ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเปิดเสรีเศรษฐกิจอาเซียน

Factors Affecting the Selection of the Attractions of Private University Students. Suh-ROM to Prepare for the Opening of the Asean Economies.

ประสงค์ อุทัย[1] บัญชา เกิดมณี[2] วัฒนา เอกปมิตศิลป์[3]
[1,2] คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี
428 ถนนเพรชเกษม 110 แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160 โทร. 028090829 ต่อ 225
E-mail: pu20_6@hotmail.com E-mail: buncha_kerd@hotmail.com E-mail: e20npd@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเปิดเสรีเศรษฐกิจอาเซียน ใช้ในการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยทำการเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยดังกล่าวด้วยกัน 8 ด้าน ได้แก่ (1) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (2) แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ (3) สถานที่พัก (4) สิ่งอำนวยความสะดวก (5) การคมนาคม (6) ด้านบริการของเจ้าหน้าที่ (7) ด้านความปลอดภัย (8) ด้านของฝากของทีระลึก ผลของการวิจัยพบว่านักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยการท่องเที่ยวทั้ง 8 ด้านในระดับสูง ($\overline{X}$ = 4.10 และ SD = 0.49) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่านักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านของฝากของที่ระลึกมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.19 และ SD = 0.65) รองลงมาคือปัจจัยด้านสถานที่พัก และด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ($\overline{X}$ = 4.18 และ SD = 0.65) ตามมาด้าย ปัจจัยด้านความปลอดภัย และด้านการคมนาคม ($\overline{X}$ = 4.12 และ SD = 0.65) ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ($\overline{X}$ = 4.11 และ SD = 0.65) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\overline{X}$ = 4.08 และ SD = 0.68) ในขณะที่นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำที่สุด ($\overline{X}$ = 3.78 และ SD = 0.62) อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าแปลกใจอย่างมากที่นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านอื่นๆ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่าวัตถุประสงค์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพนั้นไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ นักศึกษา พิจารณาปัจจัยด้านอื่นๆทั้ง 8 ด้าน อย่างไม่มีความแตกต่างกันใดๆระหว่างนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพ

คำสำคัญ: สถานที่ท่องเที่ยว นักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน

Abstract

The aim of this research is to determine the key important factors for tourist attractions choice of students in private universities. Prepare to enter the Asean economic liberalization. The first objective Comparing of eight importance factors such as (1) the purpose of tourism (2) tourist attraction (3) place (4) facilities (5) Transportation (6) service staff (7) security and (8) gift shop and souvenir. The overall results of the study confirms that student focus on these important factors relatively high ($\overline{X}$ = 4.10 and SD = 0.49). Considering in detail, student has focus on souvenir factors as the most important factors ($\overline{X}$ = 4.19 and SD = 0.65), the second important factor is place and tourist attraction ($\overline{X}$ = 4.18 and SD = 0.65), followed up by the security and transport factors ($\overline{X}$ = 4.12 and SD = 0.65), service of the staff ($\overline{X}$ = 4.11 and SD = 0.65) and facilities ($\overline{X}$ = 4.08 and SD = 0.68). In addition, student has focus on the objectives of travel is lower as compare to other factors ($\overline{X}$ = 3.78 and SD = 0.62). Surprisingly, objectives of students travel is relatively less important as compare with other factors. Despite, the research finding shows the purpose of student choosing the tourist attraction is relatively different in among BKK private universities at the statistic significant level 0.05. In addition, the eight factors of tourist attraction choice have no different in among student in Bangkok private universities.

Keywords: Tourist Attractions, Student, Private University

1. บทนำ

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลกไปแล้ว "การเตรียมพร้อมด้านการศึกษาของไทย เพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียน ปี พ.ศ. 2558" ประเทศไทยเป็นผู้นำในการก่อตั้งสมาคมอาเซียน มีศักยภาพในการเป็นแกนนำในการสร้างประชาคมอาเซียนให้เข้มแข็ง ภายใต้ยุทธศาสตร์วิสัยทัศน์เดียว เอกลักษณ์เดียว และประชาคมเดียว เพื่อความเจริญมั่นคงของประชากร ทรัพยากร และเศรษฐกิจ ภายใต้การก่อตั้งนี้จะต้องยึดหลักสำคัญ คือ ประชาคม

การเมืองและความมั่นคงของอาเซียน ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมของอาเซียน การศึกษานั้นจัดอยู่ในประชาคมสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญที่จะส่งเสริมให้ประชาคมด้านอื่นๆมีความเข้มแข็ง เนื่องจากการศึกษาเป็นรากฐานของการพัฒนาในทุกๆ ด้านดังนี้

1. การสร้างประชาคมอาเซียนด้วยการศึกษา ให้ประเทศไทยเป็น Education Hub มี การเตรียมความพร้อมในด้านกรอบความคิด คือ แผนการศึกษาแห่งชาติ ที่จะมุ่งสร้างความตระหนักรู้ของคนไทยในการจัดการศึกษาเพื่อสร้างคนไทยให้ เป็นคนของประชาคมอาเซียน พัฒนาสมรรถนะให้พร้อมจะอยู่ร่วมกันและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศด้าน การศึกษา โดยให้มีการร่วมมือกันใน 3 ด้าน คือ ด้านพัฒนาคุณภาพการศึกษา การขยายโอกาสทางการศึกษา ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริการและจัดการศึกษา

2. การเตรียมความพร้อมในการพัฒนาบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ประเทศไทย ในฐานะผู้ประสานงาน (Country Coordinator) สาขาการท่องเที่ยว โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจดำเนินการตามพันธะข้อตกลงระหว่างประเทศและแผนการรวมกลุ่มเศรษฐกิจสาขาการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ได้จัดทำข้อตกลงร่วมว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Mutual Recognition arrangement on Tourism Professionals : ASEAN MRA-TP) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายผู้ประกอบวิชาชีพการท่องเที่ยวในอาเซียนและแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

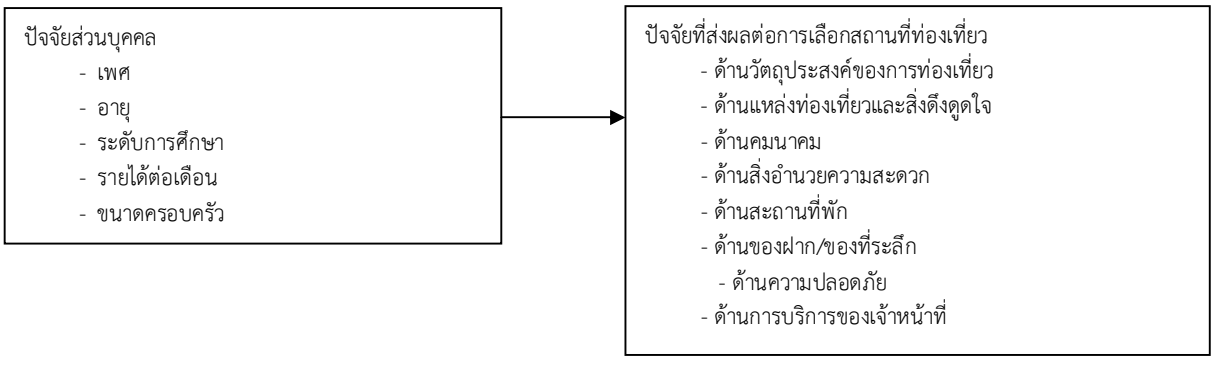
สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวนั้นได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้คือ กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจ กลุ่มบุคคลทั่วไป กลุ่มนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีระพรรณ แก่นศึกษา [1] ได้ทำการศึกษา ”ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบเดินทางมาพักผ่อนมากกว่าซื้อสินค้าคิดเป็นร้อยละ 81.8 และผู้เดินทางส่วนใหญ่มักมาเที่ยวกับเพื่อนและยังสอดคล้องกับงานวิจัย ของ วัลภา แซ่อึ้ง [2] ได้ทำการศึกษา “พฤติกรรมการเที่ยวกลางคือของนักศึกษาในจังหวัดชลบุรี” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มนักศึกษามีแหล่งทุนจากครอบครัวและผู้ปกครองทำให้สามารถใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวได้ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นสนเทศสำคัญประการหนึ่งต่อหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ใช้ประกอบการเตรียมความพร้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ให้มีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอีกทางหนึ่งจึงสมควรที่จะศึกษาปัจจัยต่างๆจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองและบางส่วนทำงานและก็มีฐานะเศรษฐกิจค่อนข้างดี ดังนั้นจึงเป็นกลุ่มผู้ใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ และจะเป็นกำลังหลักที่สำคัญในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวแก่สังคมและประเทศชาติในอนาคต นอกจากนี้ ยังจะเป็นการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านอาเซียนศึกษา เป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องอื่นๆ เช่น ธุรกิจด้านที่พัก อาทิ โรงแรม และเซอร์วิสอพาร์ตเมนต์ เป็นต้น

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยมีผลต่อการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยวนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน

2. กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรต้น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงผลรวมของประสบการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลและชุมชนผู้เป็นเจ้าบ้าน ในกระบวนการที่ดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ (McIntosh & Goeldner, [3]

ฐิติรัตน์ เหมัษฐิติ [4] ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผ้าไหมมัดหมี่เพื่อตัดชุดโอกาสพิเศษของข้าราชการสตรีสถาบันราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าการศึกษามีความสัมพันธ์กับการซื้อในกรณีผ้าสีหม่น ส่วนสีผ้าในลักษณะอื่นๆ การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการซื้อ

นิคม จารุมณี [5] ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการคือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจและการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

วิบูล จันทร์แย้ม [6] ได้ศึกษา พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัดลพบุรี พบว่า วัยรุ่นและวัยหนุ่มสาวเลือกซื้อส้มฟักเพราะสินค้ามีชื่อเสียง วัยผู้ใหญ่ซื้อเพราะสินค้ามีขนาดพอเหมาะ ไข่เค็มดินสอพองผู้ซื้อทุกวัยเลือกซื้อเพราะสินค้ามีขนาดพอเหมาะ ผ้าพื้นเมืองและผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นเมืองพบว่าส่วนใหญ่ทุกวัยซื้อเพราะสินค้ามีสีและลวดลายสวยงาม ดินสอพอง

สุภาวดี ชาวผ้าขาว [7] ได้ศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริการนำเที่ยว ซื้อของที่ระลึก 1-3 ครั้ง นิยมซื้ออาหาร ขนม และของที่ระลึกเพื่อเป็นของฝาก ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง

อรนี บุญมีนิมิต [8] ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลของการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่ระลึกร้อยละ 75.75 ประเภทของสินค้าที่ระลึกที่ซื้อได้แก่ สินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์จากไม้ เครื่องเงินและเครื่องประดับเงิน

5. ขั้นตอนการดำเนินงาน

ประชากร

ประชากรคือนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่ศึกษาในภาคพิเศษและภาคสมทบในมหาวิทยาลัยเอกชน 11 สถาบัน ทั้งสิ้นจำนวน 25,000 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 394 คน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ของ ทาโรยามาเน (Taro Yamane) อ้างใน สุทธนู ศรีไสน์ [9] โดยกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ระยะเวลาในการวิจัย วันที่ 23 มิถุนายน 2554 ถึง วันที่ 23 ตุลาคม 2555

จากสูตร $n = \frac{N}{1+ N (e)^2}$

เมื่อ n แทน = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N แทน = จำนวนประชากร

e แทน = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างกำหนดเป็น 0.05

แทน $n = \frac{25,000}{1+25,000 (0.05)^2}$

n = 394 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็นสามส่วน คือ ส่วน1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามด้วยวิธีการวัดความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบประเด็น ความถูกต้องและภาษาที่ใช้ มีความความสอดคล้อง (IOC) ของเครื่องมือทั้งฉบับ = 0.84 ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชียวชาญแล้วจากนั้นจึงนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาที่เป็นนักท่องเที่ยวสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จำนวน 394 ชุด แล้วทำการจัดเป็นหมวดหมู่ และนำเอาแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาทำการวิเคราะห์ใช้เป็นตัวแทนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเปิดเสรีเศรษฐกิจอาเซียน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้เป็นการใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบ ถามและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอชน
2. นำคะแนนที่ได้ไปคำนวณค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T- test, F- test โดยมีเกณฑ์ในการ

การแปลผลค่าเฉลี่ย

1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย
2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง
3.50 - 4.49 หมายถึง มาก
4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเปิดเสรีเศรษฐกิจอาเซียน โดยภาพรวม แบ่งออกเป็น 8 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเปิดเสรีเศรษฐกิจอาเซียน

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	$\overline{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	3.78	0.62	มาก
2. ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ	4.18	0.59	มาก
3. ด้านคมนาคม	4.12	0.65	มาก
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.08	0.68	มาก
5. ด้านสถานที่พัก	4.18	0.63	มาก
6. ด้านของฝาก/ของที่ระลึก	4.19	0.65	มาก
7. ด้านความปลอดภัย	4.12	0.65	มาก
8. ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่	4.11	0.65	มาก
ภาพรวมทั้ง 8 ด้าน	**4.10**	**0.49**	**มาก**

จากตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเปิดเสรีเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ในภาพรวม นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้พิจารณาเลือกอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.10 และ SD = 0.49) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษาใช้ปัจจัยในการพิจารณาเลือกอยู่ในระดับดีมากทุกด้าน โดยมีปัจจัยในการพิจารณาเลือกด้านของฝากของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.19 และ SD = 0.65) รองลงมาด้านสถานที่พัก และด้านแหล่งท่องเที่ยวและดึงดูดใจมีความเฉลี่ยเท่ากัน($\overline{X}$ = 4.18 และ SD = 0.65) รองลงมาคือ ด้านความปลดอภัย และด้านคมนาคมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.12 และ SD = 0.65) ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.11 และ SD = 0.65) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.08 และ SD = 0.68 และด้าน

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\overline{X}$ = 3.78 และ SD = 0.62) ภาพรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักศึกษาอยู่ในระดับดีมากเรียงตามลำดับได้แก่ ด้านของฝากของที่ระลึก ด้านสถานที่พัก ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ด้านคุณการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อันดับสุดท้ายด้านความวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

7. การอภิปรายผล

ภาพรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักศึกษาอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับอันดับแรกได้แก่ ด้านของฝาก/ของที่ระลึก ด้านสถานที่พัก ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ อันดับสุดท้ายด้านความวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ทั้งนี้หากพิจารณาเปรียบเทียบกับผลการวิจัยครั้งนี้กับศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวของประเทศในภูมิภาคอาเซียนในแต่ละด้าน พบว่า มีความสอดคล้องและสัมพันธ์กับศักยภาพดังกล่าว [10] ดังนี้

การเปรียบเทียบผลการวิจัยกับศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวของประเทศในภูมิภาคอาเซียนแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

พบว่านักศึกษามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อด้าน 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ อันดับที่สอง คือ ท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อประชุม สัมมนาฯลฯ และอันดับสุดท้าย คือ ท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ในส่วนของการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ประเทศลาวมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวมากที่สุดคิดเป็น 85% ด้านการพักผ่อนหย่อนใจ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ

นักศึกษามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อ 3 อันดับแรก ได้แก่ บรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว อันดับที่สอง คือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และอันดับสุดท้าย คือ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวในส่วนของการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ประเทศอินโดนีเซีย คือเกาะบาหลี มีนักท่องเที่ยวคิดเป็น 60% และประเทศสิงคโปร์ มีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวมากที่สุดคิดเป็น 55%

ด้านการคมนาคม

พบว่านักศึกษามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อผลต่อ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเดินทางสะดวก อันดับที่สอง คือ ป้ายและสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน และอันดับสุดท้าย คือ แผนที่ในการเดินทางในส่วนของการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ประเทศลาว มีการคมนาคมที่ดี ด้านเครื่องบินมากที่สุดคิดเป็น 85% และประเทศเวียดนานมีการคมนาคา ด้านรถไฟ คิดเป็น 62%

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

พบว่านักศึกษามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อผลต่อ 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม/ความสะอาด/คุณภาพ อันดับที่สอง คือ ห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้และอันดับสุดท้าย คือ สถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย

ด้านสถานที่พัก

พบว่านักศึกษามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ โดยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อผลต่อ 4 อันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของที่พัก อันดับที่สอง คือ ความสะดวกสบายของที่พัก อันดับที่สาม คือที่พักมีราคาเหมาะสม และอันดับสุดท้าย คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในส่วนของการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ประเทศมาเลเซีย ด้านโรงแรมสตอร์เบอร์รี่ปาร์ค มีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวมากที่สุดคิดเป็น 50%

ด้านของฝาก/ของที่ระลึก

พบว่านักศึกษามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อผลต่อ 5 อันดับแรก ได้แก่ สามารถนำไปเป็นของฝาก/ของที่ระลึกได้อย่างเหมาะสม อันดับที่สอง คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ อันดับที่สาม คือ ผลิตภัณฑ์มีราคาเหมาะสม อันดับที่สี่ คือ ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม และอันดับสุดท้าย คือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกชมมากมายในส่วนของการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ประเทศอินโดนีเซียมีนักท่องเที่ยวซื้อภาพวาดมากที่สุดคิดเป็น 55%

ด้านความปลอดภัย

พบว่านักศึกษามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อผลต่อ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยในการเดินทาง อันดับที่สอง คือ มีระบบรักษาความปลอดภัย และอันดับสุดท้าย คือ ความปลอดภัยในการใช้สถานที่ในการทำกิจกรรมในส่วนของการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ประเทศสิงคโปร์มีความปลดภัยมากที่สุดคิดเป็น 80%

ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

พบว่านักศึกษามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ โดยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อผลต่อการ 4 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร อันดับที่สอง คือ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่เต็มใจให้บริการ อันดับที่สาม คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว และอันดับสุดท้าย คือ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการในส่วนของการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ประเทศสิงคโปร์นักท่องเที่ยวได้รับบริการดีมากที่สุดคิดเป็น 70% ด้านศูนย์การค้า

8. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นของนักศึกษาในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้ ปัจจัยด้านของฝากและของที่ระลึก ราคาประหยัด ของฝากน่ารักสวยงาม รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่นักศึกษาให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจและด้านด้านสถานที่พักนักศึกษาให้ความสำคัญเป็นอันดับสอง นั้นแสดงให้เห็นว่านักศึกษาก่อนที่จะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวนั้นจะให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ตัวเองใจและอยากไป เช่นน้ำตก ทะเล วัดวาอาราม วังเก่า ตลาดน้ำ ป่า ภูเขา อุทยานต่างๆ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญเป็นอันดับสามคือ ปัจจัยด้านการคมนาคม และ ปัจจัยด้านความปลอดภัย สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้ ชุมชน โรงพัก และโรงพยาบาล การเดินทางสะดวกสบายไม่ลำบาก ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่เป็นมิตรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มาอาหาร น้ำ บริการราคาไม่แพง มีห้องน้ำ และสถานที่จอดรถเพียงพอกับนักท่องเที่ยว และลำดับสุดท้ายที่นักศึกษาให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว นั้นแสดงให้เห็นว่าด้านวัตถุประสงค์ไม่มีความสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแต่อย่างไร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งในภาพรวมปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเปิดเสรีเศรษฐกิจอาเซียน อยู่ในระดับที่สูง โดยมีค่าเฉลี่ยโดยรวมที่ระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ไม่ควรมองแค่ผลกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว แต่ควรมีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย และคืนกำไรให้ลูกค้า เช่น รับประทานอาหารครบ 2,000 บาท รับประทานอาหารฟรี อีก 1 ครั้ง นอกจากนี้ควรจะจัดทำเว็บไซต์เกี่ยวกับโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย การเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร เป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง สามารถกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นในด้านการเตรียมพร้อมเข้าสู่การเปิดเสรีเศรษฐกิจอาเซียนนั้นประเทศไทยความให้ความสำคัญในแต่ละประเด็นเท่ากันและควรส่งเสริมทางด้านของฝากของที่ระลึกให้มากที่สุดตัวอย่าง เช่น การทำสินค้าโอทอป ศูนย์บริการของฝากที่ครบวงจรและทันสมัย ประเทศที่มีชื่อเสียงด้านของฝากของที่ระลึกคือประเทศไทยของเราคือของฝากของที่ระลึกในที่ทำมาจากรูปช้าง คิดเป็น 50% และประเทศมาเลเซีย เรื่องของกุณแจสัญลักษณ์ คิดเป็น 45% ทำให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นที่หนึ่งในด้านของฝากของที่ระลึกนั้น

9. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.สมบัติ ทีฆทรัพย์ ที่ได้ช่วยแนะนำและวางแผนขั้นตอนการการทำการวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน รศ.ศรีอรุณ เรศานนท์ รศ.ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์ และผศ.ดร.พิชัย จันทร์มณี ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยฉบับนี้ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทำให้การทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

10. การอ้างอิง

[1] จีระวรรณ แก่นศึกษา, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย, สาขาวิชาวิศกรรมโยธา มหาวิยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2547.

[2] วัลภา แซ่อึ้ง พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักศึกษาในเขตจังหวัดชลบุรี (หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารทั่วไป) มหาวิทยาลัยบูรพา, 2548.

[3] McIntosh& Goeldner,C.R. Tourism: Principle,Practices,Philosophies,5th ed,Newyork: John wiley&Sons,Icn, 1986.

[4] ฐิติรัตน์ เหมัษฐิติ, ปัจจัยที่มีผลต่อการ ซื้อผ้าไหมมัดหมี่เพื่อตัดชุดโอกาสพิเศษของข้าราชการสตรี สถาบันราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541.

[5] นิคม จารุมณี, การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพ : โอเดียนสโตร์, 2536.

[6] วิบูล จันทร์แย้ม, พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัดลพบุรี วารสารสมาคม นักวิจัยทางสังคมศาสตร์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 (ก.ค.-ธ.ค.2545).

[7] สุภาวกี ชาวผ้าขาว, พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554.

[8] อรนี บุญมีนิมิต, พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วิทยานิพนธ์ (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2540.

[9] สุทธนู ศรีไสย์, สถิติประยุตก์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ วิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

[10] BU Academic Review Available: http://www.thai-aec.com/tag : 21 February, 2012. (In Thai)