

การศึกษาผลกระทบธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก จากการเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษา ที่ 2 ในระดับอุดมศึกษา

The Study of The Impacts of Outbound Tour Operator Business from The Changing of Students in Higher Education's Second Semester Holiday

♦ นพปฎล ชาระวานิช

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต

Noppadol Dharawanij

Lecturer of Tourism Management Program, College of Tourism and Hospitality,

Rangsit University, E-mail: dharawanij@gmail.com

Abstract

The study had 3 main purposes including 1. to study the impact of the adjustment of semester holiday according to the AEC on the number of Thai tourists using the services of Thai outbound tour operators 2. to study the impact of the adjustment of semester holiday according to the AEC on the income of Thai outbound tour operators 3. to study the impact of the adjustment of semester holiday according to the AEC on the arrangement of tour program of Thai outbound tour operators.

The population in the study was separated into 3 groups; the first group; the sample population were 400 Thai tourists who purchased tour program from outbound tour operator; the study tools were questionnaire and analytical statistic consisted of frequency distribution, average, percentage, standard deviation, the researcher also tested the hypothesis by using (SPSS) One sample t-test. The second group, the sample population were 102 managers of outbound tour operators; the study tools were questionnaire and the other tools same as the first group. And the third group, 5 persons from TTAA including president of TTAA, former president of TTAA and the advisors of TTAA; the study tools were interview method.

The results of the findings were:

1. Thai outbound tourists commented that it would cause the number of Thai outbound tourists to reduce at high level ($\bar{X} = 4.05$). However, the outbound tour operators' opinion was that the impact on the reduction of a number of tourists will be at medium level ($\bar{X} = 2.61$).

The result of the interview showed that there would be the impact at the first period, however there won't be any problems in the long term.

2. Thai outbound tourists' opinion was that the impact on the income of outbound tour operators would be at highest level ($\bar{X} = 4.40$) due to the fact that Thai tourists prefer traveling abroad during a long holiday period, starting from March to May, especially during the Songkran festival's holiday. However, the outbound tour operators' opinion was that since outbound tour operators can adapt their businesses to the marketing circumstance, the impact would be at low level ($\bar{X} = 2.54$). As for the interview, the result showed that there won't be any impact on the income at all.

3. Thai outbound tourists' opinion was that it would cause tour program to change at medium level ($\bar{X} = 3.08$). However, the outbound tour operators' opinion was that the impact would be at low level ($\bar{X} = 2.53$). It could be inferred from the result of the interview that some tour itineraries will be changed to meet the need of tourists in both period of travel and reasonable price.

Keywords: The impact, Outbound tour operators, The changing of semester holiday

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ตามประเทศในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจําหน่ายเที่ยวออกที่นํานักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ 2. เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนําท่องเที่ยวออกที่นํานักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ 3. เพื่อศึกษาผลกระทบการจัดรายการนําท่องเที่ยวของธุรกิจนําท่องเที่ยวออกที่นํานักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ ผู้วิจัยได้ใช้สุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอ้างอิง (SPSS) One Sample t-test กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจนําท่องเที่ยวออกผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวน 102 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอ้างอิง (SPSS) One Sample t-test กลุ่มที่ 3 นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว อดีตนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและที่ปรึกษาสมาคมจำนวน 5 ราย ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การสัมภาษณ์

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกให้ความเห็นว่า มีผลกระทบด้านจำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.61$) ส่วนผลการสัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า ในระยะแรกอาจจะมีผลบ้าง แต่ระยะยาวไม่น่าจะมีผลมากนัก
2. ผลกระทบต่อรายได้ธุรกิจนำเที่ยวขาออก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางในช่วงวันหยุดภาคเรียน เนื่องจากมีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวันโดยเฉพาะช่วงวันหยุดในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกมีความคิดเห็นว่า มีผลกระทบด้านรายได้ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.54$) เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวขาออกสามารถปรับตัวตามสภาพของตลาดได้ ส่วนผลการสัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า ไม่มีผลกระทบต่อรายได้แต่อย่างใด
3. นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า จะส่งผลกระทบในการปรับเปลี่ยนรายการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกเห็นว่า มีผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงรายการนำเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.53$) ผลการสัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า จะมีการปรับเปลี่ยนรายการบ้างเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยจะปรับให้อยู่ในจำนวนวันและราคาที่นักท่องเที่ยวยอมรับได้

คำสำคัญ: ผลกระทบ ธุรกิจนำเที่ยวขาออก การเปลี่ยนแปลงวันหยุดภาคการศึกษา

บทนำ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่ใดที่หนึ่งไปยังที่ใดที่หนึ่ง โดยสมัครใจและเป็นการเดินทางไปพักผ่อนเป็นการชั่วคราว โดยไม่มีจุดประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยการเดินทางท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ประเภทตามลักษณะการเดินทาง กล่าวคือ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในราชอาณาจักรไทย การท่องเที่ยวเข้าประเทศ (Inbound Tour) หมายถึง การที่ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาภายในราชอาณาจักรไทยเพื่อการท่องเที่ยว และการนำเที่ยวขาออก (Outbound Tour) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย หรือชาวต่างชาติเดินทางออกจากราชาอาณาจักรไทยเพื่อไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ

การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในราชอาณาจักรไทย มีสถิติดังนี้ ในปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวทั่วราชอาณาจักร จำนวน 76,792,976 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ซึ่งมีจำนวน 69,894,198 คน คิดเป็นร้อยละ 9.67 มีการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ย 5,385.77 บาทต่อคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ร้อยละ 5.37

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ มีจำนวน 5,969,913 คน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 146,410.70 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.34 จากปี พ.ศ. 2555 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 5,721,485 คน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งสิ้น 137,861,37 ล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดนี้ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวขาออก โดยการซื้อรายการนำเที่ยวสำเร็จรูป (Package Tour) และในช่วงปี

ภาคการศึกษาที่ 2 เมื่อปี พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 234,282 คน มีค่าใช้จ่ายรวม 5,228.33 ล้านบาท โดยเดินทางในภูมิภาคยุโรปจำนวน 29,947 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ย 5.60 วัน ภูมิภาคอเมริกา จำนวน 1,920 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ย 7.96 วัน ภูมิภาคโอเชียเนีย จำนวน 12,781 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ย 6.00 วัน และเดินทางในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากที่สุด จำนวน 176,875 คน ใช้ระยะเวลาเฉลี่ย 3.96 วัน

ในช่วงวันเดียวกันของปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มเป็นจำนวนทั้งสิ้น 272,845 คน มีค่าใช้จ่ายรวม 6,181.83 ล้านบาท แบ่งเป็นการเดินทางในภูมิภาคยุโรปเพิ่มขึ้นเป็น 35,352 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ยน้อยลงเหลือ 5.35 วัน ภูมิภาคอเมริกาเพิ่มจำนวนเป็น 2,822 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 8.14 ภูมิภาคโอเชียเนีย ลดลงเหลือ 8,941 คน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเป็น 6.06 วัน และยังคงเดินทางในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากที่สุด เพิ่มขึ้นเป็น 206,747 คน ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการเดินทางเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเป็น 3.87 วัน (Department of Tourism, 2013)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปยังประเทศที่มีที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคที่ห่างไกล มีระยะการเดินทางที่ไกล (Long Haul) เช่น ยุโรปและอเมริกา ทั้งยังมีระยะเวลาในการเดินทางที่ยาวนานหลายวันในช่วงวันหยุดยาวต่อเนื่องช่วงสงกรานต์ซึ่งอยู่ในช่วงวันที่ 13-15 เมษายน เนื่องจากวันหยุดยาวช่วงเทศกาลสงกรานต์ตรงกับช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2 ผู้ปกครองและนิสิต นักศึกษาจึงมีวันหยุดยาวที่ตรงกัน ทำให้ผู้ปกครองนิยมนำนิสิต นักศึกษาไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพราะไม่ต้องลาหยุดพักการเรียน

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกผู้ก่อตั้งความร่วมมือในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ละประเทศร่วมกันพัฒนาความร่วมมือทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง ต่อมาเรียกว่าประชาคมอาเซียน (AC) และพัฒนาไปสู่ความเป็นเอกภาพของภูมิภาคในด้านต่าง ๆ รวมถึงการศึกษาด้วย ปัจจุบันการเปิดปิดภาคการศึกษาของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียนคลาดเคลื่อนไม่ตรงกัน จึงจำเป็นต้องปรับภาคการศึกษาให้มีความใกล้เคียงกันมากที่สุดเพื่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก

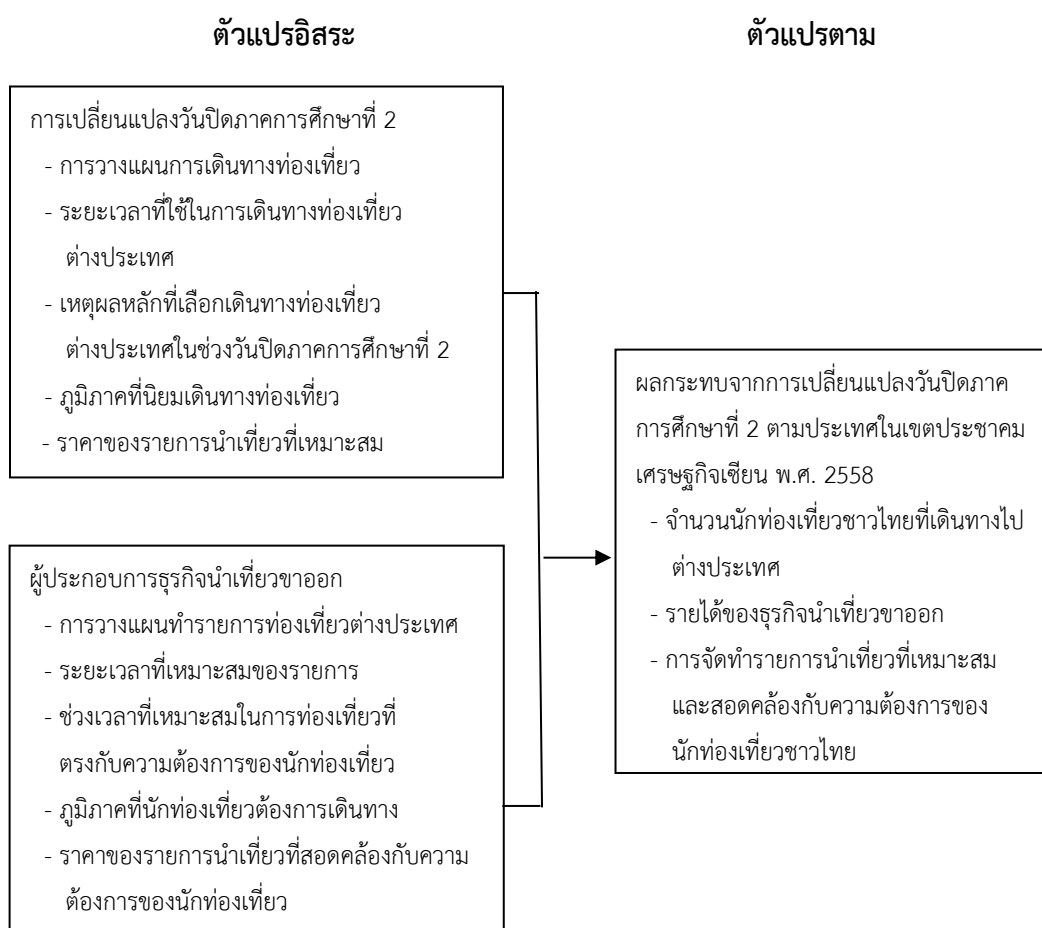
การศึกษาในระดับอุดมศึกษาของไทย เดิมเปิดภาคการศึกษาที่ 1 ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายน และภาคการศึกษาที่ 2 เปิดภาคการศึกษาระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงกลางเดือนมีนาคมของทุกปี ทำให้มีวันหยุดระหว่างกลางเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งที่เป็นผู้ปกครองของนิสิต นักศึกษาในระดับอุดมศึกษาสามารถเลือกเดินทางไปต่างประเทศที่ห่างไกล สร้างรายได้ให้กับธุรกิจนำเที่ยวขาออกเป็นจำนวนมาก แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษา โดยเฉพาะภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งนอกจากจะครอบคลุมช่วงเทศกาลสงกรานต์แล้ว ยังเป็นช่วงเวลาที่ผู้ปกครองมีเวลาว่างจากภาระงานตรงกับวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จึงนิยมนำนิสิต นักศึกษาซึ่งเป็นบุตร หลานของตนไปท่องเที่ยวต่างประเทศ หากมีการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษา จะส่งผลให้มีวันหยุดสั้นลง และส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ด้านรายได้ ด้านการเลือกรายการท่องเที่ยว และด้านการใช้ระยะเวลา

ในการเดินทางด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาผลกระทบธุรกิจจ้จัดนำเที่ยวขาออกจากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ตามประเทศในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก ที่นำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่นำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาผลกระทบการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่นำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออกของไทย สามารถปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยวให้เหมาะสมเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

2. ธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออกของไทยสามารถปรับปรุงหรือพัฒนาการตลาดเพื่อให้สามารถขายรายการนำเที่ยวได้มากขึ้น ซึ่งสร้างรายได้ที่มากขึ้นให้กับธุรกิจด้วย

3. ธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออกของไทย สามารถปรับเปลี่ยนรายการนำเที่ยว ระยะเวลาในการจัดนำเที่ยวและช่วงเวลาการจัดนำเที่ยวไปยังต่างประเทศให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ เฉพาะเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศจำนวน 400 ตัวอย่าง

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก (Outbound Tour Operator) จำนวน 102 ตัวอย่าง

2.3 นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว ที่ปรึกษา และกรรมการสมาคม จำนวน 5 ราย

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่

3.1 เพื่อศึกษาผลกระทบของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 แบบเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการจัดนำเที่ยวขาออก ที่นำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

3.2 เพื่อศึกษาผลกระทบของรายได้ของธุรกิจนำเที่ยวขาออก ที่นำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังต่างประเทศ

3.3 เพื่อศึกษาความเหมาะสมของรายการนำเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งมีวันหยุดยาวต่อเนื่องน้อยลง ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงการจัดรายการนำเที่ยวและระยะที่ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

4. ขอบเขตด้านเวลา ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย 1 ปี ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2558

แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายชั่วคราวของคนจากสถานที่ และชีวิตการทำงานปกติในที่หนึ่ง ไปสู่อีกที่หนึ่ง เพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในสถานที่นั้น และได้รับความสะดวก สบายจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น (Mason, 2008: 5)

องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nation World Tourism Organization – UNWTO) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางใด ๆ ก็ตาม ที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้นผู้เดินทางด้วยความสมัครใจไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้น ๆ ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยมีการจัดนำชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศจำนวนมาก เรียกว่า การท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปในต่างประเทศจากถิ่นพำนักถาวรของตนเพื่อไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น (การเดินทางแบบหมู่คณะนี้ นักท่องเที่ยวมักเลือกเดินทางโดยมีสาเหตุดังนี้ 1. ประหยัดค่าใช้จ่าย 2. มีเพื่อนร่วมเดินทาง 3. มีความเหมาะสมคล่องตัว 4. มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและ 5. ได้รับสิทธิพิเศษ เช่น การเข้าชมสถานที่สำคัญบางแห่ง ซึ่งไม่เปิดโอกาสการให้กับการท่องเที่ยวทั่วไป เป็นต้น (Juthaporn, S., 2013: 2-62)

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยที่หนึ่งของตนไปยังสถานที่หนึ่ง คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยเดินทางไปเพื่อการพักผ่อน การศึกษาเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ โดยมีอาจจะมีความสัมพันธ์กับท้องถิ่น องค์ประกอบหลักทางการท่องเที่ยวมี 3 ประการคือ แหล่งท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวยังที่ใดที่หนึ่งในประเทศหรือเดินทางระหว่างประเทศ โดยสามารถเดินทางเองหรือเดินทางเป็นคณะโดยมีธุรกิจท่องเที่ยวเป็นผู้ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวก็ได้เช่นกัน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความสะดวกสบายในด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวใช้ทรัพยากรนั้นหนาแน่นที่มีอยู่ทั้งธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งบริการที่รองรับก่อนและหลังการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย และตอบสนองความจำเป็นพื้นฐาน

องค์ประกอบบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. สถานที่พัก
2. บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
3. ร้านค้า ร้านอาหาร และนันทนาการ

(Chittangwattana, B., 2005: 182)

สรุปได้ว่า การบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความสะดวกสบายด้านต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยว

3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการท่องเที่ยว

ธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินธุรกิจให้บริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยหวังได้รับผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทน (Chittangwattana, B., 2005: 182)

การบริการ (Services) เป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) แม้ว่า การบริการเป็นสิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองตอบความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจเช่นเดียวกับสินค้า (Goods) แต่กลับมีคุณสมบัติแตกต่างจากสินค้า (Tourism Authority of Thailand, 2003: 22)

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า การบริการเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งมีข้อแตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไป ดังนั้น ธุรกิจบริการการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ดังนี้คือ ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจจัดตารางและร้านอาหาร ธุรกิจสินค้าที่ระลึกและธุรกิจนันทนาการ

4. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งทีกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ยอมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ (Motivation) ที่สำคัญ 4 ประการคือ (McIntosh and Goeldner, 1991: 131-132)

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

สรุปได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศ ที่มีความสวยงามและมีความแตกต่างจากที่อยู่อาศัยปกติในประเทศไทย สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศเพื่อการพักผ่อน เรียนรู้และได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน

5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การตอบสนองความต้องการ (Wants) และความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) (Wongmontha, S., 1999: 30)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความปรารถนาของตน (Samitthikrai, C., 2011: 6)

โดยสรุปการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อที่จะได้ทราบถึง ความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของการบริโภคนั้น ๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุดในธุรกิจท่องเที่ยวออก ผู้ประกอบการจำเป็นต้องค้นหาว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้น มีพฤติกรรมการซื้อ ก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดแผนกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องเหมาะสมกับช่วงเวลาและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมกับช่วงเวลา

6. แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงการปิดภาคการศึกษา

ประเทศไทย ได้จัดให้มีการประชุมด้านการปิดภาคการศึกษาดังนี้

1. ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.) มีมติให้มหาวิทยาลัยและสถาบันที่เป็นสมาชิกจำนวน 27 แห่ง (ส่วนใหญ่เป็นมหาวิทยาลัยที่เคยสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย) เปิดปีการศึกษา ภาคเรียนที่ 1 วันที่ 15 เดือนสิงหาคม - เดือนธันวาคม (โดยประมาณ) ภาคเรียนที่ 2 เดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม (โดยประมาณ) ปิดภาคฤดูร้อน เดือนมิถุนายน - วันที่ 14 เดือนสิงหาคม (โดยประมาณ) ทั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ปีการศึกษา 2557

2. ที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ (ทปอ.มรภ.) มีมติให้มหาวิทยาลัยที่เป็นสมาชิกเปิดปีการศึกษา ภาคเรียนที่ 1 วันที่ 11 เดือนสิงหาคม - เดือนธันวาคม (โดยประมาณ) ภาคเรียนที่ 2 เดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม (โดยประมาณ) ปิดภาคฤดูร้อน เดือนมิถุนายน - วันที่ 10 เดือนสิงหาคม (โดยประมาณ) ทั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ปีการศึกษา 2557

3. มหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยสงฆ์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีแนวโน้มที่จะเปิดปิด ตาม มติ ทปอ. (มหาวิทยาลัย 27 แห่ง) ตามข้อ 1

จากมติที่ประชุมมหาวิทยาลัยดังกล่าว ทำให้มีผลดังนี้

1. ปีการศึกษา 2557 เป็นต้นไป ในช่วงเดือนเมษายน (อากาศร้อน เทศกาลสงกรานต์ วันครอบครัว และฤดูการท่องเที่ยว) จะมีการเรียนการสอนและสอบปลายปี และเดือนตุลาคม (ช่วงที่มีสถิติน้ำท่วมสูงในหลายจังหวัด) จะมีการเรียนการสอนและสอบปลายภาคด้วย

2. การเปิดปิดมีความสอดคล้องกับนาฬิกาชีวิตและบางประเทศในอาเซียน สำหรับระดับอุดมศึกษาเท่านั้น ซึ่งจะทำให้มีความสะดวกในการเคลื่อนย้ายไปมาในการเรียนต่อระหว่างประเทศได้ ส่วนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

3. การเปิดปิดที่ไม่สอดคล้องกัน ระหว่างสถานศึกษาระดับอุดมศึกษากับการศึกษาขั้นพื้นฐานอาจจะทำให้เกิดปัญหาการส่งนิตินักศึกษาไปฝึกปฏิบัติการสอน ซึ่งสถาบันผลิตครูจะต้องหาหรือครูสภา เพื่อแก้ปัญหาได้ไม่ยากนัก (Thongbu, S., 2013)

สรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงการปิดภาคการศึกษานั้น ทำให้เกิดผลกระทบทางด้านการศึกษา การปิดภาคการศึกษา ความสัมพันธ์กับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ซึ่งไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงการปิดภาคการศึกษา เหมือนกับระดับอุดมศึกษา นอกจากจะส่งผลกับการศึกษาและนิสิต นักศึกษาแล้ว จะส่งผลต่อการเดินทางทางท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาด้วย โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวไปในประเทศที่ห่างไกลและต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาก และการท่องเที่ยวในประเทศปลายทางนั้นนานหลายวันเนื่องจากมีระยะเวลาหยุดสั้นลง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทนายท กิตติกุล (1997) ได้ศึกษาปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย

กรณีศึกษาคนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า

1. เหตุจูงใจที่ทำให้คนไทยต้องการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนใหญ่เกิดจากความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งสะสมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และพบว่า สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร เป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศที่คนไทยส่วนใหญ่ค้นหา

2. คนไทยให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินมากที่สุด และแหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศที่คนไทยใฝ่ฝันและต้องการจะไปเที่ยวมากที่สุด คือ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ แต่แหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศที่คนไทยเดินทางไปมากที่สุดคือ เมืองคุนหมิง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

3. ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย พบว่า ปัจจัยทางเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.2020 ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านแรงจูงใจ สินค้าทางการท่องเที่ยว ราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยว ผู้จัดจำหน่ายสินค้าทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดของสินค้าทางการท่องเที่ยว ปัจจัยทางเศรษฐกิจเงินออมต่อเดือน ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ อายุ ค่านิยม กลุ่มอ้างอิง ความเชื่อและทัศนคติ สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือน อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ ระดับการศึกษา และเพศ ก็มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

เกิตศิริ เจริญวิศาลและคณะ (2000) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย ในการศึกษาครั้งนั้น เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาสาเหตุ และแรงจูงใจ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและพบว่า นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปต่างประเทศเพื่อต้องการความแปลกใหม่ เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุด และอีกสองเหตุผลหลักที่พบคือ การเดินทางเพื่อไปเรียนรู้และการเดินทางไปต่างประเทศเพราะเห็นความเป็นพิเศษ การเลือกเดินทางไปต่างประเทศมีแรงดึงดูดคือ การเดินทางและการคมนาคมสะดวกและพบว่า ความสะอาดและความปลอดภัยในการเดินทางในต่างประเทศเมื่อเปรียบกับการเดินทางในประเทศไทยสูงกว่า

เหิง เกา (2009) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาด สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีนโดยมีกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 350 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน เพศชายมากกว่าเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง เพราะเป็นเมืองที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายเป็นธรรมชาติ ไม่เหมือนกับที่อื่น การเดินทางสะดวก และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไม่สูงนัก แต่ควรมีการปรับปรุงในด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อพัฒนาการตลาดที่เหมาะสมของเมืองคุนหมิง จากการศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความนิยมไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เนื่องจากมีความสะดวก สบาย มีความปลอดภัยสูง แรงจูงใจหลัก มีความแปลกใหม่ มีความสวยงาม และมีแหล่งจับจ่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์เป็นประเทศที่อยู่ในความใฝ่ฝันของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยได้แบ่งขั้นตอนในการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ทำการศึกษาจากเอกสาร ทางวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ตำราทางวิชาการ รายงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ เป็นต้น
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Work) โดยใช้การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่ 1 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
 - 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำ และนิยมนำบุตรหลานในวัยศึกษาระดับปริญญาตรีร่วมเดินทางไปด้วย โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ตามสูตรของ Yamane (1973: 725)
 - 2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก ซึ่งจัดทำราย การท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ ในช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 102 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ตามสูตรของ Yamane (1973: 725)
2. กลุ่มที่ 2 ได้แก่ กรรมการสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) และอดีตกรรมการสมาคมฯ และที่ปรึกษาสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) จำนวน 5 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ 1 โดยแบบสอบถามมี 2 ชุด คือ ชุดที่ 1 สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังต่างประเทศเป็นประจำ และนิยมนำบุตรหลานในวัยศึกษาระดับปริญญาตรีร่วมเดินทางไปด้วย และชุดที่ 2 สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวชาวออก

1) ชุดที่ 1 แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว มี 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีลักษณะข้อคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended)

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังต่างประเทศเป็นประจำ และนิยมนำบุตรหลานในวัยศึกษาระดับปริญญาตรีร่วมเดินทางไปด้วย ประกอบด้วย การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในเดือนช่วงเดือนใด การเดินทางไปต่างประเทศใช้ระยะเวลากี่วัน การเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเลือกเดินทางมีวิธีการเลือกอย่างไร ภูมิภาคที่นิยมเดินทางมากที่สุด คือ ภูมิภาคใด ช่วงระดับราคาที่เหมาะสมอยู่ในระดับใด การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ส่งผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยว และมีการเปลี่ยนแปลงภูมิภาคการท่องเที่ยวหรือไม่ โดยมีตัวเลือกให้เลือกในแต่ละข้อคำถาม 3 ตัวเลือก และเป็นข้อคำถามแบบมาตราประเมินค่า (Evaluated Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ ได้อย่างเต็มที่

2) ชุดที่ 2 แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวชาวออก มี 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา สถานประกอบการมีเปิดดำเนินการมา แล้วนานเท่าใด มีลักษณะข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended) และคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended)

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวชาวออก ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวชาวออก 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 2. ด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว 3. ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว 4. ด้านรายได้ของสถานประกอบการ 5. ด้านการเปลี่ยนแปลงเส้นทางท่องเที่ยว และเป็นข้อคำถามแบบมาตราประเมินค่า (Evaluated Rating Scale) ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ ได้อย่างเต็มที่

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้บทสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการวิจัยประชากรและกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

การหาคุณภาพเครื่องมือ

การหาคุณภาพของแบบสอบถามในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการ 2 ขั้นตอน คือ การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างจากกรอบแนวคิดการวิจัย ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมก่อนที่จะนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นต่อไป

2. การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย และนำผลไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น 0.749

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ และนิยมนำบุตรหลานในวัยศึกษาระดับปริญญาตรีร่วมเดินทางไปด้วย และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวฯ ออกมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาจัดให้อยู่ในรูปแบบของข้อมูลที่เป็นตัวเลข โดยการนำมาลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์หาค่าสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างแต่ละราย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการจำแนกความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์การกระจายของกลุ่มประชากร จำแนกตามลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่ใช้วัดระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวฯ ออกต่อการเดินทางไปต่างประเทศ มาวิเคราะห์สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแต่ละข้อใช้เกณฑ์คะแนน สำหรับมาตราวัดแบบ Likert Scale ได้กำหนดค่าคะแนนได้ 5 ระดับ คือ ระดับคะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด ระดับคะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก ระดับคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง ระดับคะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย ระดับคะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด จากนั้นทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean หรือ $\bar{X}$) ในส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอ้างอิงคือ One Sample t-test

2. ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง นำบทสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเชิงลึก (In-depth Interviewed) แบบเผชิญหน้า Face to Face) กับนายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว อดีตกรรมการสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและที่ปรึกษาสมาคมฯ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการสามเส้า (Triangular) ของ Patton (1990: 464-466) 2 ลักษณะ คือ 1) การตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธีรวบรวมข้อมูล (Method Triangular) คือ ใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมควบคู่กับการสัมภาษณ์ และ 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Triangular of Sources) คือ การใช้ข้อมูลจากหลากหลาย ภายใต้วิธีเดียวกันด้วยการสัมภาษณ์คนต่างกลุ่ม เช่น พนักงานในธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ โดยการสัมภาษณ์ในเรื่องเดียวกัน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำ และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก

1) ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำและนิยมนำบุตรหลานในวัยศึกษาระดับปริญญาตรีร่วมเดินทางไปด้วย จำนวนทั้งหมด 400 คน มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 147 ราย (ร้อยละ 36.80) และเป็นเพศหญิง จำนวน 253 ราย (ร้อยละ 63.20) ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 30-35 ปีมากที่สุด จำนวน 94 คน (ร้อยละ 23.50) ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 287 คน (ร้อยละ 71.80) อาชีพเป็นลูกจ้างเอกชนมากที่สุด จำนวน 110 คน (ร้อยละ 27.50) รายได้อยู่ระหว่าง 40,000-50,000 บาท มากที่สุด จำนวน 214 คน (ร้อยละ 53.50)

2) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก

ผู้ตอบแบบสอบถาม 102 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 ราย (ร้อยละ 58.80) และเป็นเพศชาย จำนวน 42 ราย (ร้อยละ 41.20) ช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 38 ราย (ร้อยละ 37.30) และช่วงอายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 21 ราย (ร้อยละ 20.60) ระดับการศึกษาปริญญาตรี ในระดับมากที่สุด จำนวน 81 ราย (ร้อยละ 79.40) สถานประกอบการมีเปิดดำเนินการมาแล้วมากกว่า 11 ปี ในระดับมากที่สุด 59 ราย (ร้อยละ 57.90)

3) ผลการศึกษานักท่องเที่ยวที่เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำและนิยมนำบุตรหลานในวัยศึกษาระดับปริญญาตรีร่วมเดินทางไปด้วย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในเดือนเมษายนระดับมาก จำนวน 86 คน ร้อยละ 43.00 ($\bar{X} = 4.05$) ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นเวลา 7 วัน ระดับมาก จำนวน 135 ราย ร้อยละ 57.50 ($\bar{X} = 4.17$) นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่องอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 144 ราย ร้อยละ 58.80 ($\bar{X} = 4.40$) ส่วนภูมิภาคที่นิยมเดินทางมากที่สุด คือ ภูมิภาคยุโรป ระดับมาก จำนวน 148 ราย ร้อยละ 37.00 ($\bar{X} = 3.64$) ช่วงระดับราคาที่เหมาะสม มากกว่า 50,000 บาท – 80,000 บาท ระดับมาก จำนวน 169 ราย ร้อยละ 42.25 ($\bar{X} = 4.12$) หากมีการเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ส่งผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยวในระดับมาก จำนวน 120 ราย ร้อยละ 44.90 ($\bar{X} = 4.16$) จะมีการเปลี่ยนแปลงภูมิภาคการท่องเที่ยว ระดับ

ปานกลาง จำนวน 50 ราย ร้อยละ 24.60 ($\bar{X} = 3.08$) และจะมีการเปลี่ยนภูมิภาคการเดินทางจากภูมิภาคยุโรปและอเมริกาเป็นภูมิภาคอื่นที่ไม่ใช่เอเชีย อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 140 ราย ร้อยละ 35.00 ($\bar{X} = 3.39$)

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	(S.D.)	แปลผล
1. การวางแผนเดินทางท่องเที่ยวช่วงเดือนเมษายน	4.05	1.00	มาก
2. การใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ยังต่างประเทศ เป็นเวลา 7 วัน	4.17	1.18	มาก
3. การเลือกเดินทางท่องเที่ยว เป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่อง	4.40	0.83	มากที่สุด
4. ภูมิภาคที่นิยมเดินทางมากที่สุด คือ ภูมิภาคยุโรป	3.64	1.11	มาก
5. ช่วงระดับราคาที่เหมาะสม มากกว่า 50,000 บาท – 80,000 บาท	4.12	0.93	มาก
6. ผลกระทบในการวางแผนการท่องเที่ยว	4.16	0.91	มาก
7. การเปลี่ยนแปลงภูมิภาคการท่องเที่ยว	3.08	1.09	ปานกลาง
8. การเปลี่ยนภูมิภาคการเดินทางจากภูมิภาคยุโรปและอเมริกาเป็นภูมิภาคอื่นที่ไม่ใช่เอเชีย	3.39	1.06	ปานกลาง

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก

การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออกในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านช่วงเวลา ระดับน้อย จำนวน 37 ราย ร้อยละ 36.27 ($\bar{X} = 2.59$) ด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว ระดับปานกลาง จำนวน 69 ราย ร้อยละ 67.65 ($\bar{X} = 2.76$) ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ระดับปานกลาง จำนวน 70 ราย ร้อยละ 68.63 ($\bar{X} = 2.61$) ด้านรายได้ ระดับน้อย จำนวน 35 ราย ร้อยละ 34.31 ($\bar{X} = 2.54$) และด้านการเปลี่ยนแปลงเส้นทางท่องเที่ยว ระดับน้อย จำนวน 37 ราย ร้อยละ 36.27 ($\bar{X} = 2.53$)

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก

ผลกระทบด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	(S.D.)	แปลผล
1. ด้านช่วงเวลา	2.59	0.57	น้อย
2. ด้านระยะเวลาของรายการนำเที่ยว	2.76	0.99	น้อย
3. ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว	2.61	0.57	น้อย
4. ด้านรายได้	2.54	0.91	น้อย
5. ด้านการเปลี่ยนแปลงเส้นทางท่องเที่ยว	2.53	0.69	น้อย

ผลการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์จากกลุ่มตัวอย่าง

จากการสัมภาษณ์นายกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) ประธานที่ปรึกษาสมาคม ที่ปรึกษาสมาคม อดีตนายกสมาคมและอดีตอุปนายกสมาคม พบว่า มี 2 แนวทาง ดังนี้คือ

แนวทางที่ 1 ไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออก เนื่องจากว่า การเลื่อนวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ออกไปเป็นช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม นักท่องเที่ยวก็เลื่อนการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศตามวันปิดภาคการศึกษาใหม่ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาเดิม ก็เป็นนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และไม่มีบุตรหลานที่ต้องเป็นห่วงในการนำไปท่องเที่ยวด้วยและมองว่า การเลื่อนวันปิดภาคการศึกษาจะมีผลกระทบทางบวก เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวที่ออกเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะไม่กระจุกตัวอยู่ในช่วงใด ช่วงหนึ่ง แต่กระจายตัวออกไป ฤดูกาลท่องเที่ยวก็ไม่แตกต่างกันมาก แต่จะมีปัญหาความหนาแน่นในการท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปเนื่องจากว่า เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของชาวยุโรปเอง และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียน ก็เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเหล่านั้นในช่วงเวลาเดียวกันอาจจะทำให้เกิดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป นักท่องเที่ยวชาวไทยบางท่านอาจเปลี่ยนแปลงภูมิภาคในการท่องเที่ยว และลดระยะเวลาในการท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาเดิมลง ดังนั้น จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกน้อยมากทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้และการปรับเปลี่ยนรายการท่องเที่ยว

แนวทางที่ 2 มีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกเนื่องจากว่าการเลื่อนวันปิดภาคการศึกษาออกไปเป็นช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม นักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวในช่วงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม จะได้รับผลกระทบ เนื่องจากว่า ฤดูกาลในภูมิภาคยุโรปและอเมริกา ที่เดิมเคยเป็นช่วงที่อากาศกำลังดี คือ ช่วงฤดูใบไม้ผลิ กลายเป็นต้องไปท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน ที่มีอุณหภูมิสูง และบางปีอากาศก็ร้อนมาก ทั้งยังไม่สามารถนำสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนเดินทางไปได้ และต้องพบกับฤดูกาลท่องเที่ยวของชาวยุโรปเองในช่วงฤดูร้อน และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียน ก็จะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเดียวกัน ทำให้เกิดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวสูงขึ้น ดังนั้น จึงส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเดินทางไปต่างประเทศลดลง ธุรกิจนำเที่ยวขาออกก็จะมีรายได้ลดลง และต้องมีการปรับเปลี่ยนรายการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำและนิยมนำบุตรหลานในวัยศึกษาระดับปริญญาตรีร่วมเดินทางไปด้วย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีช่วงอายุอยู่ในวัยทำงาน ทำงานในบริษัทเอกชนและมีเงินเดือนประมาณ 40,000-50,000 บาท ซึ่งจะนิยมซื้อรายการท่องเที่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวขาออกเพื่อเดินทางไปต่างประเทศ โดยจะเลือกเดินทางในช่วงเดือนเมษายนเป็นหลัก ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 7 วันในภูมิภาคยุโรป เนื่องจากเป็นช่วงภาคการศึกษาและเป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวต่อเนื่องหลายวัน

โดยเลือกซื้อรายการนำเที่ยวที่มีช่วงระดับราคาระหว่าง 50,000 – 80,000 บาท สอดคล้องกับช่วงอายุ และระดับเงินเดือนที่สามารถจ่ายได้ หากมีการเปลี่ยนวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ก็จะส่งผลกระทบต่อ การวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากมีระยะเวลาวันหยุดสั้นลง ทั้งยังส่งผลกระทบต่อให้อาจเปลี่ยนแปลง ภูมิภาคการเดินทางที่มีระยะเวลาการเดินทางและระยะเวลาการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียเนียบ

2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก จำนวน 102 ราย และการสัมภาษณ์นายกสมาคมสมาคมไทย บริการท่องเที่ยว และอธิการกรรมการสมาคมฯ พบว่า มีผลกระทบในด้านต่าง ๆ กล่าวคือ ด้านช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ด้านรายได้ของการประกอบการและด้านการเปลี่ยนแปลงเส้นทางท่องเที่ยวในการกำหนดรายการนำเที่ยว จะส่งผลกระทบต่อ น้อยถึงปานกลาง เนื่องจากอยู่ในช่วงที่นักท่องเที่ยวยังไม่คุ้นกับการเปลี่ยนแปลงและเกิดความสับสนเกี่ยวกับ ช่วงเวลา แต่ในระยะยาวจะส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจะคุ้นเคยและสามารถปรับตาราง การเดินทางได้ ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวขาออกสามารถปรับรายการนำเที่ยว ระยะเวลาการท่องเที่ยวภูมิภาคที่เหมาะสม กับนักท่องเที่ยวในราคาที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ ควรจะได้มีการนำเสนอต่อสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ขาออก เพื่อที่จะได้นำไปศึกษาและพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ในช่วงปิดภาคการศึกษาที่ 2 เพื่อให้ทางสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวขาออก สามารถปรับธุรกิจของตนตามสภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมเดินทางไป ต่างประเทศเป็นประจำมีความเห็นในระดับมากกว่า การเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จะส่งผลกระทบ ในด้านต่าง ๆ ต่อนักท่องเที่ยว และน่าจะมีผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวขาออกด้วย แม้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยวขาออกจะมีความคิดเห็นว่า ส่งผลกระทบในระดับน้อยหรือไม่น่าจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจก็ตาม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรทำการศึกษาปัญหาผลกระทบที่เกิดกับธุรกิจนำเที่ยวขาออก ในปีหน้า (2015) เพื่อตรวจสอบดูว่า ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางแก้ไข
2. ควรมีการศึกษาเพื่อปรับเปลี่ยนเส้นทาง และระยะเวลาที่เหมาะสมของรายการท่องเที่ยว โดยศึกษา จากความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังต่างประเทศ
3. หากประเทศไทยเปลี่ยนแปลงวันปิดภาคการศึกษาที่ 2 ควรมีการศึกษาประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค อาเซียน (ASEAN) ด้วย
4. ควรมีการศึกษาธุรกิจนำเที่ยวขาเข้าเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงภาคการศึกษาที่ 2 และหาแนวทางแก้ไข

References

- Charoenwisarn, K., et.al. (2000). *The Understanding of Tourism Motivation: to Support "Thais travel in Thailand"*. Tourism Journal 19.3 (Jul.-Sep. 43).
- Chittangwattana, B., (2006). *Tourism Business*. Bangkok: Press and Design.
- Heng Kao. (2009). *Guide Lines to Develop Marketing for Thai Tourists to Choose to Travel to Kunming*. Master Independent Study in Bachelor of Arts (Tourism), Graduate School, Rangsit University.
- Juthaporn, S., (2013). *Introduction to Tourism Industry Unit1-7*. 2nd Ed. Teaching Literature. Bangkok: Sukhothai thammathirat University.
- Kittikul, T. (1997). *Factors Related to Decision Making to Travel Aboard of Thai People Case Study: Thai People Who are going to Foreign Countries Through Chiang Mai International Airport*. Master Thesis in Business Administration, Graduate School, Mae Jo University.
- Mason, Peter. (2008). *Tourism impacts, Planning and Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- McIntosh, Robert W. and Goedner, Charles R. (1991). *Tourism Principle, Practices, Philosophies*, 5th ed. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Patton, M.Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. 2nd Edition. Newbury Park, CA. Sage Publication, Inc.
- Samithikrai, C., (2011). *Consumer Behavior*. 2nd Ed. Bangkok: Chula Press.
- Sereerat, S. (2007). *Consumer Behavior*. Bangkok: Theera Film and Sotext Co.,Ltd.
- Tourism Authority of Thailand. (2003). *Executive Summary Practical Plan to Develop Tourism Service*. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- Wongmontha, S., (1999). *Consumer Behavior*. Bangkok: Theera Film and Sotext Co., Ltd.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Harper & Row Publisher Inc.
- Department of Tourism. (August 23, 2014). *Tourism Expenditure by Outgoing Thai Travellers*. Retrieved from [http:// www.tourism.go.th](http://www.tourism.go.th)
- Department of Tourism. (August 23, 2014). *Internal Tourism*. Retrieved from <http://www.tourism.go.th>
- Thongbu, S. (August 23, 2014). *The Impact of Higher Education Semester Changed toward AEC 2015*. Retrieved from [http://oknationtv.tv/ blog/ paksa/ 2013/ 10/06 entry-1](http://oknationtv.tv/blog/paksa/2013/10/06/entry-1)



Noppadol Dharawanij, MBA (Hospitality and Tourism Management), Columbia Southern University, USA. Lecturer of Tourism Management Program, College of Tourism and Hospitality, Rangsit University.