

อิทธิพลขององค์กรต่อความปลอดภัยด้านการบิน

Organizational Influence on Aviation Safety

ชนากร เอี่ยมปาน

Thanakorn Aiampan

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Doctor of Philosophy Program in Educational Administration, Sripatum University

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีการเติบโตสูงที่สุดในโลกและนโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรีในอาเซียนทำให้มีการขยายตัวของสายการบิน การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ประเทศไทยเป็นผู้รับผิดชอบในสาขาการท่องเที่ยวและการบินเนื่องจากความได้เปรียบทางลักษณะภูมิศาสตร์ ปัจจุบันอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยมีขนาดใหญ่โดยมีทั้งสายการบินประจำและสายการบินเช่าเหมาลำ ดังนั้นสายการบินต้องมีการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบและได้มาตรฐานการบินในระดับประเทศและระดับนานาชาติเพื่อให้เกิดความปลอดภัยด้านการบินและสามารถลดค่าใช้จ่ายจากการเกิดอุบัติเหตุ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายแนวทางการพัฒนาองค์กรการบินให้เกิดความปลอดภัย โดยใช้ทฤษฎีความปลอดภัยด้านการบินของ แชนเพลและวิกแมน ประกอบด้วย (1) การบริหารจัดการทรัพยากร (2) บรรยากาศขององค์กร (3) การจัดกระบวนการทำงานขององค์กร

คำสำคัญ: อิทธิพลขององค์กร, ความปลอดภัยด้านการบิน

Abstract

The airline industry in the Asia Pacific region has the highest growth in the world and the open skies policy in the region has made the expansion of the airline. The ASEAN Economic Community in 2015, Thailand was responsible for the field of tourism and aviation due to its geographic advantages. Now aviation industry in Thailand is massive with both regular airlines and charter airlines. Thus, airlines must have a corporate management system and standardized aviation nationally and internationally. To ensure that the safety of aviation and reduce cost of accidents. This article aims to describe the development of aviation organizations achieve safety. Using the theory of flight safety Shappell and Wiegmann include: (1) Resource Management (2) Climate (3) Process.

Keywords: Organizational Influence, Aviation Safety



บทนำ

บริษัทโบอิงพยากรณ์ว่าสายการบินจะมีเครื่องบินใหม่จำนวนมากกว่า 10,000 ลำในอีก 20 ปีข้างหน้า ซึ่งภายในปี พ.ศ.2576 อุตสาหกรรมการบินของโลกมีความต้องการบุคลากรมากกว่า 1 ล้านคน เช่น นักบินจำนวน 558,000 คน และช่างเทคนิคจำนวน 609,000 คน และบริษัทโบอิงมีผลการศึกษว่าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีการเติบโตด้านอุตสาหกรรมการบินสูงที่สุดในโลก โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเครื่องบินคิดเป็นร้อยละ 40 ของโลกและจะเกิดทำให้มูลค่าธุรกิจหมุนเวียนของอุตสาหกรรมการบินมูลค่าสูงอีกหลายเท่าตัวเมื่อเทียบกับปริมาณเครื่องบินที่สายการบินต่าง ๆ จะนำเข้ามาประจำการ โดยมีความต้องการบุคลากรด้านการบินจำนวนมาก เช่น นักบินจำนวน 226,000 คน และช่างเทคนิคจำนวน 224,000 คน (Boeing, 2015) การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community -- AEC) ในปี พ.ศ. 2558 นั้น จะทำให้อาเซียนมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือและเงินทุนอย่างเสรี สำหรับประเทศไทยได้เป็นผู้รับผิดชอบในสาขาการท่องเที่ยวและการบินเนื่องจากความได้เปรียบทางลักษณะทางภูมิศาสตร์และรัฐบาลมีแผนจะพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางการบินของอาเซียน เช่น การยกเลิกการสงวนสิทธิการบิน การเพิ่มเส้นทางการบินระหว่างประเทศ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งระหว่างสนามบินภายในประเทศภายใต้การบูรณาการก่อนการเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 นั้นมีข้อตกลงที่สร้างความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วให้กับภูมิภาคนี้ก่อนคือ “นโยบายน่านฟ้าเสรี” ซึ่งทำให้สายการบินต่าง ๆ ในภูมิภาคนี้ตื่นตัวกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ ซึ่งนโยบายน่านฟ้าเสรีดังกล่าวทำให้น่านฟ้าที่ถูกแบ่งกันด้วยกฎเกณฑ์ตามเขตอธิปไตยของแต่ละประเทศสามารถรวมกันเป็นตลาดการบินร่วมได้จริง พัฒนาการที่เด่นชัดที่สุด คือ การขยายตัวเชิงปริมาณและคุณภาพของสายการบินใหม่ๆ ในอาเซียน โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำที่เติบโตอย่างรวดเร็วในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา เช่น สายการบินนกแอร์ของไทย ไทเกอร์แอร์เวย์ของสิงคโปร์ เซบูแปซิฟิกของฟิลิปปินส์ โลอ็อนแอร์ของอินโดนีเซีย เป็นต้น

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยมีขนาดใหญ่มากประเมินว่ามีมูลค่าไม่ต่ำกว่าปีละ 4-5 แสนล้านบาทและมีบุคลากรที่เกี่ยวข้องหลายหมื่นคน ที่สำคัญการเติบโตรวดเร็วของสายการบินต้นทุนต่ำเข้ามาเปิดให้บริการตลอด 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2547-2557) โดยมีทั้งสายการบินประจำและสายการบินเช่าเหมาลำเพิ่มขึ้นจาก 18 สายการบินเป็น 61 สายการบิน ขณะที่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการถึงปีละ 80-90 ล้านคน เป็นการเติบโตที่สูงมากแบบก้าวกระโดด (ภาคิน นิมนานนวงศ์, 2558)

ดังนั้นเมื่อผู้โดยสารมีจำนวนเพิ่มขึ้นสูงมาก จึงทำให้สายการบินมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งสายการบินต้องมีการมาตรฐานการบินด้วยความปลอดภัย โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบเพื่อลดโอกาสที่เครื่องบินเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายแนวทางการพัฒนาองค์กรการบินให้เกิดความปลอดภัยโดยใช้ทฤษฎีด้านความปลอดภัยการบินของ แชปเพลและวิกแมน (Shappell & Wiegmann, 2003)

ความสำคัญของความปลอดภัยทางการบินในเชิงเศรษฐศาสตร์

ความปลอดภัยทางการบิน คือ การปฏิบัติภารกิจทางการบินสำเร็จโดยไม่มีการสูญเสียทรัพย์สินและชีวิตของผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์การการบินต้องมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อป้องกันอากาศยานเกิดอุบัติเหตุ เมื่ออากาศยานเกิดอุบัติเหตุขึ้นจะมีค่าใช้จ่ายประกอบด้วย

1. ค่าใช้จ่ายของความเสียหาย คือ ค่าใช้จ่ายในการประกันภัย ซึ่งสายการบินจะกระจายความเสี่ยงออกไปโดยจ่ายค่าเบี้ยประกันภัยให้กับบริษัทประกันภัยและเมื่ออากาศยานเกิดอุบัติเหตุบริษัทประกันภัยจะชดเชยและครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปถ้าสายการบินไม่เคยมีอากาศยานอุบัติเหตุค่าใช้จ่ายของความเสียหายของสายการบินจะมีค่าต่ำสุดและเป็นค่าคงที่ในการทำธุรกิจการบิน แต่ถ้าสายการบินเกิดอากาศยานอุบัติเหตุบ่อย ๆ ค่าใช้จ่ายของความเสียหายจะเพิ่มมากขึ้นด้วย

2. ค่าใช้จ่ายทางอ้อม คือ ค่าเสียเวลา ความไม่สะดวกและความสามารถในการปฏิบัติงานของเครื่องบิน โดยสายการบินจะเสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจ

3. ค่าใช้จ่ายทางอ้อมเมื่ออากาศยานเกิดอุบัติเหตุ คือ ค่าใช้จ่ายในการสอบสวนอากาศยานอุบัติเหตุ ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมลูกเรือขึ้นมณฑลแทน ค่าใช้จ่ายให้ญาติของผู้โดยสารที่เสียชีวิต ค่าสูญเสียอุปกรณ์ในการปฏิบัติการ การสูญเสียชื่อเสียงในการดำเนินธุรกิจ ค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติตามคำแนะนำหรือข้อแก้ไขให้เกิดความปลอดภัย (สมชนก เทียมเทียบรัตน์, 2550) ดังนั้นความปลอดภัยทางการบินเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดขององค์การการบิน โดยองค์การการบินต้องดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อป้องกันไม่ให้อากาศยานเกิดอุบัติเหตุในการปฏิบัติการบิน และจะทำให้องค์การการบินลดความสูญเสียต่างๆ หรือประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่ออากาศยานเกิดอุบัติเหตุได้อย่างมาก

มาตรฐานการบินระหว่างประเทศ

มาตรฐานการบินขนส่งทางอากาศอยู่ภายใต้กฎระเบียบเงื่อนไขหลายประการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน ป้องกันอากาศยานเกิดอุบัติเหตุและสร้างความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการบิน ปัจจุบันมีองค์การระดับสากลด้านมาตรฐานการบิน 4 องค์การ ได้แก่

1. องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (international civil aviation organization-ICAO) เป็นองค์การพิเศษของสหประชาชาติก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2487 ซึ่งเป็นหน่วยงานกลางระหว่างประเทศภาคีสมาชิก ปัจจุบันมีประเทศสมาชิกกว่า 191 ประเทศ โดยองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศมีหน้าที่กำหนดมาตรฐานและวิธีการปฏิบัติที่ใช้ในการบินทุกประเภทและมีการจัดทำในลักษณะเป็นข้อตกลงระหว่างนานาประเทศ รวมทั้งออกระเบียบ ข้อบังคับการเดินทาง การออกประกาศนียบัตรและการตรวจสอบเครื่องบิน การกำหนดคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ประจำเครื่องบินและเจ้าหน้าที่ฝ่ายช่างเครื่อง กำหนดลักษณะของท่าอากาศยาน กำหนดมาตรฐานระบบสื่อสารและวิทยุช่วยบิน กิจกรรมสุเคราะห์คนเข้าเมือง ตลอดจนข้อบังคับว่าด้วยสุขภาพของผู้โดยสาร เครื่องบินสินค้าและพัสดุลำเลียง ซึ่งมาตรฐานการบินขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ ถือเป็นมาตรฐานขั้นพื้นฐานในการทำการเดินอากาศและการรักษามาตรฐานด้านความปลอดภัยในการขนส่งทางอากาศ

โดยกรรมการบินพลเรือนของประเทศภาคีจะต้องนำมามาตรฐานและข้อเสนอแนะตามภาคผนวกทั้ง 18 ผนวกเป็นหลักนำไปปฏิบัติอย่างเคร่งครัดและมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษามาตรฐานความปลอดภัยด้านการบินทั่วโลก ซึ่งองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศจะมีการประเมินตรวจสอบกรรมการบินพลเรือนของแต่ละประเทศ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าประเทศต่างๆ ยังคงรักษามาตรฐานได้อย่างดี (International civil aviation organization, 2015)

2. สำนักงานบริหารการบินแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (Federal Aviation Administration--FAA) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2501 โดยมีหน้าที่กำกับดูแลการขนส่งทางอากาศภายใต้หน่วยงานของสหรัฐอเมริกา และทำการตรวจสอบกรรมการบินพลเรือนของแต่ละประเทศที่มีสายการบินเดินทางเข้าสหรัฐอเมริกา โดยการออกใบอนุญาตและกำกับดูแลรักษามาตรฐานความปลอดภัยด้านการบินภายใต้โครงการ International Aviation Safety Assessment--IASA ได้ทำการตรวจสอบตาม Federal Aviation Regulation-FAR ซึ่งเป็นระเบียบของสำนักงานบริหารการบินแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา ถ้าสำนักงานบริหารการบินแห่งชาติของสหรัฐอเมริกาพบว่าประเทศใดไม่ได้ตามมาตรฐานการบินหรือบกพร่องในการรักษามาตรฐานด้านความปลอดภัยอาจพิจารณาระงับหรือเพิกถอนใบอนุญาต โดยไม่ให้สายการบินนั้นเดินทางเข้าประเทศสหรัฐอเมริกาได้ ซึ่งมาตรฐานการบินของสำนักงานบริหารการบินแห่งชาติของสหรัฐอเมริกามีการปรับให้เข้มงวดมากขึ้นกว่ามาตรฐานการบินขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ ในหลายด้าน (Federal Aviation Administration, 2015)

3. องค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (European Aviation Safety Agency-EASA) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2548 เป็นองค์การที่ถ่ายโอนการกำกับดูแลในส่วนของออกใบอนุญาต การผลิตและการซ่อมบำรุงมาจาก Joint Aviation Authorities--JAA โดยมีหน้าที่ คือ การดำเนินการให้มีกฎระเบียบด้านความปลอดภัยในการเดินอากาศที่เป็นมาตรฐานเดียวกันของสหภาพยุโรป ซึ่งกฎและการดำเนินการขององค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรปมีผลบังคับทางกฎหมายสำหรับประเทศสมาชิกและทำการตรวจสอบเครื่องบินเข้าน่านฟ้า

ของประเทศสมาชิก กรณีที่สายการบินหรือประเทศที่ไม่ผ่านการประเมินอาจถูกพิจารณาการบินเข้า่านฟ้าของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปได้องค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรปทำการตรวจสอบตาม Safety Assessment of Foreign Aircraft--SAFA โดยทำการตรวจสอบตามภาคผนวกของอนุสัญญาชิคาโกว่าได้มาตรฐานต่างๆ ขององค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรปที่เรียกว่า Joint Aviation Regulation--JAR โดยมาตรฐานขององค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรปถูกกำหนดมาให้สอดคล้องกับมาตรฐานของ Federal Aviation Regulation--FAR ของสำนักงานบริหารการบินแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมาก่อนแต่มีการปรับปรุงเนื้อหาบางส่วนให้เหมาะสมมากขึ้นและรัดกุมยิ่งขึ้นเมื่อเทียบกับองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ หรือสำนักงานบริหารการบินแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้มาตรฐานขององค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรปเป็นมาตรฐานที่มีการบังคับใช้กว่าร้อยละ 70 ของโลก โดยนอกจากประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปแล้วยังมีประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศออสเตรเลีย (European Aviation Safety Agency, 2015)

4. สมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transportation Association--IATA) เป็นองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศที่ดำเนินงานโดยเอกชน มีสมาชิกมากกว่า 140 ประเทศ จำนวน 240 สายการบิน ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2488 โดยมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมความปลอดภัยด้านการขนส่งทางอากาศ อำนวยความสะดวกในการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า ออกนโยบายเรื่องการจัดจำหน่ายตั๋ว การตรวจสอบสัมภาระ และการดูแลเอกสารให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก โดยสายการบินหรือองค์กรที่อยู่ในสมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ จากการเป็นสมาชิก คือ การฝึกอบรมพนักงาน ซึ่งมีการจัดทำหลักสูตรที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจการขนส่งทางอากาศ พร้อมทั้งได้มอบหมายและจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมของสมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เช่น สมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทย (TAFA) ให้บริการหลักสูตร basic cargo tariff หลักสูตร dangerous good regulation และหลักสูตร

English for Air Business (International Air Transportation Association, 2015)

ดังนั้นองค์การการบินหรือสายการบินต้องมีมาตรฐานการบินทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ โดยองค์การการบินต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบเงื่อนไขต่างๆ และมีมาตรฐานกำกับดูแลที่เข้มงวด เนื่องจากความเสี่ยงด้านความปลอดภัยหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดต่าง ๆ ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสียหายที่ร้ายแรงเป็นวงกว้างต่อผู้โดยสาร สินค้า เจ้าหน้าที่ สาธารณชน อีกทั้งยังมีความอ่อนไหวต่อความมั่นคงของแต่ละประเทศอีกด้วย โดยมาตรฐานการบินขนส่งทางอากาศในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับข้อกำหนดการกำกับดูแลโดยกรมการบินพลเรือนของประเทศนั้น ๆ และยังมีองค์กรระดับสากลที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อวางกฎระเบียบข้อบังคับ กำหนดมาตรฐานและวิธีปฏิบัติที่ใช้ในกิจการการบินระหว่างประเทศ

ทฤษฎีความปลอดภัยด้านการบิน

แชปเพลและวิกแมน (2003) ได้เสนอแนวคิดว่ามีอิทธิพลขององค์กร (organizational influences) เป็นองค์ประกอบหลักที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์การการบินให้เป็นระบบเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุของอากาศยาน โดยมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ

1. การบริหารจัดการทรัพยากร (resource management) คือ การดำเนินงานจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคล งบประมาณ เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) การบริหารทรัพยากรบุคคล (human) คือ การดำเนินงานด้านบุคลากรภายในองค์การการบินตามมาตรฐานสากล (2) การบริหารงบประมาณ (monetary) คือ การดำเนินงานด้านการจัดทำบัญชีจัดสรรค่าใช้จ่ายเงินในกิจการการบินให้ครบถ้วน (3) การบริหารเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก (equipment and facility) คือ การดำเนินการจัดการอุปกรณ์เครื่องมือให้ถูกต้องตรงตามความต้องการและได้มาตรฐาน

2. บรรยากาศขององค์กร (climate) คือ สภาพหรือลักษณะโครงสร้างองค์กร นโยบายองค์กร และวัฒนธรรมองค์กร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) โครงสร้างองค์กร (structure) คือ การจัดส่วนการทำงานให้เหมาะสมอย่าง

เป็นทางการ ทั้งขนาด จำนวนหน่วยงาน รวมทั้งแบ่งมอบอำนาจและความรับผิดชอบโดยชัดเจน (2) นโยบายองค์กร (policies) คือ ข้อความที่ช่วยชี้นำการตัดสินใจอนาคตขององค์กร หรือวิธีปฏิบัติ (3) วัฒนธรรมองค์กร (culture organization) คือ สิ่งที่มีบุคคลในองค์กรเต็มใจยึดถือปฏิบัติกันตามมาในแนวทางเดียวกัน เป็นกฎเกณฑ์ที่ยึดถือกันเอง

3. การจัดกระบวนการทำงานขององค์กร (process) คือ การดำเนินการจัดส่วนปฏิบัติการ ส่วนระบบขั้นตอนปฏิบัติ และส่วนตรวจสอบ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับการทำงาน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) การจัดส่วนปฏิบัติการ (operations) คือ การจัดส่วนทำงานหลักขององค์กรให้ได้ตามมาตรฐานงานและเป็นระบบ (2) การจัดส่วนระบบขั้นตอนปฏิบัติ (procedures) คือ การจัดวิธีการในการทำงานขององค์กรอย่างเป็นทางการ (3) การจัดส่วนตรวจสอบ (oversight) คือ การประเมิน การติดตาม และการตรวจสอบการบริหารจัดการภายในขององค์กร และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการทำงาน

แนวทางการพัฒนาองค์กรการบินให้เกิดความปลอดภัย

องค์กรการบินมีเป้าหมาย คือ ความสำเร็จของการปฏิบัติการการบินพร้อมด้วยความปลอดภัย โดยองค์กรการบินต้องลงทุนทางด้านนิรภัยการบินหรือดำเนินการต่าง ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้อากาศยานเกิดอุบัติเหตุ (สำนักงานนิรภัยทหารอากาศ, 2551) และองค์กรการบินต้องผ่านมาตรฐานการบินของกรมการบินพลเรือนของประเทศ ดังนั้นองค์กรการบินต้องมีกลยุทธ์เฉพาะในแต่ละด้านที่ชัดเจน และจากแนวคิดของแซปเพลและวิกแมน (2003) ได้เสนอว่า อิทธิพลขององค์กร (organizational influences) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อระบบการป้องกันอากาศยานอุบัติเหตุ โดยมีแนวทางการพัฒนาองค์กรการบินให้เกิดความปลอดภัย ดังนี้

1. ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (human) นั้นองค์กรการบินต้องดำเนินการคัดเลือกบุคลากรตามสมรรถนะของตำแหน่งงานอย่างเข้มงวด เช่น นักบินต้องพิจารณาตามศักยภาพทางด้านร่างกาย จิตวิทยาการบิน และความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญอย่างยุติธรรมโปร่งใส มีกระบวนการเรียนรู้และฝึกหัดในโรงเรียนการบินที่ได้มาตรฐานสากล การคัดสรรแต่งตั้งโดยพิจารณาผลการฝึกบินความรู้

ความสามารถในการปฏิบัติงาน มีการสนับสนุนให้มีการศึกษาหาความรู้หรือการจัดฝึกอบรมต่าง ๆ ตามมาตรฐานงาน มีการจัดสรรบุคลากรให้เพียงพอในการทำงาน และองค์กรการบินต้องพิจารณาค่าตอบแทนสิทธิต่าง ๆ ของบุคลากรอย่างเหมาะสมเพื่อขวัญกำลังใจในการทำงาน

2. ด้านการบริหารงบประมาณ (monetary) นั้นองค์กรการบินดำเนินการจัดงบประมาณเพื่อจัดกิจกรรมด้านนิรภัยการบินและภาคพื้น การฝึกบินเครื่องบินจำลอง การฝึกบินเดินทาง การซื้อเครื่องมือเครื่องใช้ การศึกษาหลักสูตรต่าง ๆ รวมทั้งการจัดสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อให้สามารถรักษาความรู้ทักษะการบินและการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร

3. การบริหารเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก (equipment and facility) นั้นองค์กรการบินดำเนินการจัดหาอุปกรณ์เครื่องมือให้ถูกต้อง การเก็บรักษาอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐานสากล การจัดสรรเครื่องมือให้มีความพอเพียงสำหรับการใช้งาน รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการข้อมูลในองค์กร

4. โครงสร้างองค์กร (structure) นั้นองค์กรการบินต้องออกแบบองค์กรให้มีจำนวนหน่วยงานที่เหมาะสมกับปริมาณงาน การแบ่งกลุ่มงาน การแบ่งมอบอำนาจและความรับผิดชอบโดยชัดเจน เช่น ส่วนปฏิบัติการบิน ส่วนการช่าง และส่วนสนับสนุนการบิน เป็นต้น

5. นโยบายองค์กร (policies) นั้นองค์กรการบินต้องมีนโยบายที่ชัดเจนมีความเหมาะสมและสามารถปฏิบัติให้เป็นจริงได้โดยมีการชี้แจงให้บุคลากรในหน่วยงานต่าง ๆ รับรู้ เช่น ด้านการบินต้องไม่มีอากาศยานเกิดอุบัติเหตุ

6. วัฒนธรรมองค์กร (culture organization) นั้นองค์กรการบินต้องกำหนดค่านิยมหรือสร้างวัฒนธรรมในการปฏิบัติงานให้เป็นแนวทางเดียวกัน เช่น การปฏิบัติงานตามมาตรฐานสากล ความเป็นธรรมภายในองค์กร ความรักองค์กร

7. การจัดส่วนปฏิบัติการ (operations) นั้นในองค์กรการบินเป็นส่วนงานหลักต้องมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ตามมาตรฐานสากล

8. การจัดส่วนระบบขั้นตอนปฏิบัติขององค์กร

(procedures) นั้นองค์การการบินจัดวิธีการในการทำงานขององค์กรอย่างเป็นทางการตามมาตรฐานสากล เช่น คู่มือตรวจสอบมาตรฐานการบิน คู่มือการบิน คู่มือการซ่อมบำรุงและระเบียบปฏิบัติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต้องมีความชัดเจนในการปฏิบัติงาน และได้รับการยอมรับจากหน่วยงานของรัฐด้านการบิน

9. การจัดส่วนตรวจสอบ (oversight) นั้นองค์การการบินต้องมีการประเมิน การติดตาม และการตรวจสอบการบริหารจัดการภายในขององค์กร สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการทำงาน เพื่อให้เกิดความแน่ใจในความปลอดภัยของการทำงาน เช่น คณะกรรมการสอบสวนอากาศยานอุบัติเหตุ คณะกรรมการตรวจสอบมาตรฐานการบิน คณะกรรมการนิรภัยการบินและภาคพื้น

บทสรุป

บริษัทโบอิงมีผลการศึกษาว่าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีการเติบโตด้านอุตสาหกรรมการบินสูงที่สุดในโลก และมีนโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรีในอาเซียนทำให้มีการขยายตัวเชิงปริมาณและคุณภาพของสายการบินใหม่ๆ ในอาเซียนโดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำที่เติบโตอย่างรวดเร็ว จากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะเกิดขึ้นปลายปี 2558 นั้นสำหรับประเทศไทยเป็นผู้รับผิดชอบในสาขาการท่องเที่ยวและการบินเนื่องจากความได้เปรียบทางลักษณะทางภูมิศาสตร์ ปัจจุบันอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยมีขนาดใหญ่โดยมีทั้งสายการบินประจำและสายการบินเช่าเหมาลำเพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการเพิ่มขึ้นสูงมากแบบก้าวกระโดด องค์การการบินต้องดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

หรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดต่าง ๆ ซึ่งอาจนำไปสู่การเกิดอุบัติเหตุและอุบัติเหตุนั้นและเมื่ออากาศยานเกิดอุบัติเหตุขึ้นจะมีค่าใช้จ่ายประกอบด้วย (1) ค่าใช้จ่ายของความเสี่ยง (2) ค่าใช้จ่ายทางอ้อม (3) ค่าใช้จ่ายทางอ้อมเมื่ออากาศยานเกิดอุบัติเหตุ โดยสายการบินต้องมีการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบและให้ได้มาตรฐานการบินในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ได้แก่ (1) องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization--ICAO) (2) สำนักงานบริหารการบินแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (Federal Aviation Administration--FAA) (3) องค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (European Aviation Safety Agency--EASA) (4) สมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transportation Association--IATA) จากทฤษฎีความปลอดภัยด้านการบินของแชปเพลและวิกแมน (2003) มาประยุกต์เป็นแนวทางการพัฒนาองค์การการบินให้เกิดความปลอดภัย โดยมีเป้าหมาย คือความสำเร็จของการปฏิบัติการกิจพร้อมด้วยความปลอดภัย คือ (1) การบริหารจัดการทรัพยากร (resource management) ประกอบด้วย การบริหารทรัพยากรบุคคล (human) การบริหารงบประมาณ (monetary) การบริหารเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก (equipment and facility) (2) บรรยากาศขององค์กร (climate) ประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร (structure) นโยบายองค์กร (policies) วัฒนธรรมองค์กร (3) การจัดการกระบวนการทำงานขององค์กร (process) ประกอบด้วย การจัดการส่วนปฏิบัติการ (operations) การจัดการส่วนระบบขั้นตอนปฏิบัติ (procedures) การจัดการส่วนตรวจสอบ (oversight)



References

- Boeing. (2015). *Long-term market current market outlook 2015-2034*. Retrieved from <http://www.boeing.com/commercial/market/long-term-market/pilot-and-technician-outlook/>
- European Aviation Safety Agency. (2015). *European aviation safety agency*. Retrieved from <https://easa.europa.eu/>
- Federal Aviation Administration. (2015). *Federal aviation administration*. Retrieved from <http://www.faa.gov/>
- International Air Transportation Association. (2015). *International air transportation association*. Retrieved from <http://www.iata.org/Pages/default.aspx>
- International Civil Aviation Organization. (2015). *International civil aviation organization*. Retrieved from <http://www.icao.int/Pages/default.aspx>
- Nimmannorrawong, P. (2015). *Future and challenges of the aviation business in ASEAN*. Retrieved from <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/553708> (in Thai)
- Safety Center Royal Thai Air Force. (2008). *Application of the human factors analysis and classification system in aircraft accident prevention*. Bangkok: Air Force. (in Thai)
- Shappell, S. A., & Wiegmann, D. A. (2003). *A human error approach to aviation accident analysis*. England: Ashgate.
- Teamtaprat, S. (2007). *Introduction to aviation safety*. Bangkok: Tipvisut. (in Thai)



พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น

Thai Tourists' Behavior Travelling to Korea or Japan

ชญชนก แวแคว้ และอรุณี อินทรไพโรจน์

Thanchanok Waewkaew and Arunee Intrapairot

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Master of Business Administration Program, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test และ Chi-Square ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยวคือการพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยวในระยะสั้นไม่เกิน 5 วัน ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาท แหล่งข้อมูลประกอบการท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ต นิยมท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว ช่วงเวลาการเดินทางมีทั้งวันทำงานและวันหยุด นิยมเดินทางร่วมกับเพื่อนมากที่สุด การเดินทางใช้บริการบริษัทที่มากกว่าการจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เดินทางโดยเที่ยวบินทั่วไป ด้วยสายการบินไทยมากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ พาหนะที่ใช้ในประเทศได้แก่รถบัส และรถไฟ อุปสรรคคือการใช้ภาษา กิจกรรมอื่นที่สามารถทดแทนคือการท่องเที่ยวภายในประเทศและการฝากธนาคารเพื่อออมเงิน ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ราคา การส่งเสริมการขายและนโยบายการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว โดยเฉพาะนโยบายการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว สำหรับปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามและทัศนียภาพ การยกเว้น วิชา สภาพภูมิอากาศ ค่าตั๋วเครื่องบิน การดูแลของบริษัทยักษ์ และการประชาสัมพันธ์ของประเทศ ผลการศึกษาสามารถนำไปส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมถึงดึงดูดให้คนไทยกลับมานิยมท่องเที่ยวภายในประเทศ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวต่างประเทศ, ประเทศเกาหลี, ประเทศญี่ปุ่น

Abstract

This study on Thai tourists' behavior travelling to Korea or Japan aims to study the factors that influence the travel behavior of Thai tourists travelling to Korea or Japan. The data were collected from 400 samples. Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, -test and Chi-Square were employed for data analysis. The study reveals that the main purposes of the travelling are relaxation. The travelling period is a short term period of no more than five days with the expense (expenditures) of from 20,000 to 30,000 baht, approximately. The internet is the main source of information. The travelling period can be arranged on weekdays; however weekends and the winter season are the most popular periods. Most travelers travel with friends and prefer travelling agency services to self-arrangement. These tourists also prefer to travel with Thai Airways package services rather than on low-cost airlines. The domestic

transportation used are buses and trains. The main travelling barrier is language. Domestic travelling and bank deposits to save money can be substituted for Korea or Japan travelling. The main factors influencing travelling behavior include tourist attractions, price, promotion and tourism marketing promotion policies. The secondary factors influencing travelling behavior area esthetic scenery, visa exemptions, climate, airfare prices and the hospitality of the host countries. The results of this study can be applied to improve travel agencies' services, promote Thai tourism to increase the number of foreign tourists, and attract Thai people for domestic tourism.

Keywords: traveling behavior, outbound tourism, Korea, Japan



บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโลก โดยเติบโตเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศ ในหลายประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงตลอดทศวรรษที่ผ่านมาถือเป็นพลังขับเคลื่อนที่มีบทบาทชัดเจนในการกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้ และการลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องมากมาย เป็นการสร้างความมั่งคั่งให้กับประชาชนและประเทศชาติ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวไทย

แต่พิจารณาสถานการณ์ปัจจุบันพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะการแข่งขันในด้านคุณภาพ การให้บริการ การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ดังนั้นหากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจแล้ว ย่อมมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมคุณภาพของสินค้าการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อให้เป็นมาตรฐานสากล

ประเทศไทยได้มีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากลเป็นเวลานาน ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นประเทศจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกนิยมเดินทางมา ทั้งเพื่อการพักผ่อน และการเป็นส่วนเสริมจากการเดินทางเพื่อทำธุรกิจ การประชุม ดังนั้นหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวขาเข้า (inbound tourism) และการท่องเที่ยวภายในประเทศ (domestic tourism) เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการและรองรับ

นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ รวมถึงนักท่องเที่ยวไทย ที่นิยมเดินทางภายในประเทศ

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ หรือการท่องเที่ยวขาออก เริ่มมีจำนวนมากขึ้น โดยปัจจัยที่เกื้อหนุนคือการเติบโตของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ความสะดวกด้านวีซ่า การเดินทาง การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวต่างประเทศของธุรกิจสายการบินและบริษัทนำเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปในประเทศนั้นๆ รวมถึงความต้องการหาสิ่งแปลกใหม่ และความท้าทาย สัมผัสกับความแตกต่างของลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ สภาพแวดล้อม ปัจจัยดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญที่กระตุ้นให้มนุษย์มีความต้องการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายต่างๆ ทั่วโลก จากกระแสและความนิยมของตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงทำให้คนไทยบางส่วนเกิดพฤติกรรมในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศมากกว่าที่จะท่องเที่ยวภายในประเทศ

ประเทศเกาหลีและญี่ปุ่นเป็นประเทศปลายทางยอดนิยมของคนไทย คิดอันดับ 1 ใน 5 ประกอบกับในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและสายการบิน โดยเฉพาะกลุ่มสายการบินต้นทุนต่ำต่างให้ความสำคัญในการทำกลยุทธ์การตลาด จูงใจนักท่องเที่ยวและทั้งสองประเทศสามารถเข้าไปท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องขอหนังสือเดินทางเข้าประเทศจึงทำให้สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เพราะจากการศึกษาพบว่า การศึกษาการ

ท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism) ยังมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการศึกษาในประเทศที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวของคนต่างชาติในประเทศ ประเทศที่เลือกศึกษาคือประเทศเกาหลี หรือ ญี่ปุ่น เพราะเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มการเดินทางเพิ่มขึ้น ทั้งการเดินทางกับธุรกิจนำเที่ยว และท่องเที่ยวด้วยตนเอง ผลได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบนโยบาย ปรับกลยุทธ์ การวางแผนพัฒนาแผนการตลาดท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมจะแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) ความรู้ด้านการท่องเที่ยวขาออก ประกอบด้วย ปัจจัยที่ทำให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเกาหลี หรือ ญี่ปุ่น ปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และ (2) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักในปัจจุบันที่ทราบดีให้กับประเทศเป็นจำนวนมากมหาศาลซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้น โดยทั่วไปเรียกว่าสินค้าบริการ นักท่องเที่ยวไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าได้ ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในบริการนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของผู้ซื้อที่เลือกซื้อบริการของการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผ่อนคลายความเคร่งเครียดจากการทำงานได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ การสัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากการดำเนินชีวิต รวมถึงการมีส่วนร่วมสร้างความเข้าใจระหว่างผู้คนของแต่ละประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2524)

การท่องเที่ยวขาออก เป็นการเดินทางออกนอกประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตน เพื่อไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ๆ เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยเดินทางออกไปท่องเที่ยวยังประเทศเกาหลี ญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ เป็นต้น โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization, 2012, p. 6) ได้ให้นิยามไว้ว่า บุคคลที่เดินทางจากพำนักของตนไปอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี ด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อหารายได้ ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้นิยามไว้ว่า บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อประกอบการทำกิจกรรมต่างๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดการจ้างงานของประเทศนั้น

ปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ได้แก่ การเติบโตของธุรกิจสายการบินต่ำที่เพิ่มเส้นทางการบินจากไทยไปยังต่างประเทศ ความสะดวกด้านวีซ่า โดยเฉพาะหลังจากที่ประเทศญี่ปุ่นยกเว้นวีซ่าท่องเที่ยวระยะสั้นให้กับคนไทย ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2556 รวมไปถึงการแข่งขันของบริษัทนำเที่ยว โดยเฉพาะราคาแพ็คเกจทัวร์ เพื่อดึงดูดให้กลุ่มคนไทยที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

ปัจจัยที่ทำให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี เนื่องจากเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสมัยใหม่ โดยการเดินทางไปประเทศเกาหลีของคนไทย เป็นการได้รับอิทธิพลมาจาก อาหาร ภูมิอากาศ สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งช้อปปิ้ง ภาพยนตร์ ละคร ดาราและนักร้องยอดนิยม เทคโนโลยีที่ทันสมัย และการยกเว้นวีซ่า

ปัจจัยที่ทำให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากภูมิประเทศที่สวยงาม วัฒนธรรม ประเพณี และอสังหาริมทรัพย์ต้อนรับผู้มาเยือน การยกเว้นวีซ่าท่องเที่ยวระยะสั้นให้แก่คนไทย ทำให้การเดินทางไปเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้สายการบินมองเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจอย่างสายการบินไทยแอร์เอเชียเอ็กซ์ (Air Asia X) ได้เปิดเที่ยวบินตรงสู่ประเทศญี่ปุ่น พร้อมกัน 2 เส้นทาง คือ กรุงเทพฯ-โตเกียว และกรุงเทพฯ-โอซาก้า

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีลักษณะเป็น กระบวนการ โดยเริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการ ในการเดินทางท่องเที่ยว จึงหาวิธีการตอบสนองความต้องการดังกล่าว ด้วยการตัดสินใจเลือกส่วนประกอบ ของการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก รถโดยสาร เป็นต้น จนสามารถเกิดการเดินทางท่องเที่ยวขึ้น (เลิศพร ภาระสกุล, 2555, หน้า 159)

พฤติกรรมการซื้อบริการการท่องเที่ยวมีลักษณะ เช่นเดียวกับ พฤติกรรมของผู้ซื้อทั่วไป โดยจุดเริ่มต้นของ โมเดลนี้อยู่ที่สิ่งกระตุ้น (stimulus) ได้แก่ ส่วนผสมการตลาด และปัจจัยอื่นๆ เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี วัฒนธรรม และกฎหมายและการเมือง เป็นต้น สิ่งกระตุ้น ก่อให้เกิดการตอบสนอง (response) ที่จะซื้อสินค้า หรือ บริการ โดยสิ่งกระตุ้นนี้จะส่งผ่านไปยังความรู้สึกนึกคิด ของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องดำ (black box) ที่ผู้ขาย ไม่สามารถคาดคะเนได้ และความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการ ตอบสนองจากผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจจากผู้ซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2539, หน้า 110)

องค์ประกอบที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (tourism resource) บริการท่องเที่ยว (tourism service) และตลาดการท่องเที่ยว (tourism market or tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น สภาพทางกายภาพและ ระบบนิเวศน์ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคม วัฒนธรรม องค์กร และกฎหมาย เป็นต้น ความแตกต่างขององค์ประกอบย่อยก่อให้เกิดรูปแบบ การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลักได้แก่ (1) ปัจจัยทางสังคมและ เศรษฐกิจ เช่น อายุ รายได้ เพศ และการศึกษา เป็นต้น (2) ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ค่าใช้จ่าย เวลาในการเดินทาง และความตั้งใจที่เดินทาง (3) ปัจจัย ภายใน เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ (4) ปัจจัย ภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจและการเมือง ชื่อเสียง

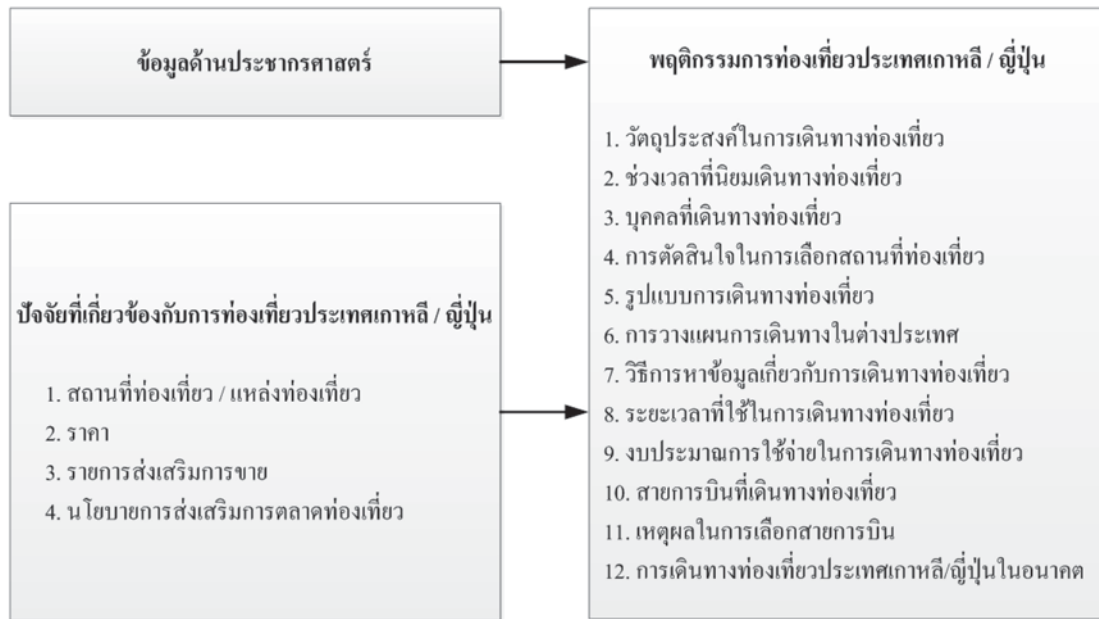
ความนิยมในการท่องเที่ยว ความสะดวกด้านคมนาคม เป็นต้น ปัจจัยทั้งสี่ มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือก สถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว โดยปัจจัยทางสังคม และเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยหลักของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน และเปลี่ยนแปลง ได้ตลอดเวลา

งานวิจัยเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวขาออก มีผู้ศึกษา ไม่มากนัก งานวิจัยที่เกี่ยวข้องคือการเดินทางท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง และประเทศยุโรป

อดิگانต์ ไพโรจน์พิริยะกุล (2553) ศึกษาปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือก เดินทางท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองดังกล่าวมากที่สุด คือ โปรแกรม การท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวในยุโรปเป็นการศึกษา ของ วิชชุ ชัยพินิจ (2551) เรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในยุโรป ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่สำรวจส่วนใหญ่มี รายได้สูง (40,001 ถึง 70,000 บาทต่อเดือน) เป็นการเดินทางไปยุโรปครั้งแรก นิยมเดินทางในช่วงเวลาหยุดงาน อุบัติการณ์สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในยุโรป คือ ค่าใช้จ่ายสูง ภาษา และการขอหนังสือเดินทางเข้าประเทศ

จากงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวขาออกที่มี จำนวนน้อย ขณะที่ความนิยมการเดินทางท่องเที่ยว ต่างประเทศของคนไทยเพิ่มมากขึ้น การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น จึงมีความน่าสนใจ เพราะ ผลการศึกษามีส่วนช่วยให้เกิดความเข้าใจพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศเพราะปัจจัย และแรงจูงใจของการตัดสินใจเดินทางในแต่ละประเทศ ก็มีความแตกต่างกัน ผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวหรือผู้ที่สนใจในการกำหนด นโยบายเพื่อพัฒนาและปรับปรุงในการวางแผน การจัดทำ กลยุทธ์ ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวภายใน ประเทศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ มีผลกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี หรือ ญี่ปุ่น ซึ่งสามารถตอบคำถามด้วยตนเอง โดยอ้างอิงจากผลรวมสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางออกนอกประเทศ ในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม 2556 แบบเหมาจ่าย (package tour) และแบบอิสระ (non package tour) ทั้งสิ้น 391,090 ราย เพื่อนำมากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบดีจำนวนประชากร (Krejcie and Morgan, 1970) จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 384 ราย และผู้วิจัยสำรองไว้อีก 16 ราย รวมกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย เนื่องจากผู้ที่เดินทางไปประเทศ

เกาหลีหรือญี่ปุ่น ผู้เดินทางผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีจำนวนมากกว่าท่าอากาศยานดอนเมือง จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยแบ่งเก็บข้อมูลผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 250 คน และผ่านท่าอากาศยานจำนวน 150 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถาม โดยมีคำถามชนิดเลือกตอบ (คำถามปลายปิด) และปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาตำราเอกสาร บทความ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะข้อคำถามในแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแจกแบบสอบถาม ด้วยวิธีเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง มีขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย

ที่ไปท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่น ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารวิชาการ บทความ และข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากเว็บไซต์ต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. นำข้อมูลที่ได้นำมารวบรวมในการสร้างแบบสอบถาม

4. นำแบบสอบถามที่ร่างได้ ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำแก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและมีความเข้าใจง่ายของการวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญแล้วมาดำเนินการทดสอบกับที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

6. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.86 ได้ผลสรุปว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง

7. ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพและนำแบบสอบถามฉบับแก้ไขเสร็จสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา หรือการหาค่าสถิติพื้นฐาน เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแบบสอบถามที่จำแนกเป็น 2 กลุ่มโดยการใช้วิธีการทดสอบ t – test และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-Way Anova)สำหรับทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม โดยหากพบความแตกต่างที่เกิดขึ้นต้องทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธี LSD (Fisher's Least-Significant Different) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่นของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยกับส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปัจจัยทางการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยไค-สแควร์ (chi – square test)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษสามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.00) อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี (ร้อยละ 51.75) รองลงมา เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 23.00) ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 66.50) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด (ร้อยละ 68.25) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท (ร้อยละ 58.80) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท (ร้อยละ 31.00) และพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ร้อยละ 83.75)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่นสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. การวางแผนในการท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกใช้เวลา น้อยกว่า 5 วัน (ร้อยละ 30.25) แต่อีกกลุ่มใช้เวลาวางแผนค่อนข้างนานคือ มากกว่า 16 วัน (ร้อยละ 30.25) วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางคือการพักผ่อน (ร้อยละ 31.56) ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวระหว่าง 1-5 วัน (ร้อยละ 63.50) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางอยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาท (ร้อยละ 31.25) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายด้วยตัวเอง (ร้อยละ 61.75)

2. แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่นมาจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 31.36) ส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว ระหว่างเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ (ร้อยละ 50.00) ช่วงเวลาการเดินทาง

ท่องเที่ยวมีทั้งวันทำงานและวันหยุด นิยมเดินทางร่วมกับเพื่อนมากที่สุด (ร้อยละ 36.09) รองลงมาคือ คู่รัก/สามี/ภรรยา (ร้อยละ 24.00)

3. การเดินทางไปประเทศทั้งสองนิยมใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมากกว่าการเดินทางด้วยตัวเอง (ร้อยละ 70.75) เที่ยวบินที่ใช้ในการเดินทางจะเป็นเที่ยวบินทั่วไปมากกว่าเที่ยวบินเหมาลำ (ร้อยละ 82.25) เดินทางโดยสายการบินของไทย (ร้อยละ 56.75) ซึ่งมากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ ส่วนใหญ่พักโรงแรม (ร้อยละ 84.00) พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศได้แก่รถบัส (ร้อยละ 34.08) รองลงมาคือรถไฟ (ร้อยละ 24.91) อุปสรรคในการเดินทางคือการใช้จ่าย (ร้อยละ 52.75)

4. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการกลับไปท่องเที่ยวในอนาคต (ร้อยละ 74.25) และคิดว่าจะมีความคุ้มค่าในการเดินทาง (ร้อยละ 92.50) ถ้าให้เลือกกิจกรรมอื่นทดแทนการท่องเที่ยวครั้งนี้ ส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศ (ร้อยละ 31.00) รองลงมาคือนำเงินไปฝากธนาคาร (ร้อยละ 30.75)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยว ราคา การส่งเสริมการขาย และนโยบายการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่าทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในทั้งสอง

ประเทศอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ นโยบายการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98) รองลงมาได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96) (ตาราง 1)

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของแต่ละปัจจัยหลักมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น พบว่า

1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ความสวยงามและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22) รองลงมาคือ สภาพภูมิอากาศของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13) แต่ปัจจัยอื่นๆก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในระดับมาก เช่น ความมีชื่อเสียงและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย สะอาด และแหล่งช้อปปิ้ง

2. ด้านราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ค่าตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) รองลงมาคือ ค่าที่พัก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90)

3. ด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ การดูแลของบริษัทัวร์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) รองลงมาคือ การดูแลของมัคคุเทศก์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88)

4. ด้านนโยบายการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ การยกเว้นวีซ่า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ของประเทศเกาหลี/ญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91)

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยการท่องเที่ยวเกาหลีและญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.96	0.74	มาก
ความสวยงามและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว	4.22	0.92	มากที่สุด
ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.09	0.91	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	4.04	0.90	มาก
ความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น	3.77	0.96	มาก
ความแตกต่างทางภาษา	3.63	1.01	มาก
ความแตกต่างวัฒนธรรม	3.66	1.00	มาก
ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	4.03	0.93	มาก
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	4.06	0.83	มาก
ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว	4.09	0.84	มาก
สภาพภูมิอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	4.13	0.91	มาก
แหล่งช้อปปิ้ง	4.07	0.95	มาก
รสชาติอาหาร	3.80	0.92	มาก
ความสะดวกในการเดินทาง	3.95	0.88	มาก
2. ด้านราคา	3.87	0.75	มาก
ค่าที่พัก	3.90	0.80	มาก
ค่าอาหาร	3.86	0.79	มาก
ค่าตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	3.92	0.80	มาก
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ค่ารถ ค่าเข้าชมสถานที่	3.82	0.83	มาก
3. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.77	0.92	มาก
การให้ส่วนลด	3.73	1.01	มาก
การให้ของแถม เช่น กระเป๋า หมอนรองคอ เป็นต้น	3.53	1.09	มาก
การดูแลของบริษัททัวร์	3.92	1.04	มาก
การดูแลของมัคคุเทศก์	3.88	1.06	มาก
4. ด้านนโยบายการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว	3.98	0.87	มาก
การยกเว้นวีซ่า (Visa)	4.14	0.98	มาก
ประชาสัมพันธ์ของประเทศเกาหลี/ญี่ปุ่น	3.91	0.89	มาก
การจัดกิจกรรมและเทศกาล	3.89	0.92	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	0.69	มาก

การอภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่าการพักผ่อนเป็นวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวในสองประเทศ นักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว เดินทางร่วมกับเพื่อน โดยไม่เจาะจงช่วงเวลา (เวลาทำงานและวันหยุด) เป็นการท่องเที่ยวระยะสั้นใช้เวลาไม่เกิน 5 วัน ค่าใช้จ่ายประมาณ 20,000-30,000 บาท ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเที่ยวบินที่ใช้ในการเดินทางจะเป็นเที่ยวบินทั่วไป ด้วยสายการบินไทยมากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้แก่ รถบัส รองลงมาคือรถไฟ อุปสรรคในการเดินทางคือการใช้ภาษา กิจกรรมอื่นที่สามารถทดแทนการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น คือ การเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ และการฝากธนาคาร ที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากแหล่งต่าง ๆ เช่น ทางอินเทอร์เน็ต เกิดแรงกระตุ้นทำให้พฤติกรรมความต้องการให้การท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับ เลิศพร ภาระสกุล (2555, หน้า 159) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ โดยเริ่มขั้นตอนจากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการจำเป็นที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นจนทำให้เกิดการท่องเที่ยว และผลงานวิจัยของกวิน วงศ์ลีดี และ ศิริเพ็ญ เขียวจรรยา (2555) ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตลาดนัดสวนจตุจักร ผลการศึกษาพบว่า สิ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดนัดจตุจักร คือ คำแนะนำจากเพื่อนหรือญาติมิตร ต้องการประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและต้องการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ เนื่องจากส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการท่องเที่ยว และปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่คล้ายกันกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

2. ปัจจัยการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ราคา การส่งเสริมการขาย และนโยบายการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว โดยเฉพาะนโยบายการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว สำหรับปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ทักษะสภาพความมีชื่อเสียงและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด ความปลอดภัย การยกเว้นวีซ่าสภาพภูมิอากาศค่าตัวเครื่องบิน การดูแลของบริษัททัวร์ และการประชาสัมพันธ์ของประเทศ ผลการศึกษาที่ได้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2524 หน้า 9-10) ซึ่งระบุว่า ปัจจัยที่จูงใจสภาพของแหล่งท่องเที่ยวและเป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว มี 4 ปัจจัย ประกอบด้วย (1) ปัจจัยจูงใจหลักของการท่องเที่ยว ได้แก่ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมและกิจกรรมนันทนาการ (2) ปัจจัยประกอบ ได้แก่ สภาพแวดล้อมภูมิอากาศ สภาพเศรษฐกิจสังคม เป็นต้น (3) ปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านบริการ เช่น ร้านอาหาร ที่พัก สถานบันเทิง ความปลอดภัย ระบบการจราจร ระบบการสื่อสาร ความสวยงาม น่าสนใจ ความมีชื่อเสียง ของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของสินค้าของที่ระลึก รวมถึงการบริการของบริษัทนำเที่ยวและ (4) ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ สาธารณูปโภค และสาธารณูปการต่างๆ เช่น การคมนาคม การบริการ วัฒนธรรม การศึกษา เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

1. การปรับกลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จากข้อมูลดังกล่าวเห็นได้ว่าประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่นนั้นมีสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวเพราะจากข้อมูล

ดังกล่าวถ้าทางรัฐบาลร่วมมือกับภาคเอกชนในการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว การสร้างความนิยมนำการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปรับกลยุทธ์และกิจกรรมต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด ในปัจจุบันอายุไม่เกิน 30 ปี อาชีพและรายได้ต่อเดือนไม่จำเป็นต้องสูงก็สามารถเกิดการท่องเที่ยวขึ้นได้ จึงใช้โอกาสนี้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศให้เหมาะสมต่อไป

2. การปรับบริการเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่น ที่มุ่งเน้นเรื่องการเดินทางเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาวางแผนในการเที่ยวน้อยกว่า 5 วันและมากกว่า 16 วัน วัตถุประสงค์หลักเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน การท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาระหว่าง 1-5 วัน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางอยู่ในช่วงระหว่าง 20,000-30,000 บาท นักท่องเที่ยวเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเอง โดยหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ช่วงที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว คือ ในช่วงฤดูหนาว (ธันวาคม-กุมภาพันธ์) ทางบริษัทนำเที่ยวจัดทำแผนการเดินทางได้ทั้งในวันทำงานและวันหยุด เพราะในการเดินทางไปต่างประเทศจะใช้เวลาในการเดินทาง ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องลาหยุดในวันทำงานร่วมด้วย เป็นการเดินทางโดยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว ซึ่งบริษัทนำเที่ยวควรปรับในเรื่องการบริการ ความสะดวกสบายในการเดินทาง และจัดโปรโมชั่นการเดินทางท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยสายการบินของไทย เป็นสายการบินทั่วไป ซึ่งเหตุผลที่ใช้บริการสายการบินทั่วไปเพราะราคาสมเหตุผล ถึงแม้ว่าการไปท่องเที่ยวจะมีอุปสรรคในเรื่องของภาษา แต่ก็มีความคุ้มค่าในการเดินทาง และนักท่องเที่ยวต้องการกลับไปท่องเที่ยวในอนาคตอีกแน่นอน แต่ถ้าไม่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่นก็นำเงินไปใช้ในกิจกรรมอื่นทดแทนโดยการท่องเที่ยวภายในประเทศ ดังนั้นภาครัฐบาลควรมีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นวัตกรรมทางการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่พื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศเพราะประเทศไทย

นั้นมีความได้เปรียบในเรื่องแหล่งท่องเที่ยว โบราณสถานที่สวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์ต่างจากประเทศอื่น ซึ่งจุดเด่นเหล่านี้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

3. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวเกาหลี หรือญี่ปุ่น เพราะความสวยงามและทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว รongลงมา คือ ความมีชื่อเสียง ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นภาครัฐบาลของทั้งสองประเทศจะต้องอนุรักษ์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศเพราะถ้าเกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ในภายหลังก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศน้อยลง

4. การปรับกลยุทธ์เรื่องค่าใช้จ่าย

ด้านราคาผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวค่านึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัจจุบันพบว่าการเดินทางไปประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่นนั้นมีราคาในการเดินทางค่อนข้างต่ำ เพราะค่าตัวเครื่องบินระหว่างประเทศมีราคาที่ถูกลง เนื่องจากธุรกิจสายการบินต่างแข่งขันในการจัดโปรโมชั่น หรือในบางครั้งนักท่องเที่ยวใช้จ่ายในท่องเที่ยวต่างประเทศมีราคาต่ำกว่ากับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ดังนั้นภาครัฐบาล หรือผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจึงควรให้ความสนใจ โดยการจัดกิจกรรมและส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้มีความโดดเด่นในเรื่องค่าใช้จ่าย จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น

5. การปรับกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

การให้ของแถมนักท่องเที่ยวนั้นก็สิ่งสำคัญในการที่จะทำให้มีแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม การซื้อบริการการท่องเที่ยวเช่น กระเป๋า หมอนรองคอเป็นต้นและความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ดังนั้นธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวราคาพิเศษ การให้บริการของบริษัทนำเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์ลดแลกแจกแถมรวมถึงการชิงโชคต่างๆ เป็นการสร้างจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

6. การปรับนโยบายการส่งเสริมการตลาด

การจัดกิจกรรมและเทศกาล มีค่าน้อยที่สุด ดังนั้นมองว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางระยะสั้นไม่ได้มีโอกาสร่วมเทศกาล น่าจะเป็นโอกาสของไทยที่ส่งเสริมเทศกาลเพื่อดึงดูดให้ไทยเที่ยวไทย ผลักดันส่งเสริมองค์กรให้มีกิจกรรมด้านการตลาด และการขายให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ถ้าภาครัฐบาลของไทยจะทำให้

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มาสนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ก็ควรที่จะมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ สร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยว



References

- Chaipinit, V. (2008). *The behavior and motivations of tourists who travel to Thailand tour in Europe*. Master of Business Administration Thesis, Prince of Songkla University. (in Thai)
- KASIKORN Research Center. (2014). *Japan: Remains a tourist destination of Thailand's hot in '57*. Retrieved from <https://www.kasikornresearch.com/th/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=32571> (in Thai)
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Pairrotepirlyakul, A. (2010). *Factors affecting the decision of tourists choose Thailand travel Luang Prabang*. Master of Science Thesis, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Palasakul, L. (2012). *Travel habits*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Saerirat, S. (1996). *Consumer behavior*. Bangkok: Visitpattana. (in Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (1981). *Tourism industry*. Bangkok: n. p. (in Thai)
- Wonglede, K., & Eeamjunya, S. (2012). *Market factors and the safety of foreign tourists at the weekend market*. Master of Business Administration Thesis, Suan Sunandha Rajabhat University. (in Thai)
- World Tourism Organization. (2012). *UNWTO annual report 2001*. Madrid: Author.

