

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของคนกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดราชบุรี

Factors Affecting Bangkok Tourist Decision And Choose to Travel in Ratchaburi Province

นายคณน ศรีสังข์¹ รศ.เริงรัก จำปาเงิน²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรมเก่า รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นชื่อของจังหวัดราชบุรี (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของคนกรุงเทพมหานครที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี โดยดำเนินการวิจัยจากการนักท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ปี 2561 จำนวน 1,701,116 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) โดยใช้สูตรคำนวณของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1975) กลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มชั้น (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนจำนวน 400 ตัวอย่าง แบบสอบถามปลายปิดที่กำหนดไว้เป็นโครงสร้าง ให้ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) การใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) One Way ANOVA

ผลการวิจัย พบว่า (1) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน/ เอกชน รายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท (2) ข้อมูลช่องทางการรับสื่อกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่องทางการรับสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ รับสื่อบุคคลทางญาติ/เพื่อน และรับสื่อทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่าง ๆ (3) การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี พบว่า โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก พบว่า ด้านพื้นที่ มีความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาเป็น ด้านการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ และด้านกิจกรรม ตามลำดับ (4) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจของคนกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย อายุ อาชีพระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ABSTRACT

This research Has the objectives (1) to study the factors that influence the decision to travel to travel according to the natural location Old culture Including famous tourist attractions of Ratchaburi Province (2) to study the satisfaction of Bangkokians traveling to Ratchaburi The research was conducted from 1,701,116 tourists in Bangkok that visited Ratchaburi in 2018 (National Statistical Office,2018) using the formula of Taro Yamane (1975). Stratified Random Sampling in proportion to 400 samples with closed-end questionnaires defined as a structure To cover the topics to be studied, consisting of 3 parts: statistics used for analysis Descriptive Statistic is the number, frequency, percentage, mean, standard deviation (S.D.), Inferential Statistical One Way ANOVA.

The results showed that (1) Data regarding personal factors of the respondents, mostly female, aged between 36-45 years old, bachelor degree education Company employees / stores / private, income between 20,001 - 30,000 baht (2) Media Information Channel Most of the sample groups have media channels on television. Receive personal media via relatives / friends and receive online media Websites (3) An analysis of the opinions about the tourists from Bangkok who decide to visit Ratchaburi province, found that by placing the average from the first 3 values to the least, it is found that the area is Highest comment Followed by public relations awareness And activities respectively (4) Results of comparative analysis of demographic factors And the decision of the Bangkok tourists in tourist attractions in Ratchaburi province, it is found that demographic factors affect the decision of Bangkok people who choose to travel to Ratchaburi, consisting of age, occupation, education level And the average monthly income

คำสำคัญ (Keywords) : สิ่งกระตุ้น (Stimulus), การเพิ่มเติม (Additional), สัมผัสถึงความมีระดับ (Premium Nostalgia), ข้อความสำคัญ (Key Message)

*1 นักศึกษาโครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Visionary Leaders รุ่นที่18

(กลุ่มวิชาเอกการจัดการ) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

*2 อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง และมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศหรือสร้างเงินให้หมุนเวียนภายในประเทศ รวมถึงการสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ดร.ยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว ปี 2562 ต้องตอบโจทย์ ยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งยุทธศาสตร์ชาติ คือ กรอบพัฒนาประเทศระยะยาว เพื่อให้ประเทศบรรลุวิสัยทัศน์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยครอบคลุมตั้งแต่ปี 2561-2580 ในส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก หรือ เป็นแม่เหล็กการท่องเที่ยวระดับโลก โดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทยยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ
3. การเสริมความงามสู่ตลาดระดับสูง
4. การท่องเที่ยวทางน้ำ
5. การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค เพื่อขยายการท่องเที่ยวของไทย และภูมิภาคไปพร้อมกัน ซึ่งนับเป็นมูลค่ามากมายที่จะสามารถพัฒนาชุมชนให้น้ำท่องเที่ยว เน้นพัฒนาระดับท้องถิ่น

ในปี 2562 รัฐบาลยังคงมีความไว้วางใจให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ถึงท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยให้น้ำหนักไปยังเรื่องการลดความเหลื่อมล้ำอย่างจริงจัง รวมถึงกำหนดเป้าหมายชัดเจนให้ผลักดันการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวรอง และความมุ่งมั่นของ ททท. ที่ต้องการมีส่วนร่วมอย่างสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่มุ่งให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ควบคู่กับการพัฒนาประเทศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาการเจริญเติบโตของท่องเที่ยวตามแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยเริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นแต่ละพื้นที่ก็มีสิ่งที่เป็นแหล่งสถานที่สำคัญ มีจุดเด่นให้น้ำเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

และด้วยปัจจัยต่าง ๆ เช่น โครงการมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว “ชิม ช้อป ใช้” ที่สร้างปรากฏการณ์ให้การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจกลับมาคึกคักและฟื้นตัวด้วยการนำเงินสดเข้าสู่กระบวนการจากต้นถึงปลายน้ำทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินได้คล่องขึ้นทำให้ GPD ของประเทศปรับเพิ่มขึ้นจากมาตรการดังกล่าว เป็นต้น

โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากที่จังหวัดราชบุรีในปี 2562 อยู่ที่ 1,769,116 ราย (ที่มาสำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) ซึ่งเพิ่มขึ้น 4% จากปีสถิติ 2561 และโดยมากจะเที่ยวอยู่ในแหล่งเดิม เช่น อำเภอสวนผึ้ง และในตัวเมืองราชบุรี

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยมุ่งศึกษาในปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยช่องทางการรับสื่อ ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดราชบุรี และเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวและช่องทางของสื่อที่จะใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของคนกรุงเทพมหานครที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี แตกต่างกันหรือไม่
2. ปัจจัยช่องทางการรับสื่อที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพมหานครในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี แตกต่างกันหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรมเก่า รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นชื่อของจังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของคนกรุงเทพที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี

ขอบเขตการวิจัย

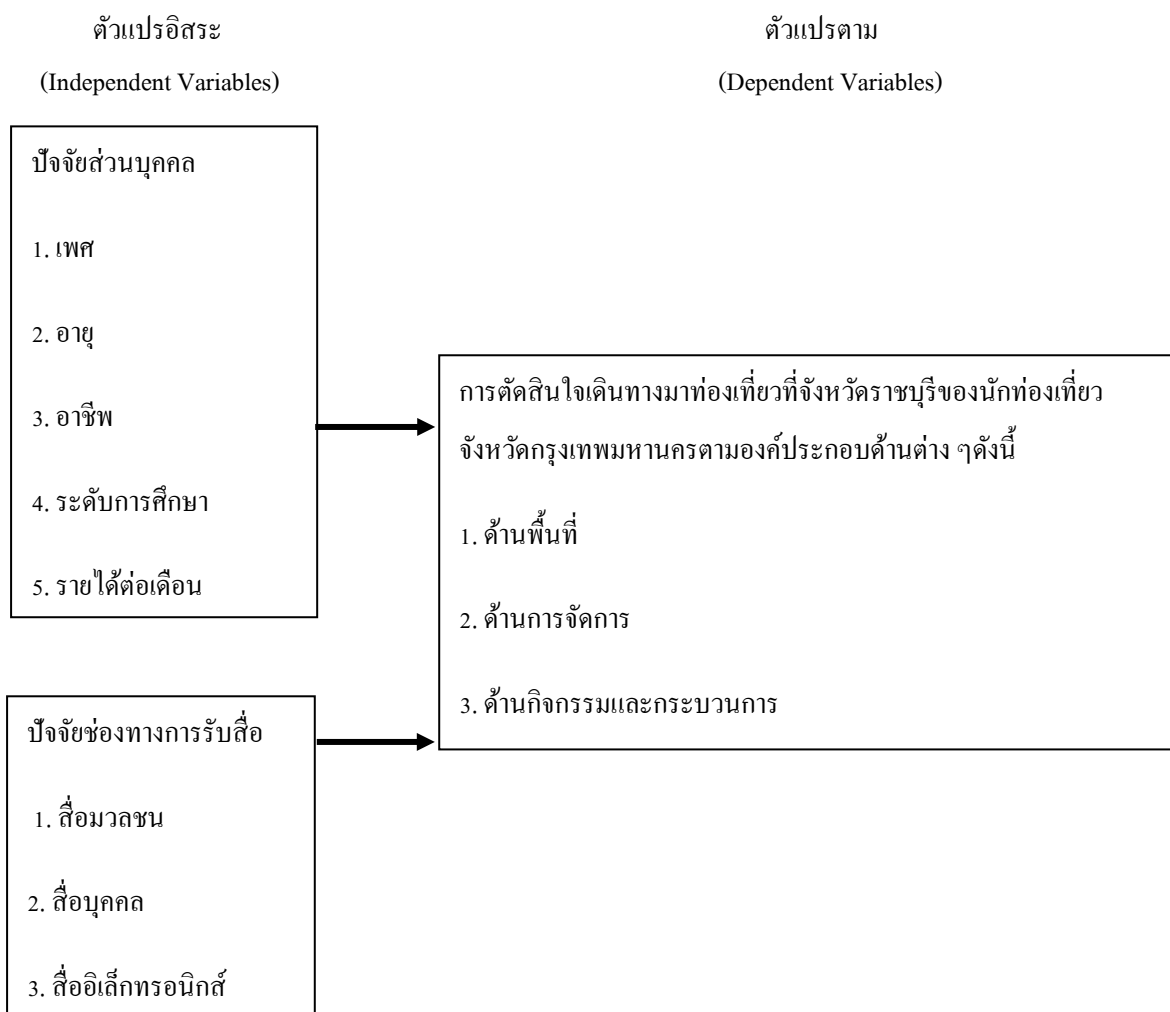
1. ขอบเขตด้านประชากร
ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ปี 2561 จำนวน 1,701,116 ราย (ข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวสำนักงานสถิติแห่งชาติ) เลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มชั้น (Stratified Random Sampling) ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี ตามสัดส่วนจำนวน 400 ตัวอย่าง
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
เนื้อหาที่กำหนดศึกษา ได้แก่ การตัดสินใจท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว คือ ด้านพื้นที่ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยช่องทางการรับสื่อ
3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ จังหวัดราชบุรี ทั้งหมด 10 อำเภอ

4. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาในครั้งนี้กำหนดระยะเวลาศึกษา ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 – มกราคม 2563 รวมระยะเวลาทั้งหมด 1 เดือน

กรอบแนวความคิดการวิจัย



การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของคนกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดราชบุรี ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ปี 2561 จำนวน 1,701,116 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินโครงการครั้งนี้ จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรคำนวณของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1975) กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จำนวน 284 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ	N	แทน	ขนาดของประชากรทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของตัวอย่าง
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนกำหนด เท่ากับ .05

แทนค่า	n	=	$\frac{1,701,116}{1 + [1,701,116 (0.05)^2]}$
	n	=	283.4
	n	=	399.90

ดังนั้น ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องสุ่มเท่ากับ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามปลายปิดที่กำหนดไว้เป็นโครงสร้าง ให้ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด อาชีพ และรายได้ประจำต่อเดือน เป็นคำถามปลายปิด (Close Ended) แบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยช่องทางการรับสื่อ มีจำนวน 3 ข้อ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบได้หลายข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย ด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 17 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (Close Ended) แบบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว โดยใช้วิธีวัดความพึงพอใจหรือความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้วย Likert Scale คือ การให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกแสดงความคิดเห็น จากระดับความพึงพอใจหรือระดับความเห็นด้วยที่มีคำตอบเลือก 5 ระดับ ต่อแบบสอบถามข้อนั้น ๆ โดยมีตัวเลขที่มีความหมายดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง สำคัญมาก

ระดับ 3 หมายถึง สำคัญ

ระดับ 2 หมายถึง สำคัญน้อย

ระดับ 1 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์สำหรับแปลผลได้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 23-24)

4.51 – 5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง สำคัญมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง สำคัญ

1.51 – 2.50 หมายถึง สำคัญน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบเครื่องมือผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดในการศึกษาแล้ว จึงทำการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามโดยตรวจสอบถึงความถูกต้องของเนื้อหา และทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-Test) ตัวอย่างใช้ทดสอบ จำนวน 30 คน โดยผลทดสอบความเชื่อถือ และความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Test of Reliability) โดยวิธีการวัดน่าเชื่อถือของแบบสอบถามแนวคิด ครอนบาค (Cronbach Alpha Formula) ทำการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยถ้าแบบสอบถามมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือระดับสูง และจะต้องมีค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามให้มากกว่า 0.7 จึงถือว่าแบบสอบถาม มีความเชื่อถือได้ และสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในงานวิจัยนี้ได้มีการเก็บ และรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากการค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารหนังสือต่าง ๆ รายงานต่าง ๆ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ทฤษฎีการท่องเที่ยว ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ตลอดจนจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการตอบแบบสอบถามด้วยการกรอกด้วยตนเอง รวบรวมแบบสอบถาม และนำมาลงรหัส หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำหรับงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ในการนำเสนออธิบายลักษณะทางประชากร นอกจากนี้มีการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี โดยการใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว t-test สำหรับประชากรสองกลุ่มและ One Way ANOVA สำหรับประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม และหากพบความแตกต่างผู้ศึกษาใช้วิธีการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ Least - Significant Different (LSD)

วิธีวิจัย

ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่างคนกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยค้นคว้าทฤษฎี งานวิจัยต่าง ๆ ในการสร้างแบบสอบถาม
3. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือผลการตรวจสอบค่า IOC มากกว่า 0.7 โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน.
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่าง
 - 4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา งานวิจัย
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
 - 5.1 สถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 - 5.2 สถิติเชิงอนุมาน ประชากรสองกลุ่ม t-test มากกว่า 2 กลุ่ม One Way ANOVA หากพบความแตกต่างใช้วิธีการเปรียบเทียบรายคู่ (LSD)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล)

1. เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.8) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 38.2)
2. อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี (ร้อยละ 35.5) รองลงมาคืออายุระหว่าง 26-35 ปี (ร้อยละ 30.5) อายุระหว่าง 46-55 ปี (ร้อยละ 7.8) อายุระหว่าง 56-65 ปี (ร้อยละ 7.8) อายุระหว่าง 16-25 ปี (ร้อยละ 3.3) และต่ำกว่า 15 ปี กับอายุ 66 ปีขึ้นไป เท่ากัน (ร้อยละ 1.2) ตามลำดับ
3. ระดับการศึกษาชั้นสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 71.0) รองลงมา มีระดับการศึกษาคืออนุปริญญา/ปวส. (ร้อยละ 11.0) ระดับสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 8.8) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (ร้อยละ 6.7) มัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 1.5) และประถมศึกษา (ร้อยละ 1.0) ตามลำดับ
4. อาชีพกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นบริษัท/ ห้างร้าน/ เอกชน (ร้อยละ 46.5) รองลงมาพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 19.3) รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 16.0) ประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 8.3) ข้าราชการ (ร้อยละ 7.3) และนักเรียน – นักศึกษา (ร้อยละ 2.8) ตามลำดับ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 43.2) รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 30.2) รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 17.3) รายได้ 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 6.5) รายได้ 5,001 – 10,000 บาท (ร้อยละ 1.5) และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 1.3) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ปัจจัยช่องทางการรับสื่อ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน ซึ่งประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยช่องทางการรับสื่อ)

1. สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่องทางการรับสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ (ร้อยละ 55.0) รองลงมาคือวิทยุ (ร้อยละ 18.0) นิตยสาร/วารสาร (ร้อยละ 9.8) หนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 9.2) และแผ่นพับ, ใบปลิว (ร้อยละ 8.0) ตามลำดับ
2. สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่องทางการรับสื่อบุคคลทางญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 48.7) รองลงมาคือเพื่อนร่วมงาน (ร้อยละ 47.4) และเจ้าหน้าที่รัฐ/เอกชน/บริษัท (ร้อยละ 3.9) ตามลำดับ
3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่องทางการรับสื่อทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่าง ๆ (ร้อยละ 42.5) รองลงมา เฟสบุ๊ก Facebook (ร้อยละ 41.8) ทวิตเตอร์ Twitter (ร้อยละ 5.5) อินสตาแกรม Instagram (ร้อยละ 5.0) ยูทูบ YouTube (ร้อยละ 4.2) และพินเทอเรส Pinterest (ร้อยละ 1.1) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี

การวิเคราะห์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรีในด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ รายละเอียดค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี โดยรวม พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี โดยรวม มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญ มีค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.027 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาน้อย พบว่า ด้านพื้นที่ มีความคิดเห็นสูงที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 3.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.550 มี รองลงมาเป็นด้านการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.046 และส่วนด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.039

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของคนกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี สามารถสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของคนกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี สรุปผลการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน/ เอกชน รายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท
2. ข้อมูลช่องทางการรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่องทางการรับสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ รับสื่อบุคคลทางญาติ/เพื่อน และรับสื่อทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่าง ๆ
3. การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี

พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญ มี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจาก

ค่ามากไปหาค่าน้อย โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก พบว่า ด้านพื้นที่ มีความคิดเห็นสูงที่สุด รองลงมาเป็นด้านการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ และด้านกิจกรรม ตามลำดับ

3.1 ด้านพื้นที่ พบว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี ด้านพื้นที่ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. มีทัศนียภาพที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว 2. ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม และ 3. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

3.2 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ พบว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ การให้อาหารสัตว์ ล่องแก่ง ศึกษาธรรมชาติ ปีนเขา เทียวถ้ำ/น้ำตก เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น 2. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาธรรมชาติ เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ศึกษาชุมชนเข้มแข็ง เป็นต้น และ 3. มีกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัด เช่น กิจกรรมปั่นไถ่ดินเผา ทำให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมและรู้จักของดีประจำจังหวัดราชบุรี ตามลำดับ

3.3 การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. จังหวัดมีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น โฆษณา แผ่นพับ นิทรรศการ เป็นต้น 2. พบเห็นรายการโทรทัศน์หรือรายการจากช่อง ยูทูบ (YouTube) เกี่ยวกับจังหวัดราชบุรี และ 3. มีป้ายแสดงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด ทำให้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจนอกเหนือจากที่เคยรับรู้ ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจของคนกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย อายุ อาชีพระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของคนกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

ช่องทางการรับสื่อกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่องทางการรับสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ รับสื่อบุคคลทางญาติ/เพื่อน และรับสื่อทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่าง ๆ สอดคล้องกับเรื่องประเภทของสื่อ ของเสรี วงษ์มณฑา

(2540: 20) กล่าวว่า สื่อที่ใช้ในการสื่อสารสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท 1. สื่อบุคคล 2. สื่อสารมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ และ 3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Internet, E-mail

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก พบว่า ด้านพื้นที่ ด้านการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ และด้านกิจกรรม ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยพิกานต์ ศิริรักษ์ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะบุคลิกภาพมีระดับมากเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านชอบค้นหาผจญภัย ด้านชอบเดินทางในสถานที่แปลกใหม่ ด้านมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ด้านชอบเดินทางท่องเที่ยว ด้านชอบเปิดรับนวัตกรรมใหม่ ด้านความเป็นคนสนุกสนาน

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจของคนกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย อายุ อาชีพระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของพิกานต์ ศิริรักษ์ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยอายุระหว่าง 20-24 ปี มีสถานภาพสมรสโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเดือน 5,001 - 15,000 บาท

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของคนกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยดังนี้

1. จังหวัดควรเพิ่มศักยภาพของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้นกว่าเดิม ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย
2. จังหวัดควรเพิ่มงบประมาณสนับสนุนจัดให้มีกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดให้มากขึ้นกว่าเดิม และให้มีประสิทธิภาพจนเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว
3. จังหวัดควรโปรโมทแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดราชบุรีในหลายๆ ช่องทาง โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ควรดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ แนะนำกิจกรรมสำคัญต่าง ๆ ในเว็บของทางจังหวัดจัดขึ้นเพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวสนใจเข้าร่วมกิจกรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์หรือทำกรณีศึกษารวม กลุ่มสนทนา ให้ได้ข้อมูลเชิงลึกขยายขอบเขตกลุ่มประชากรให้กว้างมากขึ้นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการวางแผนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพื่อกระตุ้นระบบเศรษฐกิจ ทำให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ถือเป็นการสร้างงานและรายได้ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี

3. ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีของนักท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร สำหรับการศึกษาในครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีและจังหวัดอื่น ๆ

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์เร็กซ์ จำปาเงิน ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ประเมินรับรองต้นแบบชิ้นงานวิจัยและให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการทำวิจัย ขอขอบคุณคณะผู้บริหารจังหวัดราชบุรี รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัด ราชบุรี ในความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย อันเป็นผลให้งานวิจัยมีความชัดเจน ครบถ้วน และสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้จริง และคุณพี่ๆ เพื่อนๆ นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ให้คำปรึกษาในการดำเนินกิจกรรมวิจัยร่วมกันจนได้งานวิจัยที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน

ขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาบ่มเพาะจนผู้วิจัยสามารถนำเอาหลักการมาประยุกต์ใช้และอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้

คุณค่าอันพึงมีจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอมอบเพื่อบูชาพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน

คณน ศรีสังข์

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). สรุปผลงานวิจัยโครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure. [Online]. วันที่สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2562.

จาก <http://www.etatjournal.com>

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2562). รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านทั่วประเทศรายจังหวัด ณ เดือนพฤศจิกายน 2562. [Online]. วันที่สืบค้น 10 ธันวาคม 2562

จาก <http://www.dopa.go.th>

ข้อมูลจังหวัดราชบุรี.[Online]. วันที่สืบค้น 12 ธันวาคม 2562

จาก <https://sites.google.com/site/gigfhjt/prawati-khwam-pen-ma-khxng-canghwad-rachburi> ออนไลน์)ฉันทน์ วรรณณอม. (2552). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร:

ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.

โจทย ยุทธศาสตร์ชาติ.2562: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา: การส่งเสริมการท่องเที่ยว ปี 2562 ต้องตอบ. [Online]. วันที่สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2562.

จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-thailand-2562/2562>

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2550 หน้า 5). การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว.

กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 1.

เชียงใหม่:คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย.กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว.

กรุงเทพมหานคร:บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2551). ระเบียบวิธีวิจัยทางการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

บรรณารักษ์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.ภาพแบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์. [Online] จาก ศูนย์สื่อการสอนทางอิเล็กทรอนิกส์ E- Learning มหาวิทยาลัยรามคำแหง (ม.ป.ป.)

พิมพ์ระวี วิจารณ์รุ่งสัจ. (2553). การท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพมหานคร:

โอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์.

พริกานต์ ศิริรักษ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต .

ปริญญาานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สาขาวิชาการตลาด.กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2548). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

หน่วยที่ 1-7. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2549). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 9-15 .พิมพ์ครั้งที่ 2.

นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2548). จิตวิทยาการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 16. นนทบุรี:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

วรรณ วลัยวานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิมล จิโรจน์ และคณะ. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แสง

วิมล จิโรจน์. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไทยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไทย

นักท่องเที่ยว/ เรียบเรียง, วิมล จิโรจน์, ประชิด สกณะพัฒน์, อุดม เขียววงศ์

เว็บไซต์ ไปด้วยกัน.16 สถานที่ท่องเที่ยวปัจจุบันที่มีการเปิดให้นักท่องเที่ยวพักและเข้าชมที่ราชบุรี. [Online].

วันที่สืบค้น 12 ธันวาคม 2562

จาก

<https://www.paiduaykan.com/travel/%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B5,ออนไลน์>

อัศวิน แสงพิบูล. (2552). หลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

Best Witted. (2010). ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว . [Online]. วันที่สืบค้น

12 ธันวาคม 2562 จาก <http://www.bestwitted.com/?p=753>