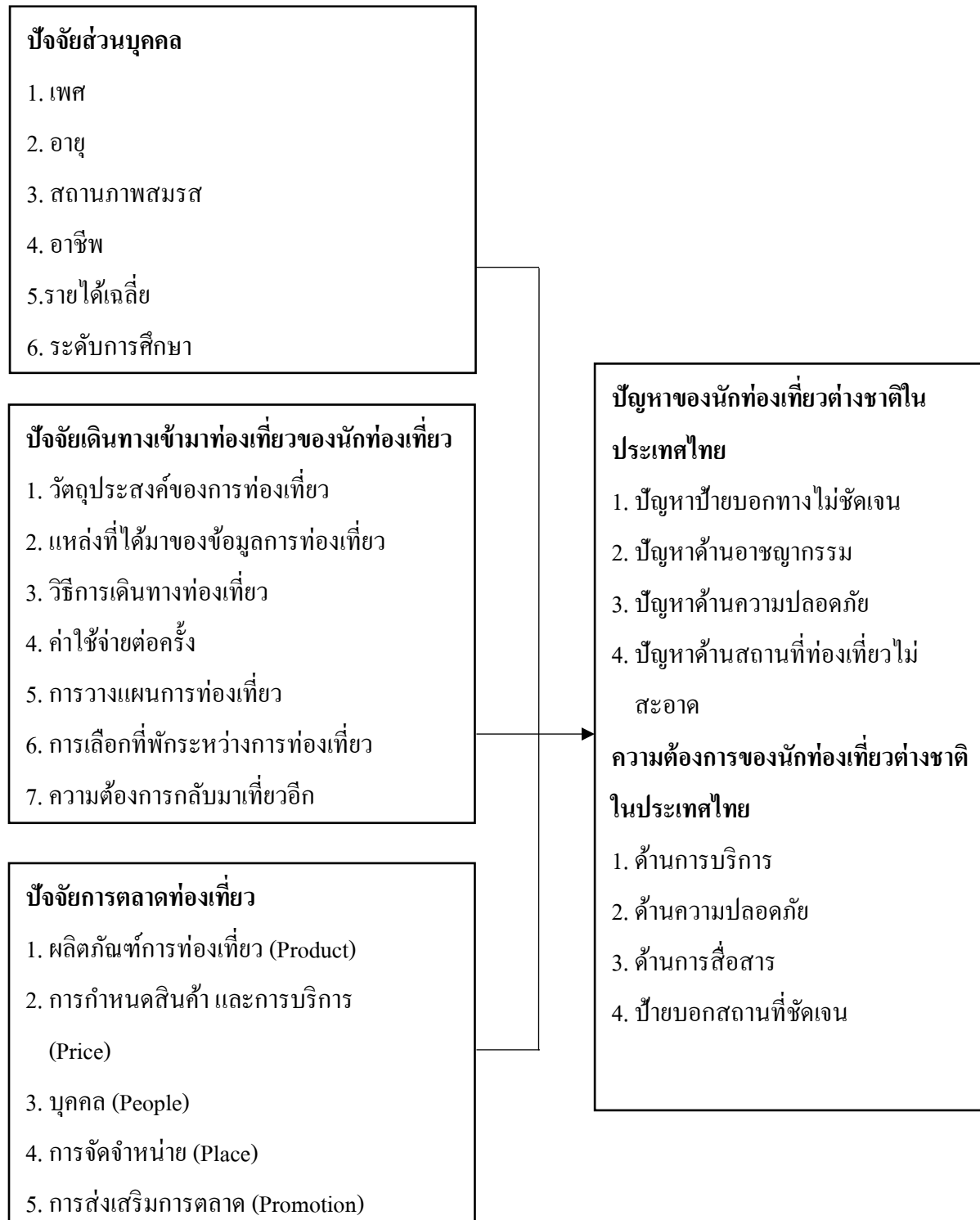
4.2.2 ความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการบริการ, ด้านความปลอดภัย, ด้านการสื่อสาร, ป้ายบอกสถานที่ชัดเจน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ทราบจำนวนประชากรของนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังประเทศไทยเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล และสนับสนุนเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเชิงธุรกิจ
2. เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย

4. เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา และสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้จัดทำโครงการ หรือนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหา และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตปกครองพิเศษ เมืองพัทยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนดังนั้น การหาจำนวนประชากรตัวอย่างใช้การเปิดตารางที่ ตำแหน่งประชากร ∞ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% โดยใช้กลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ ทาโร ยามานะ (Yamane) จะสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการสร้างแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Close ended Question) โดยมี 5 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

ตอนที่ 5 ข้อมูลด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

เมื่อได้ข้อมูลครบแล้วจึงข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และตัวแปรทุกตัวตามกรอบแนวความคิด ดังนี้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 และเพศชาย จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือ 31 - 40 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะโสด จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 และมีสถานะ

สมรส จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน
เอกชน จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมา คืออาชีพธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ จำนวน
106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 - 30,000
บาท จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมา คือ ต่ำ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 47 คน คิด
เป็นร้อยละ 11.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 217 คน คิดเป็น
ร้อยละ 54.3 รองลงมา คือปริญญาโท จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3

2. ปัจจัยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การวิจัยเรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย มีผู้ตอบ
แบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน จำนวน 293 คน คิดเป็น
ร้อยละ 73.8 รองลงมา คือเพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ผู้ตอบ
แบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ
92.3 รองลงมา คือติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวโดยตรง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ผู้ตอบ
แบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยเครื่องบิน จำนวน 247 คนคิดเป็นร้อยละ 61.8
รองลงมา คือขับรถมาเอง จำนวน 130 คิดเป็นร้อยละ 32.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค่าใช้จ่าย
ต่อครั้ง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ 10,001 – 15,000 บาท
จำนวน 84 คิดเป็นร้อยละ 21.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วางแผนล่วงหน้าในการหาข้อมูล
แหล่งท่องเที่ยว จองที่พัก จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 และไม่มีการวางแผนล่วงหน้า
เดินทางไปเรื่อยๆ ตามที่ตัวเองอยากไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วน
ใหญ่ที่พักเลือกโรงแรม จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา คือรีสอร์ท จำนวน 93 คน คิด
เป็นร้อยละ 23.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 392 คน คิด
เป็นร้อยละ 98.0 และไม่กลับมาเที่ยวอีก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

3. ข้อมูลด้านปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว

ข้อมูลด้านปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านบุคคล และด้านการกำหนดราคาสินค้า และการบริการ ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มึ่ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความหลากหลาย รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความสวยงาม ด้านการกำหนดราคาสินค้า และการบริการ (Price) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มึ่ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือราคาที่พักมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ราคาค่าเดินทางของพาหนะในการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความเหมาะสม ด้านบุคคล (People) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มึ่ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือพนักงานมีความรู้ และความสามารถในการบริการที่ดี รองลงมาคือพนักงานมีความใส่ใจ และมีการบริการที่รวดเร็ว ด้านการจัดจำหน่าย (Place) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มึ่ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือท่านสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการได้หลายช่องทาง รองลงมาคือสินค้าที่ท่านบริโภคมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มึ่ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือท่านสามารถค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ง่ายจากสื่อออนไลน์ รองลงมาคือมีโปรโมชั่นของแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในช่วงเทศกาลที่น่าดึงดูด

4. ข้อมูลด้านปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

การวิจัยเรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ด้านป้ายบอกทางไม่ชัดเจนเลือกป้ายบอกทางน้อยเกินไป จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมา คือตัวหนังสือไม่ชัดเจน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ด้านอาชญากรรมเลือกมีจลาจล จำนวน 157 คน คิด

เป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือจีซีทรีพี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ด้านความปลอดภัยเลือกการขับขี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา คือยานพาหนะ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวไม่สะดวกเลือกเศษขยะกล่องข้าว ขวดน้ำ ถุง ขยะมูลฝอยต่างๆ วางทิ้งไว้ตามสถานที่ต่างๆ จำนวน 242 คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมา คือถังขยะตามแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ไม่เพียงพอ จำนวน 142 คิดเป็นร้อยละ 35.5

5. ข้อมูลด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

การวิจัยเรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ด้านการบริการเลือกความสะดวกสบายของการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา คือความสะดวกสบายของที่พักรในแหล่งท่องเที่ยวทิ้งไว้ตามสถานที่ต่างๆ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ด้านความปลอดภัยเลือกความปลอดภัยของที่พักรในแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา คือความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ด้านการสื่อสารเลือกความชัดเจนของข้อมูลการเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมา คือความชัดเจนของข้อมูลที่พักรในแหล่งท่องเที่ยว, ความชัดเจนของข้อมูลด้านราคาอาหาร และเครื่องดื่มในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ จำนวนอย่างละ 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ด้านป้ายบอกสถานที่ชัดเจนเลือกป้ายบอกทางมองเห็นง่าย ไม่อยู่ในจุดอันตราย จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมา คือป้ายบอกระยะทางของสถานที่ชัดเจน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ปัจจัย

การตลาดท่องเที่ยว ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ตามลำดับ โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (นายชนชัย พลอยสุกผล, 2547) เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 350 คน ส่วนใหญ่เพศหญิง 225 คน มีช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ต่ำกว่า 30,000 ดอลลาร์สหรัฐ

2. ปัจจัยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่าวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เข้ามาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด หาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยเครื่องบินมากที่สุด ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คนในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 5,001 – 10,000 บาท มีการวางแผนล่วงหน้าในการหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว จองที่พักมากที่สุด เลือกสถานที่พักเป็นโรงแรมมากที่สุด และจะกลับมาเที่ยวอีกครั้งมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Wang Zhouyaying, 2560) การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เคยมาเที่ยวพญา 1 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์มาเพื่อพักผ่อน ซึ่งมีเพื่อน/เพื่อนร่วมงานเดินทาง ซึ่งมาวันลาพักร้อนประจำปี โดยใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูล และส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถ BUS มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเที่ยวพญา 5,001 – 10,000 บาท มีการวางแผนล่วงหน้าในการจองที่พักหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พักในโรงแรม และจะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

3. ปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัด

จำหน่าย ด้านบุคคล และด้านการกำหนดราคาสินค้า และการบริการ ตามลำดับ โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product) เรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวต่างจากประเทศอื่นๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร ภาควิภาส และเบญญาภา กันทะวงส์วาร, 2559) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวยุโรป พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากท่องเที่ยวยุโรป ซึ่งในแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวยุโรปอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (เช่น แหล่งธรรมชาติวัฒนธรรม สถานบันเทิง ฯลฯ อาหาร และเครื่องดื่ม และสถานที่พัก โรงแรม

3.2 ด้านการกำหนดราคาสินค้า และการบริการ (Price) เรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือราคาที่พักรมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อิสวัต อยู่วัฒน์, 2553) การใช้ระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านราคา จากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับอิทธิพลมากที่สุด คือ มีการกำหนดราคาที่พักรชัดเจนในแต่ละรายการ/ โปรแกรม ราคามีความเหมาะสมกับการบริการ อัตราค่าเดินทาง การคิดราคาแบบยืดหยุ่น

3.3 ด้านบุคคล (People) เรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือพนักงานมีความรู้ และสามารถในการบริการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อิสวัต อยู่วัฒน์, 2553) การใช้ระดับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้อิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านพนักงาน/เจ้าหน้าที่ให้การเอาใจใส่ดี มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อหน้าที่ และไม่ลักขโมยทรัพย์สินของผู้รับบริการ

มีหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าพนักงาน/ ผู้ให้บริการ ได้ผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี โดยมีความรู้และความชำนาญตรงตามมาตรฐานวิชาชีพที่ได้ศึกษามา

3.4 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) เรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือท่านสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการได้หลายช่องทาง (อิสวัต อยู่วัฒน์, 2553) การให้ระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านช่องการให้บริการ จากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับอิทธิพลมากที่สุด คือด้านสถานที่ให้บริการไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และมีความปลอดภัยสูง รองลงมาคือ สถานที่บริการมีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งในเรื่องการพัฒนาสถานที่การจัดการจัดจำหน่ายในรูปแบบอื่นๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

3.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือท่านสามารถค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ง่ายจากสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อิสวัต อยู่วัฒน์, 2553) การให้ระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับอิทธิพลมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การได้รับข้อมูลมีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ และมีการแถมบริการเสริมพิเศษฟรี และมีการแนะนำจากพนักงาน/ เจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4. ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

4.1 ด้านป้ายบอกทางไม่ชัดเจน เรื่อง ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือป้ายบอกทางน้อยเกินไป มากที่สุด

4.2 ด้านอาชญากรรม เรื่อง ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มิจฉาชีพมากที่สุด

4.3 ด้านความปลอดภัย เรื่อง ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือการข่มขืนมากที่สุด

4.4 ด้านสถานที่ท่องเที่ยวไม่สะอาด ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือเศษขยะกล่องข้าว ขวดน้ำ ถัง ขยะมูลฝอยต่างๆ วางทิ้งไว้ตามสถานที่ต่างๆ มากที่สุด

5. ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

5.1 ด้านการบริการ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะดวกสบายของการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร์, 2552) ด้านการบริการ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานขอภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้ โดยมีการจัดสถานบริการที่มีมาตรฐาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกสะดวกสบายในการท่องเที่ยว

5.2 ด้านความปลอดภัย ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือความปลอดภัยของที่พักในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร์, 2552) ด้านความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่สำคัญนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด และเพื่อพัฒนาปัจจัยด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากขึ้น ซึ่งโดยปกติ และการที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจจะเดินทางไปยังบริเวณใดบริเวณหนึ่งนั้น สิ่งหนึ่งที่จะต้อง

คำนี้ถึง คือ ความปลอดภัย ซึ่งถ้าสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น มีปัญหาเรื่องความปลอดภัยเกิดขึ้น ย่อมมีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

5.3 ด้านการสื่อสาร ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความชัดเจนของข้อมูลการเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากที่สุด

5.4 ป้ายบอกสถานที่ชัดเจน ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือป้ายบอกทางมองเห็นง่าย ไม่อยู่ในจุดอับสายตามากที่สุด

ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

ด้านป้ายบอกทางไม่ชัดเจน รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควร ติดตั้งเพิ่มหรือติดตั้งให้ชัดเจน เนื่องจาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่า ป้ายบอกทางน้อยเกินไปทำให้เป็นปัญหากับการเดินทางท่องเที่ยว

ด้านอาชญากรรม รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดการกับปัญหามิจฉาชีพในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวกังวลแล้วเห็นด้วยมากที่สุดว่าเป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไข

ด้านความปลอดภัย ควรปรับปรุง บำรุงถนนหรือสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขับขี่เนื่องจาก การขับขี่เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นปัญหามากที่สุดในด้านความปลอดภัย

ด้านสถานที่ท่องเที่ยวไม่สะอาด รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นถึงการจัดการกับปัญหา เศษขยะกล่องข้าว ขวดน้ำ ถู ขยะมูลฝอยต่างๆ วางทิ้งไว้ตามสถานที่ต่างๆ มากที่สุด เนื่องจากเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นมากที่สุด

ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

ป้ายบอกสถานที่ชัดเจน ควรติดตั้งป้ายบอกทางให้มองเห็นง่าย ไม่อยู่ในจุดอับสายตา เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว

ด้านการสื่อสาร รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นถึงความชัดเจนของข้อมูลการเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการสื่อสารของนักท่องเที่ยวและเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเดินทาง

ด้านความปลอดภัย รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นถึงความปลอดภัยของที่พักในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดเนื่องจากแหล่งที่พักเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากเป็นส่วนตัวที่ควรต้องดูแลความปลอดภัยให้ดีที่สุด

ด้านการบริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกสบายของการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากที่สุดฉะนั้น หากเราเอื้ออำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในทุกๆ ด้านจะเป็นผลดีที่ทำให้นักท่องเที่ยวอาจจะกลับมาเที่ยวในประเทศไทยอีก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้จ่ายทางด้านสินค้าและบริการ เพื่อนำไปปรับปรุงสินค้าและบริการ ต่างๆ ให้ดีขึ้น

2. ควรทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กุลวดี ละม้ายจิน. (2551). หน้า.30-33. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา วัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ชนชัย พลอยศุภผล. (2547) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ . มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา.

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร ภาควิชา ภูมิ ภัควิภาส และเบญญาภา กันทะวงษ์วาร.(2559).พฤติกรรมและส่วน
ประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อเป็นแนว
ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ล้านนา.

อิสวัต อยู่วิวัฒน์. (2553). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพ
ของกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร.

Wang Zhouyaying. (2560). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อ
เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี