



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่
Impacts of Change in Tourism Market Structure and Tourists' Behavior in
Krabi Province

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ

พฤษภาคม 2558

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่
Impacts of Change in Tourism Market Structure and Tourists' Behavior in
Krabi Province

คณะผู้วิจัย

สังกัด

ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์
สมจินตนา คุ่มภัย
ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์
สุชาติ ฉันทสำราญ
วิลาวัณย์ ดึงไทรย์ภพ

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ชุดโครงการการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
จังหวัดกระบี่

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เป็นโครงการวิจัยที่มีจุดเริ่มต้นมาจากผู้ใช้ประโยชน์งานวิจัย ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ที่มีวิสัยทัศน์ มุมมองและเข้าใจถึงบริบทของการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ นายประสิทธิ์ โอสมานนท์ ผู้ว่าราชการจังหวัดกระบี่ นายณรงค์ วุ่นซิ้ว หัวหน้าสำนักงานจังหวัดกระบี่ นางวิยะดา ศรีรางกุล ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นายชำนาญ ศรีสวัสดิ์ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณทั้งสามท่านที่เป็นผู้ริเริ่มในการนำองค์ความรู้จากการวิจัยไปใช้ในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

งานวิจัยนี้เป็นการดำเนินการภายใต้หน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจยั่งยืน สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ที่ให้การสนับสนุนทุนดำเนินการหน่วยวิจัยที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการพัฒนาโจทย์วิจัยจนได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผู้วิจัยขอขอบพระคุณแหล่งทุนที่สนับสนุนให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณสมาชิกในหน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจยั่งยืนที่ให้การสนับสนุนและแนะนำในด้านต่าง ๆ และให้กำลังใจผู้วิจัยจนสามารถฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ ได้

รายงานวิจัยนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ ดร.จันทริกา ธนะโสภณ ผู้อำนวยการฝ่าย ฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งให้การสนับสนุนและกำลังใจที่ดีในการทำงาน รวมไปถึงผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี โพธิยะราช ผู้ประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้โอกาสผู้วิจัยได้มีโอกาสร่วมงานและให้คำแนะนำในการดำเนินการวิจัยด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยขอบคุณคุณบัญชา แวงหลิ ประธานกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาตม คุณสนิท เกาะกลางผู้ประสานงานกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะกลาง คลองประสงค์ คุณนันทพงศ์ นาคฤทธิ์ ประธานกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนอ่าวลึกที่ให้คำแนะนำและข้อมูลดี ๆ ผู้วิจัยขอบคุณนางสาวนันทยา สุขสม ผู้ช่วยนักวิจัยที่ช่วยประสานงาน และดำเนินการนัดหมาย และอำนวยความสะดวกตลอดโครงการวิจัย

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ที่ให้โอกาสทางวิชาการแก่ผู้วิจัย รวมถึงครอบครัวที่เข้าใจและให้กำลังใจตลอดมา ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายหรือวางแผนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้เพื่อพัฒนาสังคมท้องถิ่น หากงานวิจัยนี้มีประโยชน์ไม่มากนักน้อย ผู้วิจัยขอยกความดีความชอบให้กับบิดา มารดา ครูบาอาจารย์ที่ได้สั่งสอนอบรมให้ความรู้กับผู้วิจัย

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์

สมจินตนา คุ่มภัย

ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์

สุชาติ ฉันทสารานู

วิลาวัณย์ ตังไตรัยภพ

พฤษภาคม 2558

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยได้เป็นจำนวนมากคือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2556 พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยถึง 26.73 ล้านคน ซึ่งมีอัตราการเติบโตร้อยละ 19.60 และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยถึง 1,171,651.42 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2557) โดยจังหวัดกระบี่เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูง โดยในปี พ.ศ. 2556 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีการขยายตัวประมาณร้อยละ 16.61 สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้ถึง 60,326.48 ล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ 1,870,953 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,814,722 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ซึ่งการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่นี้เกิดขึ้นมาจากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียมีการเดินทางมาท่องเที่ยวในกระบี่อย่างมากทำให้ในบางพื้นที่ อาทิ แหล่งท่องเที่ยว 4 หมู่เกาะของจังหวัดกระบี่อันได้แก่ เกาะไก่ เกาะปอดะ หาดไร่เลย์ และทะเลแหวก มีการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวอย่างมาก

จากข้อมูลสถิติในปี พ.ศ. 2554 และ พ.ศ. 2555 พบว่า สถิตินักท่องเที่ยวจากจีนและรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวสูงมาก โดยในปี พ.ศ. 2554 นักท่องเที่ยวชาวจีนมีอัตราการเพิ่มขึ้น 79.18% แม้ว่าอัตราการเพิ่มขึ้นจะลดลงเหลือ 1.27 % ในปี พ.ศ. 2555 เช่นเดียวกันกับประเทศรัสเซียที่มีการเพิ่มขึ้น 79.97% ในปี พ.ศ. 2554 แต่ในปี พ.ศ. 2555 มีอัตราการเพิ่มขึ้นเพียง 34.37 % นอกจากนี้จากเก็บข้อมูลเบื้องต้นในจังหวัดกระบี่พบว่าแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซียและจีนมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดดังเห็นได้จากเที่ยวบินแบบ Charter Flight ที่เข้าหาลำบากจากรัสเซียและจีนที่มีจำนวนมากขึ้น และด้วยจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นย่อมหลีกเลี่ยงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับโครงสร้างของตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่โดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้อย่างแน่นอน ด้วยเหตุนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจึงกังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ดังนั้น โครงการวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่
3. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดในจังหวัดกระบี่ที่เปลี่ยนแปลงไป
4. เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

วิธีการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นงานวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่และความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวใน

จังหวัดกระบี่ โดยอาศัยกระบวนทัศน์การวิจัยเชิงตีความ (Intepretive Research Paradigm) ด้วยกระบวนกรวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเพื่อดำเนินการจำแนกนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ด้วยการการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ซึ่งเป็นเป็นวิธีการจัดกลุ่มข้อมูล หรือแบ่งกลุ่มคน ออกเป็นกลุ่มย่อยอย่างน้อย 2 กลุ่มตามลักษณะที่กำหนด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) โดยสมาชิกในแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะหรือรูปแบบพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน ในขณะที่สมาชิกระหว่างกลุ่มจะมีความแตกต่างกัน การวิเคราะห์จัดกลุ่มนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่มีการออกแบบคำถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยปรับปรุงจากแบบสอบถามรูปแบบการดำรงชีวิตของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ (วรรณลดา มหาวิโร พิมพลักส์ พงศกรรังศิลป์ และศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2556) และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาคใต้ (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ, 2557) และดำเนินการแปลภาษาต่างประเทศ ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษารัสเซีย เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาสังกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) และจัดกลุ่ม (Cluster) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 281 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 119 คน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่เกี่ยวกับความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ทางการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ด้วยวิธีการแบบสะดวก (convenience sampling) จากธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจและยินดีที่จะตอบแบบสอบถาม และมีการควบคุมให้มีการกระจายของแบบสอบถามไปยังธุรกิจท่องเที่ยวที่ขนาดและรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เพื่อเก็บข้อมูลจากสมาชิกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และดำเนินการเก็บข้อมูลโดยส่งนักวิจัยลงพื้นที่และขออนุญาตเก็บรวบรวมมูลจากธุรกิจต่าง ๆ และสามารถเก็บรวบรวมได้ทั้งสิ้น ทั้งสิ้น 150 ธุรกิจ

3. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participated Observation) การสัมภาษณ์จะดำเนินการในรูปแบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (The Informal Conversation Interview) ซึ่งการถามจะไม่มีเตรียมประเด็นล่วงหน้า เพียงวางกรอบโครงสร้างที่จะสัมภาษณ์ไว้กว้างๆเพื่อเปิดประเด็นในการพูดคุย เปิดกว้างในการให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะบันทึกการสัมภาษณ์ลงในแถบบันทึกเสียงและหรือจดบันทึกตามความเหมาะสม นอกจากนี้แล้ว จะใช้วิธีการสังเกตการณ์ (Observation) อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ภายหลังจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการถอดเทปและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลโดยคัดเลือกหาเรื่องที่ส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันและมีความเป็นไปได้ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน

4. ในการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยวในเบื้องต้นผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยในส่วนของการวิเคราะห์จัดกลุ่มต้องมีการวิเคราะห์องค์ประกอบก่อนด้วยวิธีการ Factor Analysis ซึ่งในเบื้องต้น ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่า Cronbach มีค่าเท่ากับ 97.1 % ซึ่งอยู่ในระดับสูงที่อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ในการนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุดมาวิเคราะห์เพื่อลดจำนวนตัวแปรโดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) และดำเนินการหมุนแกนองค์ประกอบมุมฉากแบบ Varimax โดยกำหนดให้มีค่า Eigenvalue = 1 ก่อนนำค่า Factor

Score ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ไปจำแนกนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ตามกลุ่มองค์ประกอบด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 7 กลุ่ม กลุ่มองค์ประกอบด้านความสนใจทางการท่องเที่ยว 3 กลุ่ม กลุ่มองค์ประกอบด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2 กลุ่ม โดยใช้เทคนิค Hierarchical Cluster Analysis และ K-Mean Cluster Analysis โดยในการเริ่มการวิเคราะห์จัดกลุ่มจะใช้วิธีการ Hierarchical Cluster Analysis เพื่อดูความเหมาะสมของจำนวนกลุ่มเบื้องต้นจากแผนภาพ Dendrogram ก่อนดำเนินการวิเคราะห์จัดกลุ่มต่อไป

ผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่องผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ตลอดจนความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยพบว่า

ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงแต่ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 33 ปี 6 เดือน 21 วัน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,925.52 บาท ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.08 โดยกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสโสดและสมรสแล้วไม่แตกต่างกันมากนัก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.13 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 21.00 และนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 18.15 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 71.43

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 72.25 มีจังหวัดกระบี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยที่ร้อยละ 81.75 จังหวัดกระบี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง โดยจะไม่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอีกต่อไป ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่กับกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.64 และมีจำนวนสมาชิกที่เดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.18 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 44.50 เดินทางไปท่องเที่ยวในหมู่เกาะพีพีเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมาคือการท่องเที่ยว 4 เกาะทะเลแหวก คิดเป็นร้อยละ 34.25 และหาดนพรัตน์ธารา คิดเป็นร้อยละ 30.25 ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่โดยเฉลี่ย 2.47 ครั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลถึงการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่อีกว่าเป็นเพราะความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขาเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียง ความนิยม การบอกต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.80 โดยสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างไปพักค้างมากที่สุดคือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 51.15 โดยมีจำนวนวันพักค้างเฉลี่ย 6.68 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 1,499.02 บาท ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 51.16 เดินทางไปจังหวัดกระบี่ด้วยเครื่องบิน และเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดกระบี่ด้วยรถสองแถวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.50 ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 96.98 จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่อีกอย่างแน่นอน โดยกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.00 จะกลับมาท่องเที่ยวอีกอย่างแน่นอน และอีกร้อยละ 46.98 อาจจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 62.18 จะมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่อีกเนื่องจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 11.92

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ซึ่งในขั้นตอนแรกต้องมีการวิเคราะห์สกัดตัวแปรด้วยวิธีการ Factor Analysis พร้อมทั้งหาค่า Factor Score เพื่อนำไปวิเคราะห์จัดกลุ่มต่อไป โดยการวิเคราะห์สกัดตัวแปรนั้น ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดด้านรูปแบบการดำรงชีวิตเป็นแนวทางในการวิเคราะห์สกัดตัวแปรตามหลักการ AIO ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น โดยมีผลการสกัดตัวแปรในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด 31 ตัวแปร สามารถนำมาจัดกลุ่มองค์ประกอบได้ทั้งหมด 7 องค์ประกอบ ในส่วนของความสนใจจากตัวแปรทั้งหมด 23 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบได้ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ และในด้านความคิดเห็นจากตัวแปรทั้งหมด 17 ตัวแปร สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 องค์ประกอบ และเนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามกลุ่มสัญชาติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการจัดกลุ่มไปวิเคราะห์ด้วยวิธี K-Mean Cluster Analysis พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 4 กลุ่ม และนำมาวิเคราะห์ร่วมกับตัวแปรสัญชาติของนักท่องเที่ยวโดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square test) สามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามสัญชาติได้ดังนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและจีน เป็นกลุ่มผจญภัย (Adventure) ที่เดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยการเล่นบันจี้จัมพ์ เพนทบอล โกคาร์ท ขับรถ ATV ยิงปืน ปีนเขา ปีนผา ชีจี้รยาน ส่องสัตว์ ดูนก และล่องแก่ง เดินป่า ชีจี้รยานเสือภูเขา ศีรษะธรรมชาติ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mainstream) ที่เน้นการท่องเที่ยวตามภารกิจ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก และกลุ่มทำงานและท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวีย เป็นกลุ่มอนุรักษ์นิยม (Conservative) ที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเรียบง่ายสงบ (Low Profile Tourist) นิยมรับประทานอาหารท้องถิ่นและสินค้าท้องถิ่นของประเทศไทย พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative) เน้นการเรียนรู้ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า และเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative) เช่นเดียวกันกับกลุ่มสแกนดิเนเวียที่เน้นการเรียนรู้ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า

กลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและอื่น ๆ มีลักษณะเช่นเดียวกันกับกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่เป็นพวกแสวงหาประสบการณ์ (Experience Seeker) เน้นการเรียนรู้ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า

ในส่วนของการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่าในจังหวัดกระบี่ ผลกระทบที่เด่นชัดต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมยังไม่เด่นชัดมากนักเนื่องจาก จังหวัดกระบี่มีการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใต้จุดยืนการเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพที่มีชื่อเสียงระดับโลก ดังนั้น กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่จึงเน้นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักในจังหวัดกระบี่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย ในขณะที่สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีความกังวลนั้น พบว่ามีการเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ร้อยละ 42.14

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยมองว่าการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปลดน้อยลง ซึ่งการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียมีปัญหาด้านการสื่อสารที่นักท่องเที่ยวทั้งสองชาติไม่พูดภาษาอังกฤษ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่จะมีความกังวลเรื่องการถูกหลอกลวงจากผู้ประกอบการที่ในที่สุดจะส่งผลให้กลุ่มทุนรัสเซียเข้ามา

ลงทุนในจังหวัดกระบี่และอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบทางลบตามมา ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวนั้น แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จะไม่ได้รับผลกระทบมากนัก แต่แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเช่น การท่องเที่ยว 4 เกาะทะเลแหวกที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นจีน ยุโรป รัสเซียเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวจำนวนมากก่อให้เกิดความแออัดและใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวมากเกินไปจนขีดความสามารถในการรองรับ และจะส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในที่สุด นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเป็นทั้งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากจังหวัดกระบี่ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากจังหวัดภูเก็ตและอื่น ๆ

โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวรัสเซียที่มีความคล้ายคลึงกันคือ การส่งเสียงดัง รบกวนนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ รวมไปถึงพฤติกรรมเฉพาะบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการไม่ชอบเข้าคิว ชอบสูบบุหรี่ ชอบขโมยสิ่งของ ไม่สนใจกฎจราจรที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอื่น ๆ พยายามหลีกเลี่ยงที่จะพักในโรงแรมเดียวกัน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่กังวลของหลายฝ่ายว่าหากสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั้งชาวจีนและรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่โดยรวม ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าสิ่งที่ปัญหาในเรื่องนี้คือ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของตะวันออกและตะวันตกที่ทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละชาติมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ปัญหาที่สำคัญของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่พบว่า มีปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ หลังจากที่ได้วิเคราะห์ปัญหาร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่า เหตุผลที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ต้องเผชิญกับปัญหาแรงงานเนื่องมาจากฤดูกาลทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีเพียง 6 เดือน ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ไม่สามารถจ้างพนักงานได้ตลอดทั้งปี หรือหากจ้างได้ตลอดทั้งปีในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวก็จะมีค่าจ้างค่าแรงหรือค่าตอบแทนลดลง ด้วยเหตุนี้ แรงงานในภาคท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จึงมีการโยกย้ายไปทำงานในเมืองท่องเที่ยวอื่น อาทิ ภูเก็ต หรือเกาะสมุย

นอกจากนี้ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ปัญหาด้านการจ่ายค่าตอบแทนที่ไม่สูงนักทำให้แรงงานในภาคท่องเที่ยวที่มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ย้ายไปทำงานที่อื่น ประกอบกับปัญหาเรื่องทัศนคติในการทำงานที่คนภาคใต้จะมองว่าการทำงานบริการเป็นงานที่มีเกียรติน้อยกว่าเป็นข้าราชการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อค่านิยมการจบปริญญาตรีที่ให้ผู้จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพจากสถาบันอาชีวศึกษาต่าง ๆ ในจังหวัดกระบี่ต้องการที่จะเรียนต่อให้จบระดับปริญญาตรี และต้องการภาระงานที่สอดคล้องกับระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในภาคใต้ ทำให้มีโอกาสในการสร้างรายได้จากอาชีพอื่น เช่น อาชีพเกษตรกรรมปลูกยางพารา หรือปาล์มน้ำมัน หรือสวนผลไม้ ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงไม่ต้องพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยว และพร้อมที่จะออกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเข้าสู่อุตสาหกรรมเกษตรแทนที่

ปัญหาที่สำคัญอีกสองประเด็นเกี่ยวข้องกับด้านศักยภาพและความสามารถของบุคลากร ประเด็นแรกเกี่ยวกับปัญหาปัญหาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และปัญหาในด้านศักยภาพหรือประสบการณ์ของบุคลากรที่มีอัตราการเข้าออกงานสูงเนื่องจากสิ่งจูงใจในเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ จะสูงกว่า และปัญหาที่สำคัญปัญหาสุดท้ายคือ ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายที่ทำให้กฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการละเมิดและส่งผลกระทบต่อความเสื่อมโทรมหรือเสียหายในทรัพยากรทางธรรมชาติ อาทิ การควบคุมเรื่องมัคคุเทศก์ชาวไทยในทัวร์ต่างชาติ ที่ส่งผลกระทบต่อความคุ้มครองนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบางต่อการเสื่อมโทรมสูง

โดยในส่วนของการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่โดยใช้แบบสอบถาม พบว่า ปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานของพนักงาน 5 อันดับแรก มีดังนี้

อันดับ 1 พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เข้าใจเรื่อง

อันดับ 2 องค์การขาดแคลนพนักงานหรือหาพนักงานมาทำงานกับองค์กรได้ยาก

อันดับ 3 พนักงานไม่เข้าใจพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยว

อันดับ 4 พนักงานขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบ

อันดับ 5 พนักงานขาดความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม

ทั้งนี้เมื่อสอบถามถึงตำแหน่งงานที่ขาดแคลนพบว่า ตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการนั้น มีความขาดแคลนในแผนกแม่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือ แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้า ในขณะที่ตำแหน่งงานระดับหัวหน้างานพบว่าการขาดแคลนในแผนกสารสนเทศมากที่สุด รองลงมาคือ แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้า และสำหรับงานในระดับปฏิบัติการ (ประจำ) นั้นพบว่า แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้ามีความขาดแคลนมากที่สุด ในขณะที่ระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว) มีความขาดแคลนในแผนกธุรการและบัญชีมากที่สุด

โดยคุณสมบัติที่จำเป็นต่องานในแต่ละระดับนั้น พบว่า ในระดับผู้บริหารต้องการความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ภาษาต่างประเทศ ทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบ ทักษะที่ดีต่องานที่รับผิดชอบ และทักษะการเป็นผู้นำ ในขณะที่ในระดับหัวหน้างานนั้นมีความต้องการหัวหน้างานที่มีทัศนคติที่ดีต่องานที่รับผิดชอบมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ทักษะการแก้ไขปัญหา ทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบ ภาษาต่างประเทศ และความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบ โดยในส่วนของพนักงานระดับปฏิบัติการ พบว่า ต้องการพนักงานที่มีทัศนคติที่ดีต่องานที่รับผิดชอบมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบ ภาษาต่างประเทศ ทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบ และทักษะการแก้ไขปัญหา ตามลำดับ

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์อยู่ 2 ประเด็นหลัก ๆ ได้แก่ 1) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากปัญหาที่สำคัญในปัจจุบันเกี่ยวกับแรงงานในภาคท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ไม่ใช่ปัญหาเชิงปริมาณแต่เป็นปัญหาเชิงคุณภาพ นั่นคือ ขาดแรงงานที่มีศักยภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จึงต้องการหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรที่เป็นหลักสูตรกลาง เมื่ออบรมเสร็จจะได้รับใบประกาศที่สามารถนำไปสมัครงานได้เลยไม่ต้องใช้วุฒิการศึกษา และ 2) การปรับทัศนคติของแรงงานในอนาคต เนื่องจากการมีค่านิยมจบปริญญาตรี และทัศนคติในการทำงานบริการ ซึ่งต้องมีการปรับทัศนคติในการทำงานตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาไปจนถึงระดับปริญญาตรีอันจะเป็นแนวทางการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ต้องการคือ หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ แนวทางการบริหารจัดการหลักสูตร รวมทั้งรายละเอียดหลักสูตร โดยผู้วิจัยได้นำแนวทางการฝึกอบรมพัฒนาฝีมือแรงงานของแรงงานจังหวัดกระบี่และข้อตกลงว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติบุคลากรวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวอาเซียน หรือ MRA เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร

จากผลกระทบด้านบวกและด้านลบที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ สามารถนำเสนอแนวทางในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ได้ดังนี้

1. การจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

1.1 การยึดมั่นในตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพ โดยทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ต้องยึดมั่นในตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ของการเมืองท่องเที่ยวคุณภาพที่มีชื่อเสียงระดับโลกที่ได้ร่วมกันพัฒนาภายใต้ปฏิญญาการท่องเที่ยวกระบี่ เพื่อเป็นการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกตลาดเป้าหมายที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2 การสร้างการรับรู้ หรือพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมายการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี หน่วยงานที่รับผิดชอบหรือมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ต้องร่วมกันดำเนินการพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวที่สามารถสื่อสารให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจแนวทางการปฏิบัติตัวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมแนวทางการปฏิบัติตัวในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี

1.3 การจัดทำขีดความสามารถในการรองรับในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่หลายแห่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบางต่อการเสื่อมโทรมอันเนื่องจากการท่องเที่ยวสูง ดังนั้น ในพื้นที่ต่าง ๆ เหล่านี้ควรมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับเพื่อจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อันเป็นการป้องกันและลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

1.4 การจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหนาแน่นจากนักท่องเที่ยว ควรมีการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบางสูง ซึ่งจะสามารถช่วยลดจำนวนหรือปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหนาแน่นและมีความเปราะบางสูง

1.5 การพัฒนาศักยภาพในการสื่อสารของบุคลากรทางการท่องเที่ยว เนื่องจากปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งของการท่องเที่ยวคือ การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงต้องเร่งพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้สามารถสื่อสารและบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.6 การบังคับใช้กฎหมาย เนื่องจากปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดไม่ว่าจะเป็นในด้านการกำหนดให้มีมัคคุเทศก์ชาวไทย หรือ Sitting Guide เดินทางไปพร้อมกับคณะทัวร์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกครั้งเพื่อช่วยสื่อสารและควบคุมดูแลนักท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ รวมทั้งการควบคุมกฎหมายการตั้งกิจการใหม่ของนักลงทุนต่างชาติให้รอบคอบเพื่อให้การดำเนินการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เป็นไปตามแผนที่วางไว้

1.7 การออกแบบการบริการที่ยืดหยุ่น เนื่องจากในการดำเนินการธุรกิจ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องคงไม่สามารถที่จะปฏิเสธนักท่องเที่ยวได้หากนักท่องเที่ยวนั้นมีความต้องการหรือเดินทางมาใช้บริการ ดังนั้น ทางเดียวที่สามารถกระทำได้คือ การจัดการบริการที่ยืดหยุ่นด้วยการกำหนดระยะเวลาในการให้บริการ หรือพื้นที่ในการให้บริการเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหรือรัสเซีย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการหลายแห่งในจังหวัดกระบี่ใช้วิธีการประสานงานกับมัคคุเทศก์ที่นำนักท่องเที่ยวชาวจีนเกี่ยวกับระยะเวลาในการรับประทานอาหารเช้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือ การจัดพื้นที่บริการเฉพาะแยกกลุ่มจากนักท่องเที่ยวยุโรปเพื่อลดโอกาสในการเผชิญหน้า

2. หลักสูตรการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่

ในการจัดการกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวดังที่กล่าวไปข้างต้นแล้วนั้น สิ่งสำหรับผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวใน

จังหวัดกระบี่ต้องการคือ การพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยอาศัยรูปแบบการพัฒนา 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้ (knowledge) ทักษะ (skills) ความสามารถ (ability) และคุณสมบัติอื่น (others) หรือ โมเดล KSAOs มาประยุกต์กับข้อมูลความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการ หลักสูตร พัฒนาฝีมือแรงงานด้านการท่องเที่ยว และข้อตกลงว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว อาเซียน (MRA) โดยมีรายละเอียดของหลักสูตร ดังนี้

2.1 หลักสูตรฝึกอบรมจำแนกตามตำแหน่งงานในธุรกิจโรงแรมที่พัก และร้านอาหาร โดยกำหนด คุณสมบัติและรายละเอียดของการฝึกอบรมในแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกครัว แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน และแผนกช่าง

2.2 หลักสูตรฝึกอบรมจำแนกตามระดับงาน โดยแบ่งออกเป็นงานในหลายระดับ ได้แก่

หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 เพื่อให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่ต้องการเข้าสู่งานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับปฏิบัติการ โดยมีจำนวนชั่วโมงฝึกอบรม 75 ชั่วโมง

หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 เพื่อพัฒนาความรู้เพิ่มเติมสำหรับผู้ทำงานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่ผ่านการอบรมหลักสูตรระดับที่ 1 และมีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 1 ปี โดยมีจำนวนชั่วโมงทั้งสิ้น 48 ชั่วโมง

หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 เพื่อเตรียมบุคลากรในระดับซูเปอร์ไวเซอร์ หรือระดับหัวหน้างาน ซึ่งเป็นผู้ผ่านการฝึกอบรมในระดับที่ 2 และมีประสบการณ์ในการทำงานหลังจากผ่านการฝึกอบรม ในระดับที่ 2 ไม่น้อยกว่า 1 ปี โดยมีจำนวนชั่วโมงทั้งสิ้น 42 ชั่วโมง

หลักสูตรฝึกอบรมระดับบริหาร เป็นหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับผู้บริหารที่อยู่ในตำแหน่งไม่ต่ำกว่า ระดับผู้จัดการมาไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือผู้ผ่านการอบรมในระดับ 3 และมีประสบการณ์ทำงานในระดับ ซูเปอร์ไวเซอร์ไม่น้อยกว่า 2 ปี โดยมีจำนวนชั่วโมงทั้งสิ้น 48 ชั่วโมง

2.3 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับพนักงานองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ภายในประเทศไทยจะมีความเกี่ยวข้องกับองค์การปกครองส่วน ท้องถิ่นอยู่มาก แต่ปัญหาที่สำคัญคือ เจ้าหน้าที่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนหนึ่งขาดความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาพื้นที่แหล่ง ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีจำนวนชั่วโมงทั้งหมด 60 ชั่วโมง

2.4 หลักสูตร “Train for the Trainers”

เนื่องจากการพัฒนาทุนมนุษย์เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยระยะเวลา ดังนั้น เพื่อเป็นการประหยัด งบประมาณและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน จึงต้องอาศัยวิทยากรภายในจังหวัดกระบี่ ด้วยเหตุนี้จึงควร พัฒนาวิทยากรภายในในระยะยาว และกำหนดคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้เข้าฝึกอบรมคือ มีประสบการณ์ ทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 10 ปี หรือผ่านการฝึกอบรมในหลักสูตรทั้ง 3 ระดับ และหลักสูตร เฉพาะตำแหน่ง

บทคัดย่อ

หัวหน้าโครงการ

ผศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์

Email

psiwarit@wu.ac.th

ระยะเวลาดำเนินการ

15 กรกฎาคม 2556 – 14 ตุลาคม 2557

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยเพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมทั้งความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ และพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยมีประชากรในการศึกษาครั้งนี้ทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างตามสะดวกมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 119 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 281 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนและภาษารัสเซีย 2) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบบสะดวกจากธุรกิจท่องเที่ยวและมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 ธุรกิจ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์และสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ตามสัญชาติของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า สามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวจีนและรัสเซีย กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวีย กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป และกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชีย โดยในส่วนของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่าโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ยังไม่เปลี่ยนแปลงมากนักเนื่องจากตลาดกลุ่มใหญ่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวจากสแกนดิเนเวีย และยุโรปที่มีอัตราการเติบโตต่อปีค่อนข้างสูง ในส่วนของความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์นั้น ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาขาดแคลนบุคลากรเป็นปัญหาที่สำคัญและเร่งด่วนของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่

โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยยึดมั่นในจุดยืนทางยุทธศาสตร์ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพที่มีชื่อเสียงระดับโลก รวมถึงการพัฒนาหลักสูตรการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่จำแนกออกเป็นทั้งหลักสูตรตามระดับงาน และตำแหน่งงาน รวมไปถึงหลักสูตรพิเศษที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหลักสูตรพัฒนาวิทยากรภายในจังหวัดเพื่อเป็นวิทยากรในหลักสูตรพัฒนาทุนมนุษย์ของจังหวัดกระบี่ต่อไป

Abstract

Head of Project	Assistant Professor Siwarit Pongsakornrungrungsilp, Ph.D.
Email	psiwarit@wu.ac.th
Duration	16 July 2013 – 14 October 2014

The study aimed to explore and analyze tourists' behavior in Krabi province, impacts of the changes in market structure and tourist behavior, including the needs of human capital development within tourism industry, Krabi province. Furthermore, this study also aimed to develop policy suggestions about tourism management toward the changes of market structure and tourist behavior. The populations of this study were 1) tourists, both Thais and Foreigners who were travelling to Krabi province. The convenience sampling was employed to collect data from 400 tourists: 119 Thais and 281 Foreigners. Thai, Chinese, Russian and English questionnaires were used in this study; 2) tourism businesses in Krabi province were sampled by convenience sampling and 150 businesses were collected. Moreover, qualitative methods were also used to collect data through focus group, interviews, and participated observation. Cluster analysis was employed to classify tourist behavior according to tourists' nationality.

The results found that tourists can be clustered into 5 groups: Chinese and Russian, Thai, Scandinavian, European, and Asian. Regarding to impacts from the changes in market structure and tourist behavior, the results show that there is no much change in market structure and tourist behavior because a majority of tourists in Krabi province are Scandinavian and European tourists who increasingly travel to Krabi with high rate. However, by exploring the needs of human capital development, the results show that lack of labor is urgent and important issue for hotel businesses in Krabi province.

This study demonstrates policy suggestions toward the management of changes in market structure and tourist behavior by focusing on the strategic positioning toward high quality tourism destination with world class reputation. Moreover, training course structures for human capital development are developed. This course can be classified into job levels, job positions, including training programs for local government staffs, and also training for the trainers.

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	ญ
Abstract	ฎ
สารบัญ	ฐ
สารบัญตาราง	ฒ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
ผลการวิจัยที่ได้รับ	7
ประโยชน์ที่ได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
กรอบแนวคิดในการวิจัย	32
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	33
วิธีการวิจัย	33
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	36
การวิเคราะห์ข้อมูล	37
การสังเคราะห์ข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	39
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่	39
รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง	47
ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่	68
ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่สอดคล้องกับ	81
โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ที่เปลี่ยนแปลงไป	
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรม	90
นักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป	
หลักสูตรพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่	92
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	114
สรุปผลการวิจัย	114
อภิปรายผล	126
ข้อเสนอแนะ	129

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	130
บรรณานุกรม	131
ภาคผนวก	139
ภาคผนวก 1 การลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล	140
ภาคผนวก 2 แบบสอบถามนักท่องเที่ยว	146
ภาคผนวก 3 แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	172
ภาคผนวก 4 รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย	176

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 โครงสร้างการตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ 10 อันดับแรก	2
2 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	41
3 พฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นมาก่อน	42
4 พฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นหลังจากท่องเที่ยวนี้	43
5 สมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่	43
6 แหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างเดินทางไปท่องเที่ยว	44
7 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่	44
8 ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	45
9 สถานที่พักค้างของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดกระบี่	46
10 ยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง	46
11 ยานพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง	46
12 กิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	48
13 ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	49
14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	50
15 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง	51
16 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างจะเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่	51
17 KMO and Bartlett's Test ของตัวแปร 31 ตัวแปร	52
18 ค่าTotal Variance Explained ของตัวแปรกิจกรรมการท่องเที่ยว 31 ตัวแปร	53
19 Rotated Component Matrix ของตัวแปรกิจกรรมการท่องเที่ยว 31 ตัวแปร	54
20 KMO and Bartlett's Test ของตัวแปร 23 ตัวแปร	57
21 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรความสนใจในการท่องเที่ยว 23 ตัวแปร	57
22 Rotated Component Matrix ของตัวแปรความสนใจในการท่องเที่ยว 23 ตัวแปร	58
23 KMO and Bartlett's Test ของตัวแปร 17 ตัวแปร	60
24 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรความคิดเห็นด้านการบริโภคการท่องเที่ยว 17 ตัวแปร	61
25 Rotated Component Matrix ของตัวแปรความคิดเห็นในการท่องเที่ยว 17 ตัวแปร	62
26 แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่มจำแนกตามคะแนนองค์ประกอบ (Factor Loadings) ในการจัดครั้งสุดท้าย (Final Cluster Centers)	63
27 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มองค์ประกอบของนักท่องเที่ยวใน จังหวัดกระบี่ 4 กลุ่ม	64
28 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อจำแนกกลุ่มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามกลุ่มสัญชาติ	66
29 สถิตินักท่องเที่ยวที่พักค้างในโรงแรมจังหวัดกระบี่ พ.ศ.2555	69
30 การปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาด	79
31 ร้อยละของประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม	83
32 ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
33 ระดับของปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานของพนักงานธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง	85
34 ร้อยละของการขาดแคลนพนักงานของธุรกิจการท่องเที่ยวในระดับผู้จัดการและหัวหน้างาน	85
35 ร้อยละของการขาดแคลนพนักงานของธุรกิจการท่องเที่ยวในระดับปฏิบัติการ	86
36 ค่าเฉลี่ยของคุณสมบัติที่จำเป็นต่อพนักงานระดับผู้บริหาร	87
37 ค่าเฉลี่ยของคุณสมบัติที่จำเป็นต่อพนักงานระดับหัวหน้างาน	87
38 ค่าเฉลี่ยของคุณสมบัติที่จำเป็นต่อพนักงานระดับปฏิบัติการ	88
39 โครงร่างแนวทางการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรทางการท่องเที่ยว	89
40 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับแผนกอาหารและเครื่องดื่ม	93
41 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับแผนกครัว	98
42 หลักสูตรฝึกอบรมพนักงานแผนกต้อนรับ	102
43 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับแผนกแม่บ้าน	108
44 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับแผนกช่าง	109

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่	2
2	พื้นที่วิจัยจังหวัดกระบี่	6
3	ทฤษฎีสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง	9
4	กรอบแนวคิดในการวิจัย	32
5	สัญลักษณ์โปรแกรม Huanying ที่โรงแรม Hilton ใช้ในการบริการลูกค้าชาวจีน	77
6	การประกาศใช้โปรแกรม Huanying ของโรงแรมฮิลตัน พัทยา ประเทศไทย	78

บทที่ 1

บทนำ (INTRODUCTION)

1.1 ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยที่ส่งผลต่อการสร้างความแข็งแกร่งและการเติบโตของเศรษฐกิจที่สามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2556 พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยถึง 26.73 ล้านคน ซึ่งมีอัตราการเติบโตร้อยละ 19.60 และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยถึง 1,171,651.42 ล้านบาท และคาดว่าจะมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2557 ประมาณร้อยละ 7 (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ซึ่ง UNWTO (2014) รายงานว่าในปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวเดินทางทั่วโลกสูงถึง 1,087 ล้านคน และมีทิศทางการเติบโตสอดคล้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย นั่นคือ มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องประมาณ 4.5 % จากปี พ.ศ. 2556 อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันจากคู่แข่งที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน ได้แก่ ประเทศมาเลเซียและประเทศสิงคโปร์ ด้วยเหตุนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวด้านการรักษาฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวดำเนินการที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันกับคู่แข่งในภูมิภาค

จังหวัดกระบี่เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูง โดยในปี พ.ศ. 2556 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีการขยายตัวประมาณร้อยละ 16.61 สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้ถึง 60,326.48 ล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ 1,870,953 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,814,722 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ซึ่งการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่นี้เกิดขึ้นมาจากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียมีการเดินทางมาท่องเที่ยวในกระบี่อย่างมากทำให้ในบางพื้นที่ อาทิ แหล่งท่องเที่ยว 4 หมู่เกาะของจังหวัดกระบี่อันได้แก่ เกาะไก่ เกาะปอดะ หาดไร่เลย์ และทะเลแหวก มีการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวอย่างมาก ดังแสดงในภาพที่ 1 ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จีน และยุโรปตะวันออกที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวที่มีจำนวนหลายร้อยคนในแต่ละวัน รวมกับนักท่องเที่ยวที่พำนักรีสอร์ทในโรงแรมหรือรีสอร์ทที่หาดไร่เลย์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีการกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวจำนวนมาก

ทั้งนี้ จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว (2556) พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2555 นักท่องเที่ยว 5 อันดับแรกหรือกลุ่มตลาดการท่องเที่ยวหลักที่เดินทางเข้าสู่จังหวัดกระบี่คือนักท่องเที่ยวจากประเทศสวีเดน เยอรมนี ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักรและ มาเลเซียที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าตลาดหรือนักท่องเที่ยวจากประเทศสวีเดนจะมีอัตราการเพิ่มขึ้นไม่มากนัก (+3.80 %) ซึ่งอาจจะด้วยเหตุผลที่ตลาดจากประเทศสวีเดนมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีจำนวน

นักท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวจากเยอรมนีที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอันดับสองเกือบหนึ่งเท่าตัว และโดยภาพรวมในปี พ.ศ. 2555 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวียนับว่าเป็นตลาดหลักในจังหวัดกระบี่ โดยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 319,752 คน โดยในปี พ.ศ. 2555 นักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศสมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มากขึ้นเป็นอันดับที่สาม (+20.79 %) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากอันดับที่สี่ในปี พ.ศ. 2554 ที่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 ถึง 86.17% โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นถึง 58.21 %



ภาพที่ 1 การกระจุยตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

โดยโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวหรือจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศต่าง ๆ เข้ามาในจังหวัดกระบี่ 10 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2554 – 2555 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 โครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ 10 อันดับแรก

สัญชาติ	ปี พ.ศ.				อัตราการเปลี่ยนแปลง
	ที่	2555	ที่	2554	
สวีเดน	1	173,314	1	166,964	+3.80 %
เยอรมนี	2	118,901	2	98,114	+21.19 %
ฝรั่งเศส	3	98,836	4	81,826	+20.79 %
สหราชอาณาจักร	4	95,340	3	89,700	+6.29 %
มาเลเซีย	5	94,067	5	76,455	+23.04 %
สวิสเซอร์แลนด์	6	72,681	7	59,740	+21.66 %
ออสเตรเลีย	7	66,038	6	59,988	+10.09 %
เดนมาร์ก	8	63,252	9	51,053	+23.89 %
ฟินแลนด์	9	51,820	8	56,276	-7.92 %
สหรัฐอเมริกา	10	46,541	10	43,672	+6.57 %
จีน		37,346		36,879	+1.27 %
รัสเซีย		25,269		18,805	+34.37 %
นักท่องเที่ยวชาวไทย		1,168,836		738,767	+58.21 %

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สัญชาติ	ปี พ.ศ.				อัตราการเปลี่ยนแปลง
	ที่	2555	ที่	2554	
นักท่องเที่ยวต่างชาติ		1,372,043		1,243,872	+10.30 %
นักท่องเที่ยวกลุ่ม สแกนดิเนเวีย		319,752		315,796	+1.25 %
นักท่องเที่ยวยุโรป		886,256		803,658	+10.28 %

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (2556)

จากข้อมูลสถิติที่มีอยู่ข้างต้นคือข้อมูลในปี พ.ศ. 2554 และ พ.ศ. 2555 พบว่า สถิตินักท่องเที่ยวจากจีนและรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ยังมีจำนวนไม่มากนัก แม้ว่าแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนในปี พ.ศ. 2554 จะสูงมาก (+79.18%) แต่ในปี พ.ศ. 2555 จำนวนนักท่องเที่ยวกลับลดลงเหลือเพียงเพิ่มขึ้นปีละ 1.27 % และประเทศรัสเซียที่มีการเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2554 ในระดับสูงเช่นกัน (+79.97%) แต่ในปี พ.ศ. 2555 มีอัตราการเพิ่มขึ้นเพียง 34.37 % ทั้งนี้จากการลงพื้นที่และสัมภาษณ์ผู้อำนวยการท่าอากาศยานจังหวัดกระบี่ และผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกระบี่ พบว่าในปี พ.ศ. 2555 ถึงต้นปี พ.ศ. 2556 นี้มีเที่ยวบินตรงที่นำนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและรัสเซียมาลงที่สนามบินจังหวัดกระบี่จำนวนมาก รวมทั้งห้องพักในจังหวัดกระบี่ที่อัตราการเข้าพักสูงมาก โดยมีนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างมากคือนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและรัสเซีย ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ล้นมาจากจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจากสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ปี พ.ศ. 2554 พบว่า มีนักท่องเที่ยวมาจากประเทศจีน 635,243 คน (+196.03%) และนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย 330,339 คน (+40.79) ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวจึงมีความเป็นไปได้สูงที่นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและรัสเซียจะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มากขึ้นเนื่องมาจากโปรแกรมการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งในจังหวัดภูเก็ตคือ การท่องเที่ยวสี่หมู่เกาะ รวมไปถึงหมู่เกาะพีพี หาดมาหย้า เป็นต้น จากการสังเกตและการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่พบว่าแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซียและจีนมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดตั้งเห็นได้จากเที่ยวบินแบบ Charter Flight ที่เข้าหาลำมาจากรัสเซียและจีนที่มีจำนวนมากขึ้น และด้วยจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นย่อมหลีกเลี่ยงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับโครงสร้างของตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่โดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้อย่างแน่นอน

การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่อย่างแน่นอนทั้งด้านบวก (pros) และด้านลบ (cons) อันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มตลาดมีพฤติกรรมและรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว และจากการสังเกตพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวจากตะวันตก โดยเฉพาะจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย นิยมท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เรียนรู้และสัมผัสกับธรรมชาติแบบเงียบสงบ ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากเอเชียหรือประเทศไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน เฮฮา ด้วยพฤติกรรมที่แตกต่างกันอันเนื่องมาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลกระทบต่อความรู้สึกและการเลือกประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว และอาจจะส่งผลกระทบต่อการเล่นไปท่องเที่ยวในแหล่ง

ท่องเที่ยวอื่น ๆ และในขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจจะส่งผลกระทบด้านบวกต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ได้เช่นเดียวกัน

ซึ่งจากการจัดประชุมกลุ่มย่อยของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว ณ จังหวัดกระบี่ พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วทางการท่องเที่ยวมีทั้งหมด 4 ปัญหาหลัก คือ ปัญหาด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ปัญหาทางด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว ปัญหาทางด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และปัญหาทางด้านการกำหนดราคาของธุรกิจขนส่งทางการท่องเที่ยว โดยเมื่อพิจารณาถึงปัญหาทางด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวพบว่าการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ทำให้นักท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้นด้านเชื้อชาติ โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน ผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวไม่สามารถพูดภาษารัสเซียและภาษาจีนได้ นอกจากนี้แล้ว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวยังขาดทักษะทางด้านการบริหารจัดการธุรกิจด้านต่างๆ เช่น การจัดการการเงิน การจัดการการตลาด เป็นต้น ซึ่งทักษะด้านนี้กลุ่มผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า จะเป็นเครื่องมือช่วยในการบริหารกิจการภายใต้โครงสร้างตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ปัญหาต่าง ๆ ที่กล่าวมาสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาในเรื่องคุณภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่เผชิญอยู่ นอกจากนี้แล้ว ธุรกิจท่องเที่ยวยังต้องเผชิญกับปัญหาขาดแคลนแรงงานอีกด้วย เนื่องจากแรงงานส่วนใหญ่ในภาคใต้จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดังนั้น การศึกษาถึงความต้องการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่และความต้องการแรงงานด้านการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว

นอกจากนี้สืบเนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีกลไกการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตามปัจจัยต่างๆ ทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงสภาพแวดล้อมในระดับแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น ไปจนถึงระดับโลก ทำให้โครงสร้างตลาดมีการเปลี่ยนแปลงโดยอาจมีนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศใหม่ๆ ที่มีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น มีความต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและองค์กรที่รับผิดชอบบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนานโยบายเชิงรุก และปรับกลยุทธ์ทางการตลาดโดยอาศัยข้อมูลเชิงวิชาการที่ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่และบริหารจัดการเพื่อคงไว้ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมในตลาดการท่องเที่ยวให้ย้อนกลับมาเที่ยวซ้ำ แต่ในขณะเดียวกันผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมนอกเหนือจากการให้ความสำคัญกับจำนวนนักท่องเที่ยวหรือรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยต้องสามารถรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น ในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่ว่า “กระบี่เมืองท่องเที่ยวคุณภาพ มีชื่อเสียงระดับโลก” จึงต้องทำความเข้าใจกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารจัดการและลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว รวมไปถึงการใช้ประโยชน์จากผลกระทบด้านบวกที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยว และที่สำคัญ ยังรวมไปถึงการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ดังนั้น โครงการวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยว

อย่างยั่งยืนของจังหวัดกระบี่ โดยผู้วิจัยจะประยุกต์แนวคิดวัฒนธรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียกับการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ในการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่มีวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่
3. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดในจังหวัดกระบี่ที่เปลี่ยนแปลงไป
4. เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

1.3 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ มีนิยามศัพท์ในการวิจัย ดังนี้

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาด หมายถึง ผลกระทบด้านบวกและลบที่เกิดขึ้นเมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพิ่มขึ้นหรือลดลงที่กระทบต่อโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยว

การพัฒนาทุนมนุษย์ หมายถึง การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร หรือทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายขององค์กร

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบโดยรวมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐกิจการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจโรงแรมที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจขนส่ง หรือ หน่วยงานภาครัฐ อาทิ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

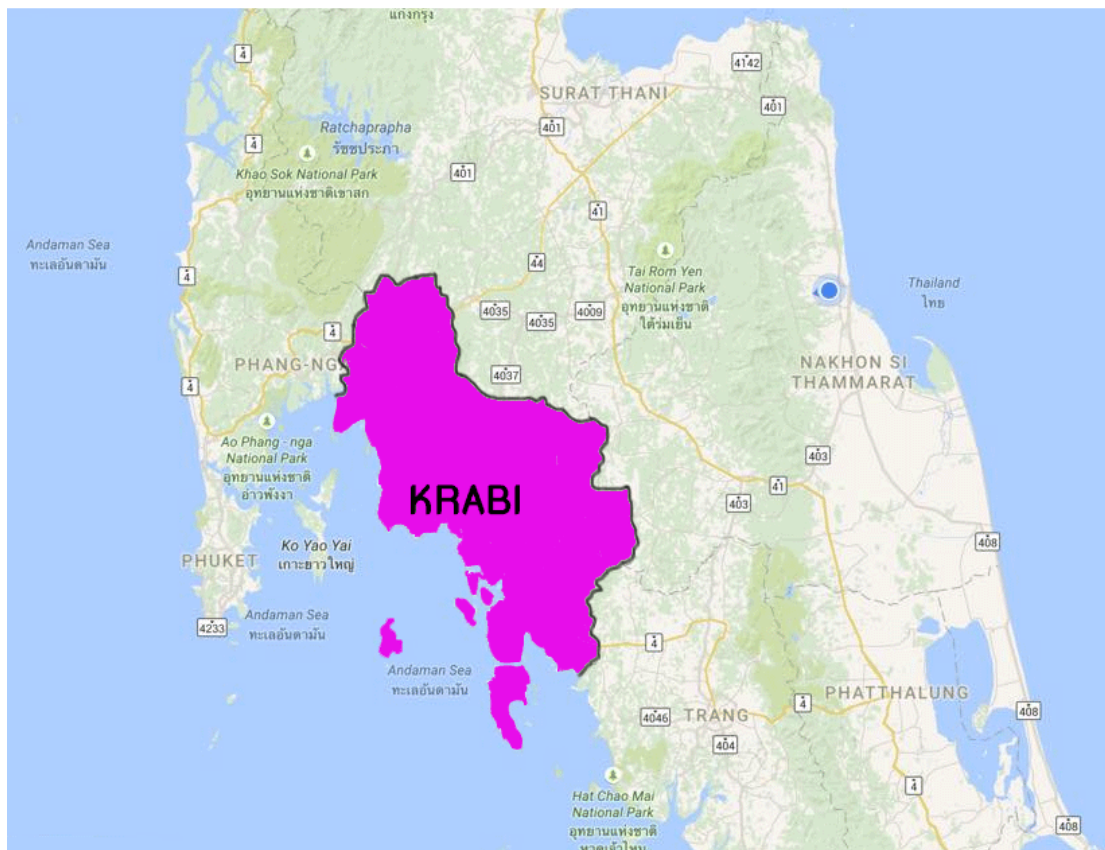
ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่มีขอบเขตในการศึกษาดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา ในการวิจัยครั้งนี้มีพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยภาพที่ 2 แสดงพื้นที่วิจัยจังหวัดกระบี่

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษา การศึกษาในครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการศึกษา 2 กลุ่ม ดังนี้

1) ผู้ที่มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่



ภาพที่ 2 พื้นที่วิจัยจังหวัดกระบี่

1.4.3 ขอบเขตด้านข้อมูลในการศึกษา การศึกษาในครั้งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยอาศัยกระบวนการทัศนวิสัยแบบผสม (Mixed Method) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยในการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเชิงลึกตามแนวคิดวัฒนธรรมผู้บริโภค (Consumer Culture Theory) ผู้ที่มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ด้วยการวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมทั้งความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดในจังหวัดกระบี่ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยอาศัยการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ในการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

1.5 ผลการวิจัยที่ได้รับ

1.5.1 ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

1.5.2 ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

1.5.3 ร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

การวิจัยเรื่องผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มีประโยชน์ที่ได้รับดังนี้

1.6.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทราบข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย เยอรมนี สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส รัสเซีย จีน และมาเลเซีย และกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.6.2 ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทราบผลกระทบทั้งด้านบวก และด้านลบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ รวมไปถึงความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ และร่วมกันกำหนดนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

1.6.3 การมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักวิชาการและนักวิจัยในโครงการกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในการร่วมกันกำหนดนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดในจังหวัดกระบี่

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (LITERATURE REVIEWS)

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้จำแนกการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ โดยในการศึกษาครั้งนี้จะใช้แนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และวัฒนธรรมผู้บริโภคในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ และแนวคิดด้านทุนมนุษย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ก่อนที่จะทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ควรมีความเข้าใจกับความหมายของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าใจบริบทของการท่องเที่ยว

โดยการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2544, น. IV) คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนั้น โดยวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน

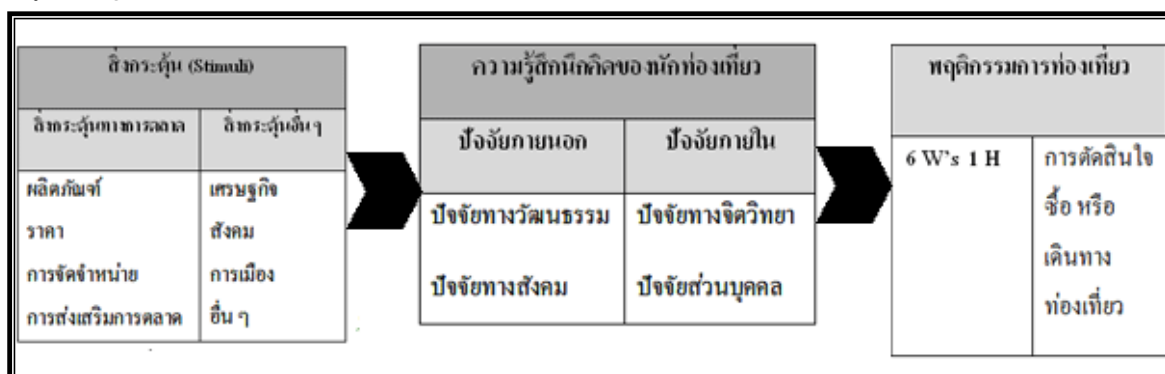
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวข้องทางตรง เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจจัดนำเที่ยว หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมกับการท่องเที่ยว เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและสินค้าหัตถกรรม เป็นต้น

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (tourist behavior) สามารถอธิบายความหมายและพฤติกรรมได้โดยอาศัยทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในมุมมองทางการตลาด ในการดำเนินการตลาดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอันจะเป็นประโยชน์ในการนำไปวางแผน และกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ (Choibamroon, 2006) โดยความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายความหมายด้วยกัน โดยปริย ลักขิตานนท์ (2544: 54) ให้คำจำกัดความว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำ” จึงเห็นได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ก่อนการ

แสดงพฤติกรรมออกมาซึ่งสอดคล้องกับ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ ปฏิกริยาของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง สำหรับในส่วนของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่าหมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ทั้งนี้โดยสรุปแล้วความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็คือ “สิ่งทีนักท่องเที่ยวมีปฏิกริยาตอบสนองหรือแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวออกมาในรูปแบบต่าง ๆ อันเนื่องมาจากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในตัวนักท่องเที่ยว และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เช่น สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม”

จากความหมายดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกิดจากการได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimuli) จนก่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) เป็นการแสดงพฤติกรรมออกมา ซึ่งในทางจิตวิทยาเกี่ยวกับพฤติกรรม เรียกว่า ทฤษฎี S-R Theory หรือ ทฤษฎีสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ทฤษฎีสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง
ที่มา: ปรับปรุงจากศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555)

จากภาพที่ 3 นักท่องเที่ยวจะรับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ซึ่งได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การสำรองห้องพัก การสำรองที่นั่งบริษัทนำเที่ยว ความสะดวกสบายและข้อมูลข่าวสารจากแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้นว่าส่งผลให้นักท่องเที่ยวต้องการออมเงิน หรือต้องการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการ หรือเหตุการณ์ทางการเมือง ภาวะสงคราม การก่อการร้าย ยกตัวอย่างเช่น ในอดีตได้มีการวางระเบิดที่ไนต์คลับในเกาะบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเสียชีวิต รัฐบาลของหลายประเทศจึงได้ประกาศให้พื้นที่ในภูมิภาคเอเชียเป็นพื้นที่อันตรายจากการก่อการร้าย ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากงดเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แถบนี้ หรือแม้กระทั่งเหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศไทยทำให้รัฐบาลหลาย ๆ ประเทศได้เตือนพลเมืองของตนเองต่อการใช้ความระมัดระวังอย่างสูงในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทย

เมื่อนักท่องเที่ยวรับสิ่งกระตุ้นเข้าสู่สมอง หรือความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะแสดงพฤติกรรมใด ๆ ออกมา สิ่งกระตุ้นเหล่านี้จะถูกนำเข้าสู่กระบวนการกลั่นกรองจากนักท่องเที่ยว โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในและภายนอกตัวนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัย

ทางด้านวัฒนธรรม เช่น นักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียน นิยมท่องเที่ยวในฤดูร้อน เพราะเป็นช่วงหยุดพักผ่อนประจำปี หรือ ปัจจัยด้านสังคมที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อแสดงถึงฐานะ มีเกียรติ ภูมิใจและได้รับการยกย่องจากสังคม นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายในได้แก่ ปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น แรงจูงใจภายในตนเองที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน และปัจจัยสุดท้าย คือ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น บุคลิกภาพของนักท่องเที่ยว รูปแบบการดำรงชีวิตที่ชื่นชอบทะเล ภูเขา ผจญภัย (วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์, 2553) ปัจจัยเหล่านี้ก่อให้เกิดการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวและมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้กล่าวโดยสรุปแล้วการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นผลมาจากปัจจัยภายนอก คือปัจจัยทางสังคมไม่ว่าจะเป็นบรรทัดฐานหรือการให้คุณค่ากับสิ่งต่างๆ และปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม รวมทั้งปัจจัยภายใน ซึ่งก็คือปัจจัยทางจิตวิทยาและปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งนอกจากปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวแล้วยังรวมถึงปัจจัยทางลักษณะประชากรซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอยู่ไม่น้อย เพราะผลการวิจัยในอดีตได้ชี้ให้เห็นว่ารายได้ ค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ระดับการศึกษา ประเภทของอาชีพ เพศ อายุ รวมทั้งสถานภาพสมรสต่างก็เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจะมีการดำเนินการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยอาศัยเทคนิควิธีการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) เพื่อจำแนกกลุ่มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามกลุ่มสัญชาติ ซึ่งมีนักวิจัยจำนวนมากได้อาศัยเทคนิควิธีนี้ในการดำเนินการ อาทิ Park and Yoon (2009) Keng and Cheng (1999) González and Bello (2002) Johns and Gyimóthy (2002) เป็นต้น

2.1.2 วัฒนธรรมของผู้บริโภค

วัฒนธรรมของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงลึกที่แสดงออกถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์จากการบริโภค ตลอดจนเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค การบริโภค และความหมายเชิงวัฒนธรรม (Arnould and Thompson, 2005) แนวคิดนี้เป็นแนวคิดการตลาดใหม่ที่ทำให้ความสำคัญกับความหมายเชิงสัญลักษณ์จากการบริโภคหรือซื้อสินค้าและการสร้างคุณค่าของลูกค้านั้นด้วยตัวลูกค้าเองมากกว่าการซื้อสินค้าเพื่อต้องการอรรถประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์ (Functional Utilities) ยกตัวอย่างเช่น การเดินทางไปท่องเที่ยวดำนํ้าเกาะมัลดีฟท์ของนักท่องเที่ยวคนหนึ่งอาจจะเป็นเพื่อต้องการสร้างความยอมรับในกลุ่มเพื่อนว่าเป็นผู้ที่มั่งคั่ง เป็นต้น

คิวทรี พงศกรรังศิลป์และธีรณัฐ พุคคัศศิริกิจ (2555) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมของผู้บริโภคว่าเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจกับผู้บริโภคในเชิงลึกและความหมายเชิงสัญลักษณ์จากการบริโภค (Arnould and Thompson, 2005) ที่มุ่งค้นหาคำตอบว่าผู้บริโภคมีการบริโภคอย่างไร และเพราะเหตุใดผู้บริโภคจึงมีรูปแบบการบริโภคแบบนั้น ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคไม่ได้ซื้อรถยนต์เพื่อมุ่งเน้นผลประโยชน์ด้านการเดินทาง การขนส่งเพียงอย่างเดียว แต่ผู้บริโภคยังมุ่งเน้นการบริโภคเพื่อยกระดับสถานะทางสังคม หรือเพื่อตอบสนองความรื่นรมย์ (hedonistic) ของตัวเอง หรือใช้การบริโภคเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง (identity) โดยทฤษฎีวัฒนธรรมของผู้บริโภคนี้ นักการตลาดเชื่อว่าเราไม่สามารถที่จะทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยการใช้แบบสอบถามวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามและทำนายหรือคาดการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวก่อน

นำไปวางแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นใจให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมใด ๆ ออกมา และการกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของผู้บริโภคล้วนแต่มีการสร้างความหมายของกระบวนการนั้น ๆ

ด้วยเหตุนี้ การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคตามทฤษฎีวัฒนธรรมผู้บริโภคจะทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจถึงปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งขับขี่รถมอเตอร์ไซด์ Harley Davidson ไม่ได้ต้องการรถมอเตอร์ไซด์เพียงเพื่อเป็นยานพาหนะเท่านั้น แต่เป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นลูกผู้ชาย (masculinity) และเพื่อการเข้าสังคมกลุ่มคนที่มีความชอบและทัศนคติเดียวกัน (McAlexander, Schouten, and Koenig, 2002) การสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นชายไทยจากการปฏิบัติธรรม (Wattanasuwan and Elliott, 1999) ที่กลุ่มวัยรุ่นที่ได้รับอิทธิพลการเลี้ยงดูจากวัฒนธรรมสมัยใหม่และวัฒนธรรมตะวันตกได้ค้นพบว่า การปฏิบัติธรรมเป็นหนทางหนึ่งที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของพวกเขาได้ ตัวอย่างอีกตัวอย่างหนึ่งที่ชัดเจนคือ แฟนฟุตบอลสโมสรลิเวอร์พูลในประเทศอังกฤษที่รวมตัวกันในชุมชนลูกค้าออนไลน์ ThisIsAnfield.com ที่ไม่ได้เป็นสโมสรที่กำลังประสบความสำเร็จในปัจจุบันมากนัก แต่แฟนฟุตบอลยังคงให้การสนับสนุนและให้กำลังใจแม้ว่าผลการแข่งขันจะไม่น่าพอใจ เหตุผลสำคัญคือกลุ่มแฟนฟุตบอลได้ร่วมกันสร้างวัฒนธรรมของแฟนฟุตบอลสโมสรลิเวอร์พูล (Pongsakornrungsilp and Schroeder, 2011) การเป็นแฟนฟุตบอลสโมสรลิเวอร์พูลนี้ไม่ได้เป็นการกระทำเพียงเพื่อตามสมัยนิยม แต่เป็นการบ่งบอกถึงความเป็นวัฒนธรรมของตนเอง

ดังนั้น ทฤษฎีวัฒนธรรมของผู้บริโภคจึงเป็นทฤษฎีทางการตลาดอีกมุมหนึ่งที่ใช้ทำความเข้าใจกับพฤติกรรมผู้บริโภคโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่เชื่อว่าพฤติกรรมผู้บริโภคต้องใช้วิธีการทำความเข้าใจด้วยการสังเกตและพูดคุยเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงลึกมากกว่าการใช้แบบสอบถามที่มีการวัดแบบกว้าง ๆ โดยเน้นปริมาณก่อนนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะประยุกต์ใช้ทั้งแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและวัฒนธรรมของผู้บริโภคในการทำความเข้าใจกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยตามทฤษฎีวัฒนธรรมของผู้บริโภค ผู้วิจัยต้องทำความเข้าใจกับกระบวนการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์และการให้คุณค่าของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.1.2.1 การสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์จากการบริโภค ทฤษฎีการตลาดในยุคปัจจุบันมีความเชื่อมั่นว่าผู้บริโภคล้วนแต่มีการสร้างความหมายจากการบริโภคเพื่อบ่งบอกถึงความเป็นวัฒนธรรมของผู้บริโภคและแสดงถึงความแตกต่างจากผู้บริโภคกลุ่มที่ไม่ใช่สมาชิกในกลุ่ม (Muñoz and O'Guinn, 2001) ซึ่งในการทำความเข้าใจกับกระบวนการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ของนักท่องเที่ยวนักวิชาการชาวอเมริกัน Douglas Holt ได้นำเสนอความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับงานวิจัยผู้บริโภคที่เป็นงานระดับคลาสสิกในทางการตลาดและการบริโภคเพื่อทำความเข้าใจว่าทำไมผู้บริโภคถึงบริโภคได้ 4 รูปแบบ (Holt, 1995) ได้แก่

1. การสร้างประสบการณ์จากการบริโภค (Consuming as Experience) โดยเป็นสิ่งที่ Holbrook and Hirschman (1982) ได้นำเสนอและเปลี่ยนทิศทางการตลาดที่ว่าการตลาดไม่สามารถทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้โดยใช้โมเดลทางสถิติ เนื่องจากผู้บริโภคไม่ใช่คอมพิวเตอร์ แต่ผู้บริโภคมีชีวิต มีความคิด มีจินตนาการ ด้วยเหตุนี้ผู้บริโภคจึงมีการบริโภคเพื่อความเพลิดเพลินใจจากการใช้สินค้าหรือการมีส่วนร่วมกับเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่ภูกระดึงทั้ง ๆ ที่เส้นทางเดินทางที่ยากลำบาก แต่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในแต่ละปีจำนวนมาก นั่นเป็นเพราะนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับ

ประสบการณ์แปลกใหม่ วิวาททัศน์ พันธุ์ไม้ ตลอดจนบรรยากาศที่หาไม่ได้จากที่อื่น จึงทำให้ภูกระดึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องไปท่องเที่ยว (Must-Do Destination)

2. การสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์จากการบริโภค (Consuming as Integration) ด้วยแนวคิดที่ว่ากิจกรรมหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคล้วนแต่เป็นการแสดงออกอย่างมีความหมาย ไม่ได้เป็นเพียงแค่การตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Reactive Consumers) แต่ปัจจุบัน ผู้บริโภคมีบทบาทเชิงรุก (Active Consumers) ที่สามารถสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์จากการบริโภคสินค้าหรือบริการหนึ่ง ๆ (Pongsakornrungrungsilp and Schroeder, 2011; ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และธีรณัฐ พุคักดีศรีกิจ, 2555) ดังเช่นที่ได้กล่าวไปข้างต้นเกี่ยวกับการสร้างความหมายของความเป็นชายจากผู้ขับขี่รถมอเตอร์ไซด์ Harley Daviddson หรือ การรวมกลุ่มของแฟนฟุตบอลสโมสรลิเวอร์พูล เป็นต้น

3. การบริโภคเพื่อเข้าสังคม (Consuming as Play) ด้วยทฤษฎีวิวัฒนาการของผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งการสร้างประสบการณ์และความหมายเชิงสัญลักษณ์จากการบริโภคจะเกี่ยวข้องอย่างมากกับปัจจัยทางวัฒนธรรม โดยในส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคมที่ผู้บริโภคอาศัยสินค้าหรือบริการเป็นสื่อกลางในการรวมกลุ่มหรือพูดคุยกับผู้บริโภคคนอื่น ๆ ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคในชุมชนพระเครื่องออนไลน์ นอกจากบูชาพระเครื่องแล้วยังใช้พระเครื่องเป็นสื่อกลางในการพบปะและสร้างสังคมใหม่เกิดขึ้น (Pongsakornrungrungsilp et al., 2011) เช่นเดียวกันกับแฟนฟุตบอลสโมสรลิเวอร์พูลที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับฟุตบอลในชีวิตประจำวันผ่านช่องทางออนไลน์

4. การสร้างความแตกต่างของกลุ่ม (Consuming as Classification) หลังจากที่มีการรวมกลุ่มพูดคุยเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริโภค กระบวนการทางสังคมจะก่อให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมของคนในกลุ่ม (In-Group Culture) ที่เป็นการบ่งบอกถึงตัวตนและพฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มและสามารถแยกผู้บริโภคกลุ่มอื่นที่เข้ามาพูดคุย (Out-Group) ได้จากลักษณะการพูดคุยหรือการแสดงออกในกลุ่ม (Pongsakornrungrungsilp et al., 2011)

2.1.2.2 การให้คุณค่า (value) ของนักท่องเที่ยว ในส่วนของกระบวนการสร้างคุณค่า (value) ที่เป็นกระบวนการทัศนด้านการตลาดที่ทั้งนักวิชาการและภาคธุรกิจได้ให้ความสำคัญ โดยในด้านการท่องเที่ยว Sparks, Butcher and Bradley (2008) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณค่าของลูกค้ายหรือนักท่องเที่ยวที่มีการซื้อบริการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจแบบ Timeshare ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับทิศทางการตลาดที่มองว่าคุณค่าของลูกค้ายหรือนักท่องเที่ยวนั้นมีหลายมิติขึ้นอยู่กับสถานที่ เวลา และสถานการณ์หรือแม้กระทั่งบุคคล (Vargo and Lusch, 2008; Holbrook, 2006; Pongsakornrungrungsilp and Schroeder, 2011) โดย Sparks et al. (2008) สรุปว่าคุณค่าของนักท่องเที่ยวจากการใช้บริการท่องเที่ยวพักผ่อนแบบ timeshare นั้นคือ การคลายเครียด การให้ของขวัญ สถานภาพสังคม คุณภาพ ความยืดหยุ่น ความสนุกสนาน ประสบการณ์ใหม่ และผลประโยชน์ด้านการเงิน แนวคิดเรื่องคุณค่านี้ไม่ได้เป็นเรื่องใหม่ในวงวิชาการ เพียงแต่ในปี พ.ศ. 2547 Vargo and Lusch (2004) ได้นำเสนอบทความวิชาการเกี่ยวกับกระบวนการบริการของการตลาด หรือ Service Dominant Logic of Marketing (S-D logic) เพื่อตอกย้ำความสำคัญของการสร้างคุณค่าที่ลูกค้าเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมสร้างคุณค่า และคุณค่าจะเกิดขึ้นเมื่อสินค้าหรือบริการนั้นถูกบริโภค (Grönroos, 2008) หรือกล่าวได้ว่าคุณค่าจะเกิดขึ้น ณ พื้นที่ให้บริการ (Servicespace) และลูกค้าเป็นผู้สร้างคุณค่านั้นด้วยตนเองโดยมีธุรกิจเป็นผู้อำนวยความสะดวก หรือ ผู้คอยให้คำปรึกษา

ทั้งนี้งานวิจัยส่วนใหญ่ในด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับคุณค่าของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นการให้ความสำคัญกับคุณค่าในมุมมองที่เปรียบเทียบกับต้นทุนที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายไป เช่น คุณค่าด้านสภาพแวดล้อม การรับรู้ หรือผลประโยชน์ที่ได้รับ และธุรกิจท่องเที่ยวเป็นผู้ที่สร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวลงในตัวสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยว (Gallarza and Saura, 2006) แนวคิดนี้มีลักษณะเช่นเดียวกับการพัฒนาคุณค่าส่วนเพิ่มให้กับลูกค้า (Value Added) แม้ว่า Gallarza and Saura (2006) จะนำแนวคิดด้านคุณค่าของ Holbrook (2006) ไปเป็นแนวทางในการศึกษา แต่ที่แตกต่างกันคือ มุมมองด้านผู้สร้างคุณค่า โดยใน Sparks et al. (2008; 2011) Vargo and Lusch (2008) และ Pongsakornrungsilp and Schroeder (2011) นักวิจัยเหล่านี้ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวหรือตัวลูกค้าว่าเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างคุณค่า ทั้งนี้ (Grönroos, 2008) ได้กล่าวเสริมว่า คุณค่าไม่สามารถถูกสร้างสำเร็จรูปลงในตัวสินค้าหรือบริการได้ แต่คุณค่าสามารถถูกส่งผ่านตัวสินค้าหรือบริการ และคุณค่าจะเกิดขึ้นนักท่องเที่ยวใช้บริการหรือไปท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ แล้ว ในกรณีคุณค่าของนักท่องเที่ยวสามารถเป็นได้หลายอย่างเนื่องจากลักษณะของคุณค่าที่ประกอบด้วยมุมมองหลายมิติ เช่น คุณค่าของนักท่องเที่ยวอาจจะเป็นประสบการณ์สนุกสนานท้าทาย หรือ การฉลองครบรอบแต่งงานแบบเจียบสงบ หรือ การฮันนีมูน ดังนั้น ในบทบาทดังกล่าว ธุรกิจท่องเที่ยวจึงมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าได้ด้วยการจัดเตรียมเครื่องมือในการสร้างคุณค่า นั่นคือ บริการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับคุณค่าของนักท่องเที่ยว หากจะถามว่าคุณค่าในกรณีนี้แตกต่างจากมุมมองคุณค่าส่วนเพิ่มได้อย่างไร สิ่งที่แตกต่างกันคือ แนวคิดแบบเดิมธุรกิจท่องเที่ยวเป็นผู้สร้างคุณค่าส่วนเพิ่มนั้นจากมุมมองของผู้ให้บริการ (Supply-side) ขณะที่แนวคิดแบบใหม่นี้ นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดคุณค่าที่ต้องการ โดยมีธุรกิจท่องเที่ยวเป็นผู้อำนวยความสะดวกให้คำปรึกษาในกระบวนการสร้างคุณค่า ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะนำกระบวนการสร้างคุณค่าเป็นแนวทางในการศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่

2.1.3 แนวคิดด้านทุนมนุษย์ (Human Capital Concept)

แนวคิดด้านทุนมนุษย์ในทางการจัดการเชื่อว่ามีแนวคิดพื้นฐานจากนักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์จากมหาวิทยาลัยชิคาโก สหรัฐอเมริกาที่เป็นผู้ได้รับรางวัลโนเบล คือ Gary Becker (Becker, 1964) ที่เชื่อว่าทุนมนุษย์จะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตและการบริการ และเกี่ยวข้องกับความสำเร็จขององค์กร โดยแนวคิด “ทุนมนุษย์” เป็นวิวัฒนาการในด้านการจัดการองค์กรที่ถูกนำมาแทนคำว่า “ทรัพยากรมนุษย์” ที่เชื่อว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นมุมมองว่าพนักงานคือทรัพยากรที่ทรงคุณค่าขององค์กร แต่ทุนมนุษย์เป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในมิติของบุคลากรแต่ละคน และให้ความสำคัญกับการลงทุนในการพัฒนาบุคลากรภายใต้ความเชื่อว่าบุคลากรที่มีทุนมนุษย์สูงจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร อย่างไรก็ตามเรื่องทุนมนุษย์ (Human Capital) ไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่มาจากรากฐานของทฤษฎีด้านทุนที่ Karl Marx นำเสนอในปี ค.ศ. 1867 (Marx, [1867, 1885, 1894] 1995) ให้ความสำคัญกับภาคแรงงานในระบบทุนนิยมโดยเน้นที่การให้ความสำคัญกับทักษะและความรู้ของแต่ละบุคคล (Coleman, 1988) จากมุมมองนี้ ทุนมนุษย์จึงเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กร

ด้วยแนวคิดทุนมนุษย์เกี่ยวข้องับศักยภาพของแต่ละบุคคล ดังนั้นทุนมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่แต่ละบุคคลหรือแต่ละองค์กรสามารถที่จะสร้างหรือพัฒนาได้ (Becker, 1964; Coleman, 1988;

Schultz, 1961) ซึ่งการลงทุนหรือการพัฒนาทุนมนุษย์ในเบื้องต้นสามารถดำเนินการได้ผ่านระบบการศึกษา โดยในยุคแรกของการนำเสนอแนวคิดด้านทุนมนุษย์ในช่วงทศวรรษที่ 1960s เป็นยุคแห่งการใช้แรงงาน นักวิชาการจึงมีมุมมองที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของแรงงานด้วย โดยเชื่อว่ายิ่งแรงงานมีสุขภาพดีเท่าใดย่อมส่งผลต่อศักยภาพในการทำงานของแรงงานด้วย และส่งผลต่อโอกาสในการเติบโตทางด้านหน้าที่การงาน (Schultz, 1961) ทั้งนี้ นอกจากทุนมนุษย์จะพัฒนาขึ้นจากระบบการศึกษา แต่บุคลากรแต่ละคนสามารถได้รับการพัฒนาทุนมนุษย์ในระหว่างการทำงานทั้งการฝึกอบรมพัฒนา และการทำงานโดยปกติที่จะทำให้บุคลากรแต่ละคนสามารถที่จะสั่งสมประสบการณ์ ความรู้และทักษะความชำนาญเพื่อเพิ่มพูนทุนมนุษย์ของแต่ละคนได้ (Becker, 1964) ซึ่งสอดคล้องกับ Coleman (1988) ที่ว่าพนักงานที่มีทุนมนุษย์สูงมีแนวโน้มที่จะได้รับการสนับสนุนให้มีการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งไปทำงานในขั้นที่สูงกว่า แต่ก็ต้องขึ้นอยู่กับทุนทางสังคมที่พนักงานแต่ละคนมีด้วย

นักวิชาการด้านการจัดการที่ศึกษาด้านทุนมนุษย์ที่อาศัยมุมมองด้านทฤษฎีคลาสสิกสมัยใหม่ (neo-classical theory) มักจะมีรากฐานแนวความคิดมาจากทฤษฎีด้านทุน (theory of capital) จาก Karl Marx ที่มุ่งเน้นที่การใช้ประโยชน์จากชนชั้นแรงงานโดยกลุ่มนายทุนและการอธิบายถึงการที่แรงงานได้รับค่าจ้างไม่เท่าเทียมกัน (Marx, [1867, 1885, 1894] 1995) ก่อนที่ Bourdieu (1986) จะนำมาขยายต่อในมิติของรูปแบบด้านทุนที่เกี่ยวข้องกับทุนทางสังคม ทุนมนุษย์ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม แต่ทั้งนี้ Burt (1997) ได้กล่าวไปในทิศทางเกี่ยวกับที่ Coleman (1988) กล่าวไปข้างต้นว่าการที่แรงงานได้รับค่าแรงที่แตกต่างกันนั้นเนื่องมาจากการที่แรงงานแต่ละคนมีทักษะ ความชำนาญ ประสบการณ์และความสามารถที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ Burt (1997) จึงใช้ทุนมนุษย์เป็นตัวชี้วัดถึงศักยภาพในการได้รับค่าจ้างของแรงงาน และแรงงานแต่ละคนมีค่าจ้างที่แตกต่างกันตามทุนมนุษย์ที่มี และที่สำคัญทุนมนุษย์ของบุคลากรแต่ละคนไม่สามารถที่จะโอนย้ายหรือส่งต่อให้กับผู้อื่นได้ และที่สำคัญ Pongsakornrungsilp (2010) เชื่อว่าการที่บุคคลมีทุนมนุษย์ในระดับสูงจะเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ส่งผลต่อการได้รับทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมสูงขึ้น อันเนื่องมาจากการมีทุนมนุษย์สูงจะส่งผลถึงการได้รับทุนทางเศรษฐกิจ หรือรายได้ที่สูงขึ้น และเมื่อมีรายได้สูงขึ้นย่อมส่งผลต่อการยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของแต่ละบุคคล

พนักงานหรือบุคลากรในองค์การเปรียบเสมือนเป็นทุนมนุษย์ (Human Capital) ซึ่งเป็นทรัพยากรที่เป็นฐานขององค์การ เช่นเดียวกับทุนทางกายภาพ (Physical Capital Resources) และทุนองค์การ (Organizational Capital Resources) เนื่องจากมนุษย์มีความรู้ ทักษะและความสามารถ (KSA: Knowledge, Skills, Abilities) ทำให้องค์การสามารถค้นหาสมรรถนะขององค์การ (Core Competency) ได้ และพฤติกรรม (Behavior) ของพนักงานก็มีผลต่อการนำกลยุทธ์ขององค์การไปปฏิบัติให้สำเร็จ รวมถึงความพยายาม (Effort) ที่บุคลากรมีเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการบรรลุเป้าหมายขององค์การ (Davenport and Prusak, 2000)

นิสตาจก์ เวชยานนท์ (2551: 3 - 4) กล่าวว่าทุนมนุษย์ คือ คุณลักษณะต่างๆ รวมถึงความสามารถที่อยู่ในตัวมนุษย์ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดมาพร้อมกับมนุษย์ผู้นั้น หรือใช้เวลาและเงินในการเสริมสร้างสะสมคงไว้ ทุนมนุษย์มิได้เกิดขึ้นเฉพาะการเรียนรู้ในโรงเรียนเท่านั้น แต่ทุนมนุษย์ถูกสะสมขึ้นมาหลายทาง เช่น ทางการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน การย้ายถิ่นฐาน ประสบการณ์ชีวิต รวมทั้งการค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ (นิสตาจก์ เวชยานนท์, 2551) ทำให้พนักงานมีสติปัญญา ทักษะและความเชี่ยวชาญซึ่งนำมาใช้ในการทำงาน ทุนมนุษย์จึงเป็นทรัพย์สินสำคัญขององค์การ (Armstrong, 2006) สาเหตุที่ใช้คำว่าทุน เนื่องจากนักเศรษฐศาสตร์เห็นว่าต้องใช้

เวลา ความพยายาม เงิน เพื่อเสริมสร้างทุนมนุษย์ เช่นเดียวกับการลงทุนอื่น ๆ เพื่อให้ได้สิ่งตอบแทน กลับคืนมาภายหลัง ซึ่งการได้คืนทุนไม่จำเป็นต้องเป็นรูปของตัวเงินเพียงอย่างเดียว เงินเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ผู้ที่มีทุนมากจะมีความสามารถและมีแนวโน้มได้รับรายได้มากกว่าผู้ที่มีทุนมนุษย์น้อย (นิสตาาร์ก, 2551: 4)

อย่างไรก็ตาม Thomas Davenport (อ้างถึงใน นิสตาาร์ก เวชยานนท์, 2551: 14) ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านทุนมนุษย์ได้ให้ความสำคัญกับทุนมนุษย์ในมุมมองที่แตกต่างกัน โดยมองว่าพนักงานคือผู้ลงทุน (Worker as Investors) มองว่าพนักงานเป็นเจ้าของทุนที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด และเป็นผู้ลงทุน เป็นผู้ตัดสินใจว่าจะทำงานที่ใด เมื่อใด และอย่างไร พนักงานเปรียบเสมือนผู้ลงทุนที่จะนำทุนของตนไปทำงานกับองค์กรที่สามารถให้ผลตอบแทนต่อการลงทุนของเขาอย่างคุ้มค่าที่สุด ทั้งนี้ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอดีต การลงทุนในการพัฒนาพนักงานถูกมองว่าเป็นหน้าที่ขององค์กรเท่านั้น แต่ปัจจุบันพนักงานต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการพัฒนาตนเองส่วนหนึ่ง และองค์กรรับผิดชอบอีกส่วนหนึ่ง โดยเชื่อมโยงความต้องการทั้งสองฝ่ายเข้าไว้ด้วยกัน (นิสตาาร์ก, 2551) ทั้งนี้ นิสตาาร์ก (2551: 16 -17) เสนอหลักการจัดการทุนมนุษย์ระดับบุคคลไว้ ดังนี้

1. บุคคลต้องมีอิสระและความกล้าที่จะผลักดันและพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพหรือสมรรถนะอย่างเต็มที่ เช่น ใช้ข้อมูลย้อนกลับจากการประเมินผลแบบรอบทิศทางหรือ 360 องศา มาปรับปรุงจุดอ่อนและพัฒนาจุดแข็งของตนเอง
2. บุคคลต้องมองว่าตนเอง คือ นักลงทุน ซึ่งนักลงทุนจะสะสมความรู้และพัฒนาตนเอง ต้องเสียทั้งเงินเวลา และทรัพยากร เพื่อได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าจากการลงทุน
3. บุคคลต้องเปิดใจรับรู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ โดยทัศนคติ (Attitude) มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ ถ้าบุคคลคิดว่าตนเองรู้แล้ว ทำได้อยู่แล้ว ก็จะไม่พยายามเปิดใจรับรู้สิ่งใหม่ ๆ
4. บุคคลต้องสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ เพราะบุคคลที่มีเครือข่ายย่อมนำไปสู่ความรู้ที่หลากหลาย

Rees (2004) เห็นว่าทุนมนุษย์ประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณลักษณะ ริเริ่มสร้างสรรค์ มีนวัตกรรม มีทักษะ และสร้างคุณค่าแก่องค์กร นอกจากนี้ยังมีทักษะด้านสังคม ได้แก่ เข้าใจและสามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรได้ มีทักษะในการจัดการ เข้าใจปรัชญาขององค์กรและโครงสร้างองค์กร มีความรู้โดยเปิดรับข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และสะสมประสบการณ์ ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่นในรูปของเครือข่าย เช่น ลูกค้า ผู้จัดส่งปัจจัยการผลิต เป็นต้น บุคคลที่มีคุณสมบัติข้างต้นจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรและทำให้องค์กรได้เปรียบในการแข่งขัน (Armstrong, 2006: 11) เพราะบุคคลเหล่านั้นนอกจากสร้างมูลค่าแก่องค์กรแล้ว ยังเป็นทรัพยากรที่หายาก (Rare) คู่แข่งขันไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Cannot be imitated) และองค์กรไม่สามารถหาผู้อื่นมาทดแทนได้ (No good substitutes)

เมื่อทุนมนุษย์มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานและความสำเร็จขององค์กรดังกล่าวข้างต้น องค์กรจำเป็นต้องใช้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เพื่อพัฒนารักษาพนักงานที่มีทักษะ สร้างความผูกพันและแรงจูงใจแก่พนักงาน ด้วยการประเมินความต้องการพนักงานขององค์กรในอนาคต สรรหาบุคคลที่มีความสามารถสูง สนับสนุนและพัฒนาความสามารถของพนักงาน เพื่อให้หน้าศักยภาพมาสร้างประโยชน์แก่องค์กร ด้วยการจัดการเรียนรู้และพัฒนาโอกาสอย่างต่อเนื่อง การให้รางวัลตอบแทนเพื่อสร้างแรงจูงใจ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า “ทุนมนุษย์” (Human Capital) จึงเกี่ยวข้องกับ “ทรัพยากร” ที่แต่ละบุคคลมี โดยทรัพยากรที่มีเป็นสิ่งที่แต่ละบุคคลสั่งสม แลกเปลี่ยนและเรียนรู้ทั้งจากการเรียนในระบบการศึกษา หรือการฝึกอบรม และเรียนรู้ ซึ่งหากจะพิจารณาจากแนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาทุนมนุษย์จึงมีแนวทางหรือวิธีการดำเนินงานในรูปแบบเดียวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ต้องอาศัยการฝึกอบรม พัฒนา และการเรียนรู้ที่จะเพิ่มทรัพยากร อันได้แก่ ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะและความชำนาญของบุคลากรเพื่อประโยชน์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร ทั้งนี้เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพหรือกระบวนการบริการให้กับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อรองรับและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่น การพัฒนาทุนมนุษย์ทางด้านภาษาอื่นนอกเหนือจากภาษาอังกฤษ กระบวนการให้บริการอันเนื่องจากนักท่องเที่ยวจากประเทศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมที่ต่างกัน และมีความคาดหวังที่จะได้รับการที่ต่างกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจกับความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

2.1.4 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นการใช้ประโยชน์จากศักยภาพของพนักงานอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Mondy et al, 1999) ในขณะเดียวกันพนักงานก็รับสิ่งที่ตนเองคาดหวังและต้องการด้วย (Desimone et al., 2002) โดยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วยกิจกรรมการวางแผนทรัพยากรมนุษย์และการวิเคราะห์งาน ความเท่าเทียมในโอกาสการทำงาน การบรรจุพนักงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ สุขภาพความปลอดภัย และความมั่นคง แรงงานสัมพันธ์ (Mathis and Jackson, 2003)

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นการดำเนินการอย่างเป็นกระบวนการเพื่อจูงใจ พัฒนา และรักษาพนักงานที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการไว้กับองค์กรให้สามารถดำเนินการให้องค์การบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในขณะเดียวกันพนักงานก็มีความพึงพอใจและผูกพันกับองค์กร โดยมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการต่อไปนี้

2.1.4.1 การกำหนดกลยุทธ์ทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร ที่ต้องมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับการกลยุทธ์ขององค์กร โดยต้องสื่อสารและสร้างการรับรู้ให้พนักงานเข้าใจปรัชญาและพันธกิจขององค์กร สามารถสร้างความสามารถหลัก (Core Competency) ให้แก่องค์กร นำไปสู่ความสามารถในการแข่งขัน โดยคำนึงถึงผลกระทบจากวัฒนธรรมขององค์กรและความสำเร็จขององค์กร คือ การเพิ่มผลผลิตของ องค์กรและบุคคล เช่น การให้บริการ โดยลูกค้าได้รับการตามที่คาดหวัง (Mathis and Jackson, 2003) โดยกลยุทธ์ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดีจะต้องมีความเหมาะสมกับกลยุทธ์ต่าง ๆ ขององค์กร โดยมีความเหมาะสมระหว่างหน้าที่หรือกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กร หากปรับเปลี่ยนหน้าที่หรือกิจกรรมก็สามารถทำให้เหมาะสมได้ เป็นต้น นอกจากนี้กลยุทธ์ยังต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผ่านกิจกรรมหรือกระบวนการที่สอดคล้องไปในทุกส่วนหรือทุกมิติขององค์กรซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กร โดยสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ กลยุทธ์ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์นี้ต้องมีความกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับกลยุทธ์อื่น ๆ โดยส่งเสริมซึ่งกันและกัน

2.1.4.2 การวิเคราะห์งาน (Job Analysis) เป็นกระบวนการอธิบายและบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน กิจกรรม และคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงาน สิ่งที่ได้จากการวิเคราะห์งาน ได้แก่ สรรวจอย่างเป็นระบบของงาน หน้าที่ ความรู้ผิดชอบที่สำคัญในการปฏิบัติงาน (Mathis and Jackson, 2003)

2.1.4.3 การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Planning) เป็นกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการพนักงานในองค์กรเพื่อให้ได้พนักงานตามจำนวนที่ต้องการ โดยมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานและทันเวลา การจัดวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ผู้บริหารในองค์กรต้องพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งมีผลกระทบต่อองค์กร เช่น อิทธิพลของรัฐบาล สภาพเศรษฐกิจ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ และคู่แข่ง ตลาดแรงงาน เป็นต้น พร้อมทั้งประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กร ได้แก่ ลักษณะงานในปัจจุบัน ความสามารถของพนักงาน และความสามารถขององค์กร (Mondy et al, 1999; Mathis and Jackson, 2003)

2.1.4.4 การสรรหาและการคัดเลือก (Recruitment and Selection) การสรรหาเป็นกระบวนการที่ทำให้บุคคลที่มีคุณสมบัติตามที่องค์กรต้องการมาสมัครงานกับองค์กรและจำกัดบุคคลที่ขาดคุณสมบัติไม่ให้นำสมัครงาน (Mondy et al, 1999; Mathis and Jackson, 2003) การสรรหาต้องดำเนินการอย่างมีกลยุทธ์ โดยพิจารณาถึงตลาดแรงงานที่ประกอบด้วยประชากรในวัยทำงาน (Labor Force Population) ประชากรที่มาสมัครงาน (Applicant Population) และผู้สมัครที่ผ่านการคัดเลือก (Applicant Pool)

2.1.4.5 การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) การฝึกอบรมเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่องค์กรจัดให้แก่พนักงานหรือที่พนักงานต้องการ เพื่อให้มีความสามารถในการปฏิบัติงาน ช่วยให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร การบูรณาการระหว่างการเรียนรู้ การฝึกอบรม การปฏิบัติงานทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน (Mathis and Jackson, 2003)

2.1.4.6 การพัฒนาอาชีพ (Career development) การพัฒนาอาชีพเป็นความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคน แต่องค์กรก็ต้องแสดงบทบาทในการช่วยเหลือและจัดหาข้อมูลให้แก่พนักงาน โดยจัดทำเส้นทางอาชีพ (Career Paths) และขั้นตอนการพัฒนาอาชีพ (Developing Career Ladders) แก่พนักงาน การพัฒนาอาชีพจะช่วยให้พนักงานกำหนดเป้าหมายในงานอาชีพของตนเอง และมีแนวทางที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตนกำหนดไว้ (Gomez et al., 1998)

2.1.4.7 การจัดการผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) คือระบบการจัดการปฏิบัติงานโดยการกระตุ้น วัด พัฒนา และให้รางวัลแก่การปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งต้องเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กรและผลงานเป็นสำคัญ ทั้งนี้การกำหนดมาตรฐานของงาน (Job Criteria) มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงาน จะต้องตรงกับลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีจุดมุ่งหมาย และมีความชัดเจนต่อการวัดผลการปฏิบัติงาน (Mathis and Jackson, 2003)

2.1.4.8 การจัดการค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and Benefits) การจ่ายค่าตอบแทนขององค์กรสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ (1) จ่ายโดยตรง (Directly) ในรูปของเงินเดือน ค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา และ (2) จ่ายทางอ้อม (Indirectly) ในรูปของสวัสดิการ ทั้งนี้ การจัดการค่าตอบแทนต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมองค์กร ประสิทธิภาพ กลยุทธ์ และวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นสำคัญ เช่น บางครั้งการจ่ายค่าตอบแทนโดยยึดผลการปฏิบัติงานเป็นสำคัญ บางองค์กรจ่ายค่าตอบแทนจากความสามารถ (Competency – Based Pay) แต่อย่างไรก็

ตามการออกแบบและการบริหารค่าตอบแทน ควรพิจารณาในเรื่องความเท่าเทียมกันและความยุติธรรมภายในองค์กร การจ่ายค่าตอบแทนแบบเปิดเผย (Pay Openness) และความเท่าเทียมกับภายนอกองค์กรด้วย โดยจัดทำเป็นนโยบายค่าตอบแทนที่ชัดเจนขององค์กร (Mondy et al, 1999)

2.1.4.9. สุขภาพ ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย (Health, Safety and Security) สุขภาพเป็นลักษณะทางร่างกาย จิตใจและอารมณ์ ส่วนความปลอดภัย คือการป้องกันทางด้านกายภาพแก่พนักงาน และการรักษาความปลอดภัยเป็นการให้ความปกป้องแก่พนักงานและองค์กรจากความเสี่ยง การจ่ายค่าตอบแทนขององค์กรแก่พนักงานต้องครอบคลุมถึงการป้องกันพนักงานจากการเจ็บป่วย และบาดเจ็บเนื่องจากการทำงานด้วย (Mondy et al, 1999; Mathis and Jackson, 2003)

2.1.4.10 แรงงานสัมพันธ์ (Labor Relation) สหภาพแรงงาน คือ องค์กรที่คนงานจัดตั้งขึ้นมาเพื่อเรียกร้องผลประโยชน์ให้แก่สมาชิก สาเหตุที่คนเข้าเป็นสมาชิกของสหภาพแรงงาน เนื่องจากความล้มเหลวในงาน และการจัดการขององค์กร แต่ในปัจจุบันจำนวนคนงานที่เป็นสมาชิกของสหภาพแรงงานมีน้อยลง เนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์ ลักษณะของแรงงาน และการเปลี่ยนแปลงจากอุตสาหกรรมการผลิต เป็นการบริการมากขึ้น ในขณะเดียวกันในองค์กรก็เปิดโอกาสให้พนักงานได้ร้องทุกข์ โดยการรายงานความไม่พึงพอใจหรือความรู้สึกแตกต่าง ข้อข้องใจ เป็นลายลักษณ์อักษรผ่านกระบวนการที่เป็นทางการตามลำดับขั้นการบังคับบัญชาเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหานั้น ๆ (Mondy et al, 1999; Mathis and Jackson, 2003)

2.1.5 ปัญหาในการจัดการทรัพยากรมนุษย์

การจัดการทรัพยากรมนุษย์นอกจากจะสร้างประสิทธิผลต่อองค์กรแล้ว ยังสามารถสร้างปัญหาแก่องค์กรได้อีกด้วย เนื่องจากปัญหาเกิดขึ้นจากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่ต้องการ หรือปรารถนาให้เป็น ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ก็เช่นกันย่อมต้องการให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย แต่สิ่งที่เกิดขึ้นจริงนั้นอาจไม่บรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ สาเหตุอาจเนื่องมาจากพนักงานซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานหรือ กระบวนการจัดการขององค์กร หรือทั้งสองฝ่ายก็ได้ Quinn et al. (2002) กล่าวถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรสมัยใหม่ (Pressing Problems in Modern Organization) ดังนี้

2.1.5.1 ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาพฤติกรรมการทำงานในทางลบ ของพนักงานสามารถก่อให้เกิดความวิตกกังวล สับสนและมีผลกระทบต่ออารมณ์ของพนักงาน นอกจากนี้ยังมีผลกระทบต่อความสามารถขององค์กรในการสร้างความสัมพันธ์และประสิทธิภาพ ปัญหาจากความสามารถตรวจสอบได้หลายทางทำให้พนักงานต้องรายงานแก่ผู้บังคับบัญชาหรือผู้เกี่ยวข้องหลายคน ปัญหาการทำงานมากเกินไป เนื่องจากพนักงานมีหลายบทบาทในองค์กรเนื่องจากการลดขนาดองค์กร หรือพนักงานต้องการมีชีวิตส่วนตัวหรือครอบครัวมากขึ้น ปัญหาพนักงานที่ไม่สามารถเพิ่มคุณค่าให้แก่องค์กร ถึงแม้จะใช้วิธีการจูงใจและการให้รางวัลแล้วก็ตาม จึงต้องหาวิธีการอื่น ๆ ปัญหาความไม่เข้าใจในวัฒนธรรม เนื่องจากองค์กรได้รับอิทธิพลจากกระแสโลกาภิวัตน์ หลายองค์กรจึงประกอบด้วยสมาชิกที่หลากหลายเชื้อชาติและวัฒนธรรม ย่อมก่อให้เกิดความไม่เข้าใจกัน การสื่อสารที่ผิดพลาด และความขัดแย้งระหว่างบุคคล ปัญหาความสับสนจากการเปลี่ยนแปลงบทบาท เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทใหม่ทางวิชาชีพอย่างรวดเร็ว

ในองค์กร ทำให้พนักงานมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น เพื่อแสดงถึงคุณสมบัติที่เหมาะสมกับองค์กร ซึ่งก่อให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียตามมา

2.1.5.2 ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงาน องค์กรต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และต้องมีการตัดสินใจที่ถูกต้องและรวดเร็วไปพร้อม ๆ กัน รวมไปถึงองค์กรต้องสร้างทีมงานบริหารระดับสูงเพื่อทำหน้าที่ตัดสินใจด้านกลยุทธ์ และได้เปรียบคู่แข่ง เนื่องจากได้รับการท้าทายจากสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมทั้งทรัพยากรที่หายาก ที่สำคัญองค์กรต้องมีการตรวจสอบประเมินผล การดำเนินงานด้านการเงินอย่างเหมาะสมและชัดเจน มิเช่นนั้นจะทำให้ฐานะทางการเงินแย่ลง รวมถึงการนำระบบการทำงานใหม่ ๆ มาใช้ แต่ยังขาดความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับขอบเขตของระบบงานนั้น ๆ

2.1.6 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

Desimone et al. (2002) ให้นิยามการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่าเป็นกิจกรรมที่องค์กรออกแบบและวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อให้บุคลากรในองค์กรมีโอกาสเรียนรู้ทักษะที่สำคัญต่องานในปัจจุบันและงานที่จะปฏิบัติในอนาคต โดยมีการเรียนรู้ (Learning) เป็นกิจกรรมที่สำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งการเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงระยะยาวในความรู้ ความชำนาญ ทัศนคติ ทักษะของปัจเจกบุคคล ตลอดจนค่านิยม ซึ่งนำไปสู่ศักยภาพการเจริญเติบโต พัฒนาและเพิ่มพูนประสิทธิผล รวมทั้งความพึงพอใจ การเรียนรู้มีลักษณะดังนี้

- 1) เป็นการเปลี่ยนแปลง (Change) ที่นำมาซึ่งสิ่งใหม่ ๆ หรือการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น
- 2) การเปลี่ยนแปลงนั้นต้องอยู่ในระยะเวลาที่ยาวนาน (Long Lasting) พอสมควร
- 3) การเรียนรู้มีผลต่อพฤติกรรม (Behavior) ผลที่ได้รับ (Affect) และความรู้ความเข้าใจ (Cognition) หรือเกิดทั้งสามสิ่งประกอบกัน
- 4) ผลจากการเรียนรู้เกิดจากปัจเจกบุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมมิได้เกิดจากการตอบสนองทางร่างกายโดยอัตโนมัติหรือตามธรรมชาติ

กิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรจะเริ่มขึ้นเมื่อพนักงานเข้ามาทำงานในองค์กร และดำเนินไปอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาในอาชีพการทำงานของพนักงานทุกระดับ ทั้งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ ในขณะเดียวกันการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต้องตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของงานและบูรณาการเข้ากับแผนระยะยาว (Long - term plans) และกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อสร้างความมั่นใจว่าทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

นิสตากร์ เวชยานนท์ (2548) เห็นว่าองค์กรต้องพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยดำเนินการให้บุคคลได้รับประสบการณ์และการเรียนรู้เพื่อนำมาปรับปรุงความสามารถในการทำงานในปัจจุบันและเพิ่มศักยภาพสำหรับงานในอนาคต ด้วยวิธีการ 3 ประการ ได้แก่

1. การฝึกอบรม (Training) เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ มุ่งเน้นงานที่ปฏิบัติในปัจจุบันเพื่อยกระดับความรู้ ความสามารถ ทักษะของพนักงาน โดยสามารถนำความรู้จากการฝึกอบรมไปใช้ได้ทันที

5. ให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
6. จัดหาบุคลากรที่จะเป็นตัวอย่าง ผู้สอนงาน หรือผู้ฝึกอบรม ซึ่งมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณสมบัติอื่น ๆ ที่สำคัญต่อการ
7. พัฒนาระบบการเรียนรู้ตามรูปแบบการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล ความสามารถและ การทำงานรวมถึงการดำเนินชีวิตด้วย

2.1.8 รูปแบบการเรียนรู้ (Learning Styles)

Kolb (1984) กล่าวว่าแต่ละบุคคลมีกระบวนการเรียนรู้ที่ไม่เหมือนกัน เนื่องจากธรรมชาติของกระบวนการเรียนรู้มีความสลับซับซ้อน แต่ละบุคคลจึงมีความแตกต่างกันและมีความชอบที่ไม่เหมือนกัน รูปแบบการเรียนรู้ (Learning Styles) จึงเสนอวิธีการให้แต่ละบุคคลเลือกข้อมูล (Information) และวิธีการที่เหมาะสมกับตนเองเพื่อนำไปใช้สำหรับการเรียนรู้

ความแตกต่างของรูปแบบการเรียนรู้สามารถอธิบายสาเหตุว่าบางคนประสบความสำเร็จจากการฝึกอบรมมากกว่าคนอื่น ๆ นอกจากนี้การใช้รูปแบบที่แตกต่างกันของผู้ให้การฝึกอบรม (Trainer) ตามความต้องการของผู้เข้าฝึกอบรม (Trainee) จะช่วยให้การฝึกอบรมประสบความสำเร็จได้เช่นกัน

ตามทฤษฎีรูปแบบการเรียนรู้ของ Kolb (1984) รูปแบบการเรียนรู้ของปัจเจกบุคคลมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความชอบของบุคคลที่มีต่อวิธีการเรียนรู้ (Mode of Learning) ซึ่งพิจารณาได้จากกระบวนการ (Processing) และการรวบรวม (Gathering) ข้อมูลระหว่างการเรียนรู้ของบุคคลนั้น ๆ ซึ่ง Kolb (1984) จำแนกวิธีการเรียนรู้ได้ 4 รูปแบบ ได้แก่

- 1) เรียนรู้จากประสบการณ์ (Concrete Experience หรือ CE) เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง
- 2) เรียนรู้จากการพิจารณาไตร่ตรอง (Reflective Observation หรือ RO) คือ เรียนรู้จากการสังเกต เฝ้าดู (Watching) และตรวจสอบความแตกต่างเพื่อให้เกิดความเข้าใจ
- 3) เรียนรู้จากการสร้างแนวคิด (Abstract Conceptualization หรือ AC) หมายถึง การเรียนรู้จากการคิดวิเคราะห์
- 4) เรียนรู้จากการทดลอง (Active Experimentation หรือ AE) คือ การเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางผู้วิจัยทำการทบทวนดังรายละเอียดต่อไปนี้

วิภา วัฒนพงศ์ชาติ (2542) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี โดยผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยเดินทางมากับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไปได้แก่ หาดชะอำ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เขาหัว และเจ้าสำราญ และนิยมพักค้างคืนตามโรงแรม บ้านเพื่อน ญาติ บังกะโล รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะพิจารณาให้ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทางเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี และพิจารณาให้ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลางต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสิ่งกระตุ้น

ทางการตลาดนั้น พบว่าอายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ และภูมิสำเนามีความสัมพันธ์กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

อรุณี ปัญญาผลวงษา (2542) ศึกษาเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักต่างอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยความต้องการโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยในการใช้บริการที่พักต่างอากาศอยู่ในระดับมาก โดยมีความต้องการต่อปัจจัยต่างๆ ตามลำดับได้แก่ การบริการของพนักงาน ระบบรักษาความปลอดภัย การโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ทำเลที่ตั้ง รูปแบบของที่พักต่างอากาศ ชื่อเสียงของที่พักต่างอากาศ บริการของที่พักต่างอากาศ สิ่งอำนวยความสะดวกของราคาและที่พักบริการของพนักงาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการพนักงานที่สุภาพเป็นการเอง เป็นระดับหนึ่ง รองลงมาคือสามารถไว้วางใจได้ เข้าใจลูกค้า รับผิดชอบ บริการได้อย่างทันใจ และมีความรู้ ความเข้าใจในการให้บริการ ระบบรักษาความปลอดภัย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มียามรักษาการในตอนกลางคืนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือมีความดับเพลิงกระจายอยู่ทั่วไปภายในบริเวณที่พักต่างอากาศ มีเครื่องตรวจจับควันในห้องพักและมีโทรทัศน์วงจรปิดตลอด 24 ชั่วโมง การโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยวอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ข้อมูลจากคนรู้จักการขยายเวลาคืนห้องพักจนถึงเวลาตามตารางบินของลูกค้าและแผ่นพับโฆษณา ทำเลที่ตั้งของที่พักต่างอากาศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่พักต่างอากาศที่ตั้งอยู่ติดแม่น้ำเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ อยู่ติดภูเขาและอยู่ใกล้ตัวเมือง รูปแบบของที่พักต่างอากาศนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการความสะอาดเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือการตกแต่งห้องพัก การตกแต่งสวนและบริเวณที่พักต่างอากาศและลักษณะของอาคารที่พักเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือบริการรถรับ-ส่ง บริการฝากข้อความและบริการจักรยานฟรี สำหรับลูกค้าสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือผักรับประทานสดๆ ตู้เย็นและพัดลมสิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งสันทนาการ ภายในที่พักต่างอากาศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการร้านอาหารเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือสระว่ายน้ำ และห้องเช่าวันๆ ราคาที่พักนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการแจ้งราคาโดยเป็นราคาห้องพักรวมอาหารเช้าเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือราคาห้องพักอย่างเดียว โดยราคาที่พักนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าราคาที่เหมาะสมสำหรับห้องเดี่ยว คือ ราคา 501-1,000 บาท

บรรจบพร สมนรัตนกุล (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษารูปได้ว่าผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 4 ด้าน คือ ด้านบรรยากาศ ด้านกายภาพ ด้านบรรยากาศด้านจิตใจ ด้านบรรยากาศประกอบอื่นๆ และด้านส่วนผสมทางการตลาด พบว่า ด้านบรรยากาศ ด้านกายภาพ ประเภทที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการมากที่สุด คือแพพัก งานประเพณีและวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจคือ งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี คือ รถยนต์ส่วนตัว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ น้ำตกเอราวัณ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ จุดที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ สะพานข้ามแม่น้ำแคว ด้านบรรยากาศด้านจิตใจ พบว่ามูลเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุด คือความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนในด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ด้านบรรยากาศประกอบอื่น ๆ พบว่า แหล่งข้อมูลของจังหวัดกาญจนบุรี ที่นักท่องเที่ยวได้รับคือ

ประสบการณ์จากที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึก ของฝาก มีความเหมาะสม ส่วนในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในระดับมาก คือ เล่นน้ำตก ด้านส่วนผสมทางการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในระดับมาก คือ ชื่อเสียงและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

ประสพพร พุ่มพวง (2545) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางภายในประเทศ 1-3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ โดยเดินทางไปกับครอบครัว วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน ส่วนมากตัดสินใจเดินทางด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้าโดยการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศทางโฆษณาสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ มีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 1-3 วัน ช่วงเวลาที่ชอบเดินทางมากที่สุด คือ ชอบเดินทางตลอดทั้งปี และภูมิภาคที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ภาคเหนือ รองลงมาคือภาคกลาง

พิเชษฐ คูหเพ็ญแสง (2546) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยอง จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยอง โดยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญที่สุดคือ ต้องการท่องเที่ยวและพักผ่อน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง และเลือกพักแรมที่บังกะโลสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปมากที่สุดคือ เกาะเสม็ด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และมีความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยองอีกครั้ง ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิฐานะ ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สายฝน ถึงหมื่นไวย (2547) ศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา โดยเปรียบเทียบจากเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา จำนวน 420 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยว 1 – 2 ครั้ง/ปี ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวแต่ละครั้งเฉลี่ย 1 - 3 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง เพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ใช้บริการที่พักแรมที่รีสอร์ท นักท่องเที่ยวรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวส่วนใหญ่จากคำบอกเล่า บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พักส่วนใหญ่คือคนในครอบครัว จะเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจะแนะนำญาติพี่น้องหรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวแน่นอน และมีความเห็นว่าจะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวอีกแน่นอน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการจงใจมากในภาพรวมของ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ที่พักกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และของฝาก/ ของที่ระลึก นอกจากนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด และมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก ประเภทรีสอร์ทมากที่สุด

นาวัน วิไลเลิศ (2549) ศึกษามูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานฝอยลม จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานฝอยลม จังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานฝอยลม จังหวัดอุดรธานี คือ น้ำตกธารงาม จุดชมวิว สวนรวมพรรณไม้ป่า 60 พรรษามหาราชนิเวศน์เส้นทางศึกษาธรรมชาติ สัตว์ป่า พิพิธภัณฑ์ล้านปีภูฝอยลม อุทยานล้านปีภูฝอยลม วิถีชีวิตชุมชน อาหารพื้นบ้าน ประเพณีฟุตบอลภูฝอยลมคลับ โครงการคืนความสะอาดให้ภูฝอยลม กิจกรรมดูนก กิจกรรมการศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมเดินป่า ระบบสาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐาน สาเหตุที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ก็คือ ต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน/ ศึกษาเล่าเรียน ต้องการมีส่วนร่วมพบปะสังสรรค์กับเพื่อน ต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับชีวิต และต้องการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานฝอยลม จังหวัดอุดรธานีในระดับมาก โดยเฉพาะความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และมีความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ น้ำตกธารงาม และจุดชมวิวส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิภาคที่อาศัยอยู่ มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานฝอยลม จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกัน

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ และชฎามาศ แก้วสุกใส (2550) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 344 คน และใช้สถิติไคสแควร์ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 71.5 เป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และร้อยละ 28.5 เป็นนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยภาพรวมในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านกระบวนการให้บริการทางการท่องเที่ยวในระดับมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ด้านสภาพลักษณะของพื้นที่ทางการท่องเที่ยว ผู้ให้บริการ ราคา การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่ายตามลำดับ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ต่อปีมีความสัมพันธ์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ชัยพฤกษ์ บุญเลิศ (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ภายในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง

26-33 ปี มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี ไม่เคยมีประสบการณ์ในการศึกษาหรือใช้ชีวิตในต่างประเทศ ที่มากกว่า 1 ปี มีอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และมีสถานภาพโสด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการท่องเที่ยวต่อปีเป็น 3-4 ครั้ง การท่องเที่ยวภายในประเทศ ไม่ท่องเที่ยวต่างประเทศ เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคล มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางต่อทริปโดยเฉลี่ย 3 - 5 คน ร่วมเดินทางกับครอบครัวบ่อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความถี่ในการจองห้องพักออนไลน์ต่อปีเป็น 1 - 2 ครั้ง ใช้ภาษาอังกฤษในการจองห้องพักออนไลน์ จองโรงแรมอิสระ จองโรงแรมในระดับ 3 ดาว ราคาเฉลี่ย 1,001 - 2,000 บาทต่อคืน มีระยะเวลาเฉลี่ยในการพัก 2 - 3 วัน มีระยะเวลาในการจองที่พักล่วงหน้า 15-30 วัน และมีเว็บไซต์ที่ใช้จองห้องพักเป็นประจำและสม่ำเสมอ มากกว่า 1 เว็บไซต์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การใช้ชีวิตในต่างประเทศมากกว่า 1 ปี อาชีพ สถานภาพสมรส ความถี่ในการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์

Keng and Cheng (1999) ได้ศึกษาส่วนตลาดนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว 150 คน ผลการวิจัยพบว่าสามารถแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวได้เป็น 4 กลุ่มที่มีความแตกต่างตามลักษณะของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

González and Bello (2002) ได้ศึกษารูปแบบการดำรงชีวิตในการแบ่งส่วนตลาดเนื่องจากในกาทำความเข้าใจกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นไม่สามารถอธิบายโดยใช้เพียงปัจจัยทางสังคมประชากรศาสตร์เท่านั้น และรูปแบบการดำรงชีวิตก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีการนำไปทำความเข้าใจกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและแบ่งส่วนตลาด ซึ่งมีการแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำรงชีวิตตามความสนใจ กิจกรรมและความคิดเห็น

Johns and Gyimóthy (2002) ได้แบ่งส่วนตลาดโดยใช้เทคนิควิธีการจัดกลุ่ม ซึ่งกระบวนการแรกที่ทำคือการแยกปัจจัยออกมาได้เป็น 3 ปัจจัย ได้แก่ การผ่อนคลาย ธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่น และสามารถจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวออกได้ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก (Active Tourists) และ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรับ (Inactive Tourists)

Litvin et al. (2004) ได้ศึกษาเกี่ยวกับมิติการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty avoidance dimension) ที่ Hofstede ได้เสนอแนะไว้เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาจากมิติที่ต่างกันโดยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวจากหลายเชื้อชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศสหรัฐอเมริกาครั้งแรก ซึ่งผลการวิจัยพิสูจน์ว่าแนวคิดมิติการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนนี้สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมที่ต่างกัน

Park and Yoon (2009) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในชนบทที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในหลายส่วนตลาดเพื่อแบ่งส่วนตลาดตามแรงจูงใจในประเทศเกาหลี โดยใช้แบบสอบถามที่แปลถึง 4 ภาษา และเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 252 คน และพบว่าส่วนตลาดที่พบมี 4 ส่วนตลาด ได้แก่ การเดินทางพร้อมครอบครัว นักท่องเที่ยวแบบรดตอบสนอง การแสวงหาทุกสิ่ง และการแสวงหาความตื่นเต้นและการเรียนรู้

สำหรับงานวิจัยทางด้านความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์หรือความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้น มีนักวิจัยจำนวนมากได้ศึกษาไว้ แต่ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ขณะที่งานวิจัยทางด้านทุนมนุษย์นั้น งานวิจัยส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาโดยนักวิชาการ

ต่างประเทศที่มีการศึกษามาเป็นระยะเวลานาน แต่เน้นที่ทุนมนุษย์กับรายได้ทางเศรษฐกิจมากกว่า การศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ ขณะที่ในประเทศไทย งานวิจัยที่ดำเนินการเกี่ยวกับทุนมนุษย์ส่วนใหญ่กำลังอยู่ในกระบวนการดำเนินการ ซึ่งจากการตรวจสอบด้วยการสำรวจและสอบถาม นักวิจัยพบว่ามีการดำเนินงานวิจัยด้านทุนมนุษย์ไม่มากนัก ทั้งนี้ งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีดังนี้

วรรณ วรชวานิช (2539) ได้ศึกษาถึงผลกระทบทางการท่องเที่ยว พบว่า การท่องเที่ยวจะมีจำนวนมากหรือน้อยก็ตามย่อมส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่อสังคมส่วนรวม และสังคมเฉพาะจุด เฉพาะแหล่ง ตลอดจนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่หรือบริเวณที่กิจกรรมการท่องเที่ยวถูกจัดให้มีขึ้นส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจ ตลอดเวลาหลายปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่นำรายได้มาสู่ประเทศปีละจำนวนมาก และเป็นกิจกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท การท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ด้านอาชีพ การสร้างงาน และการกระจายรายได้ การสร้างรายได้ ด้านการเจริญเติบโตและการขยายตัวการลงทุน ความเติบโตของการท่องเที่ยวทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ มีการลงทุนเพิ่มขึ้นและขยายตัวออกไป เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง การลงทุนด้านการท่องเที่ยว เช่น การสร้างโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ฯลฯ

สุรีย์ บุญญานพวงศ์ (2539) ทำการศึกษาผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีจังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในชุมชนอย่างช้าๆ มานานกว่า 40 ปี แต่ในช่วง 10 ปีมานี้ การท่องเที่ยวได้เป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนอย่างรวดเร็ว การพัฒนาด้านคมนาคม การบริการสาธารณูปโภค และสาธารณูปการต่างๆ รวมทั้งการบริการทางสังคมอื่นๆ ได้รับการสนับสนุนมากขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชนมากขึ้น มีการใช้ที่ดินอย่างเหมาะสม กิจกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชนมากขึ้น มีการใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมเพิ่มขึ้น ประชากรในชุมชนที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าไป มีรายได้เพิ่มขึ้นมีโอกาสและทางเลือกในการประกอบอาชีพและการศึกษาสูงขึ้น พร้อมกับค่าครองชีพที่ขยับตัวสูงขึ้น ขณะที่ชุมชนที่ไม่มีการท่องเที่ยวเข้าไปยังขาดโอกาสดังกล่าวอยู่มาก

งามตา เรืองพลึงชูพร (2545) ได้ศึกษาความต้องการการฝึกอบรมของพนักงานสายบริษัททั่วไป บริษัท อุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัล ไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการฝึกอบรม ด้านความรู้ ในภาพรวมพบว่าพนักงานมีความต้องการฝึกอบรมอยู่ในระดับมีความต้องการมาก โดยพบว่ามีความต้องการการฝึกอบรมในเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท และภาษาอังกฤษเพื่อการค้ามากที่สุด ส่วนความต้องการฝึกอบรมด้านทักษะมีความต้องการมาก โดยพบว่ามีความต้องการ การฝึกอบรมในเรื่องการใช้ภาษาอังกฤษในการปฏิบัติงานมากที่สุด พนักงานที่มีตำแหน่งและประสบการณ์ทำงานที่แตกต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมด้านความรู้และด้านทักษะที่ไม่แตกต่างกัน

วิชัย ใจชื่น (2546) ศึกษาบรรยากาศขององค์กรเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ศึกษากรณีบริษัทไทยพลาสติกและเคมีภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษา พบว่า พนักงานสายการผลิตมีความคิดเห็นต่อบรรยากาศขององค์กรเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบรรยากาศขององค์กรเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ศึกษากรณีบริษัท

ไทยพลาสติกและเคมีภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) ที่มีสถานภาพต่างกัน พบว่า หน่วยงานที่สังกัด ระดับการศึกษาและระยะเวลาทำงานที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อบรรยากาศองค์กรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน

สรวรยา ธีรวิทย์ยางกุล (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางการจัดการของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ของไทย ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้บริหารส่งผลต่อความสามารถทางการจัดการด้านทักษะส่วนบุคคลและประสบการณ์ที่แตกต่างกันของผู้บริหารส่งผลต่อความสามารถทางการจัดการด้านการจัดการด้านคุณลักษณะพิเศษ เรื่องปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนตัว ได้แก่ ทักษะในการทำงานและแรงจูงใจในการทำงานและปัจจัยทางด้านตัวกระตุ้นในการทำงานได้แก่วัฒนธรรมองค์การเทคโนโลยีการจัดโครงสร้างองค์การผลตอบแทนและการฝึกอบรมพัฒนาพบว่า มีผลต่อความสามารถทางการจัดการของผู้บริหารในทุกด้าน

สุรพันธุ์ ยะกัณฐะ (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี สภาพการจ้างงานและสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความรู้ ทักษะและทัศนคติของพนักงาน

อรรธรณ บัณฑิตกุล และคณะ (2547) และสุปราณี คงนิรันดร์สุข (2551) ศึกษาโรงแรมโอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ ซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นโรงแรมอันดับหนึ่ง จากสถาบันต่าง ๆ ทั่วโลกถึง 22 รางวัล ในปี ค.ศ. 2000 พบว่า ความสำเร็จของโอเรียนเต็ลมีได้มาจากห้องพักที่ทันสมัยล้ำยุคหรือห้องพักที่สวยงามคลาสสิกย้อนยุค หรืออาหารรสเลิศ แต่ความสำเร็จของโรงแรมมาจากการทำให้พนักงานทุกคนของโอเรียนเต็ลเป็นพนักงานที่มีคุณภาพและจิตวิญญาณแห่งการบริการที่น่าประทับใจ โรงแรมโอเรียนเต็ลมีพนักงานประมาณ 1,200 คน ประกอบด้วยพนักงานประจำประมาณ 766 คน และพนักงานชั่วคราว 400 คน อายุการทำงานโดยเฉลี่ยของพนักงาน 15 ปี มีมากถึงหนึ่งในสามของพนักงานทั้งหมด อัตราการเข้าออกมีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น

โรงแรมโอเรียนเต็ลมีสถาบันสร้างบุคลากร คือ โรงเรียนวิชาการโรงแรมแห่งโรงแรมโอเรียนเต็ล (The Oriental Hotel Apprenticeship Programme หรือ Ohap) เพื่อผลิตบุคลากรในสาขาต่าง ๆ ตามที่โรงแรมโอเรียนเต็ลต้องการอย่างต่อเนื่อง โรงเรียนแห่งนี้สามารถสร้างพนักงานได้ตามที่โรงแรมต้องการ นักเรียนทุกคนจะถูกหล่อหลอมความคิดเรื่องหัวใจการบริการ วัฒนธรรมของคนโอเรียนเต็ล อย่างไรก็ตาม Ohap รับนักเรียนน้อยมาก หลักสูตรละประมาณ 12 คนเท่านั้นเพื่อให้ได้บุคคลที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง การเรียนการสอนมุ่งเน้นการปฏิบัติหรือลงมือทำเองมากกว่าสอนด้านการจัดการ Ohap นอกจากสร้างบุคลากรให้แก่โรงแรมโอเรียนเต็ลแล้วยังสร้างบุคคลที่มีคุณภาพให้แก่ธุรกิจโรงแรมอีกด้วย

นอกจากนี้โรงแรมยังลงทุนด้านฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง ในแต่ละปีมีโครงการฝึกอบรมพนักงานทั้งหมดประมาณ 200 - 300 หัวข้อ ใช้งบประมาณประมาณ 5 ล้านบาทต่อปี หากช่วงเศรษฐกิจดี ๆ งบประมาณการฝึกอบรมจะสูงถึง 10 ล้านบาท หัวข้อการฝึกอบรมมีที่มาจาก 1) ปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้า 2) หัวหน้างานแต่ละฝ่ายรู้ว่าผู้ใต้บังคับบัญชาขาดสิ่งใด ต้องการได้รับการอบรมในเรื่องใดบ้าง 3) พนักงานจะบอกว่าเขาต้องการอะไร อยากพัฒนาอะไรเพิ่มเติม 4) ผู้บริหารต้องการจัดอบรมเรื่องใดเพื่อให้โรงแรมโอเรียนเต็ลเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง การอบรมเรื่องการใช้ภาษาอังกฤษให้ถูกต้องเป็นหลักสูตรสำคัญที่โรงแรมต้องจัดอบรมทุกปีและนับตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา ได้จัดอบรมภาษาจีนแก่พนักงาน เพื่อเตรียมรับมือการเปลี่ยนแปลงครั้งใหม่ที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย

หรือลูกค้าของโรงแรม นอกจากนี้ฝ่ายการเรียนรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ยังสร้างหลักสูตรที่เกี่ยวกับการทำงานโดยตรง เช่น การอบรม เรื่อง Luxury Service, Team Building, How To Open Wine, Extra Smile to Thai & Asian เป็นต้น

สำหรับการฝึกอบรมด้านพฤติกรรมการทำงานนั้น โรงแรมโอเรียนเต็ลใช้วิธีการสังเกตทางจิตวิทยา เช่น คุณลักษณะ ศิลปะการหัวเราะ ศิลปะการหายใจ รวมทั้งใช้หลักคำสอนของท่านพุทธทาสภิกขุและจัดบรรยาย อภิปรายและฝึกสมาธิแก่พนักงาน โดยดำเนินการมาเป็นเวลา 10 ปีแล้ว ผู้บริหารโรงแรมโอเรียนเต็ลเห็นว่า หากพนักงานทำงานอย่างมีความสุขจะยิ้มแย้มแจ่มใสและให้บริการแขกได้ดีขึ้นนั้น พนักงานก็จะมีชีวิตที่มีความสุขด้วย เนื่องจากแนวคิดเกี่ยวกับสปีริตของทีมงาน การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือการจัดการความเครียด ซึ่งเป็นวิธีการบริหารงานบุคคลจากตะวันตกนั้นสามารถนำใช้กับคนไทยได้เพียงบางส่วนเท่านั้น หลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรของแต่ละโรงแรมทั่วโลกมาจากตำราที่ไม่แตกต่างกันนัก แต่การฝึกอบรมเรื่องธรรมชาติของพนักงานโรงแรมโอเรียนเต็ลนั้นแตกต่างจากโรงแรมอื่น ๆ

บัวบูชา นิจุสนกิจ (2548) ศึกษาความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อศึกษารูปแบบการฝึกอบรมที่ผู้ประกอบการต้องการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการด้านการฝึกอบรม การพัฒนาและการศึกษาในระดับมาก โดยต้องการด้านการฝึกอบรมมากที่สุด

นรเทพ ศักดิ์เพชร (2549) ศึกษาความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานบริษัทอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย จำกัด (มหาชน) ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการศึกษาด้านการฝึกอบรม ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่ทำงานของบริษัทอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย จำกัด (มหาชน) และดำเนินการเปรียบเทียบความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานบริษัทอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีสถานภาพส่วนบุคคลแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานบริษัทอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมและรายด้านคือ ด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่ทำงาน ด้านการศึกษา ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านการฝึกอบรม อยู่ในระดับมาก 2. ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จำแนกตามคุณลักษณะบุคคล พบว่า 2.1 พนักงานที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอายุงานแตกต่างกัน มีความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงาน ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน 2.2 พนักงานที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวม แตกต่างกัน 2.3 พนักงานที่มีรายได้ แตกต่างกัน มีความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวม แตกต่างกัน แต่เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ ไม่พบความแตกต่าง 2.4 พนักงานที่มีสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในภาพรวม แตกต่างกัน และเมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสด มีความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการศึกษา มากกว่าพนักงานที่มีสถานภาพสมรส และสถานภาพหม้ายหรือหย่า

วีระ อรัญมงคล และรัชฎา ธิโสภาน (2549) ได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในสถาบันอุดมศึกษา กรณีศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้รับความสำคัญเป็นลำดับแรกในเรื่องต่างๆ ดังนี้ นโยบายหลักของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ควรส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องนโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สายวิชาการ (สาย ก) ควรส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานด้านการสอน การวิจัยและพัฒนา และการบริการวิชาการ นโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สายสนับสนุนวิชาการ (สาย ข, สาย ค) ควรส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับตำแหน่งอย่างต่อเนื่อง หลักการหาความจำเป็นของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควรใช้วิธีการสำรวจความต้องการพัฒนาจากผู้ปฏิบัติงาน ผู้ที่มีภาระหน้าที่ในการหาความจำเป็นของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์คือ ผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควร มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มทักษะและศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง มาตรการในการวางแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควรกำหนดให้มีการจัดทำกรอบภาระงานของบุคลากรแต่ละตำแหน่งให้ชัดเจน การกำหนดความสำคัญของการวางแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรคำนึงถึงนโยบายของหน่วยงาน การเตรียมการเพื่อปฏิบัติตามแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควรใช้วิธีการศึกษาข้อมูลความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การจัดกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แบบกลุ่มของบุคลากรสายวิชาการ(สาย ก) ควรจัดในรูปแบบการอบรม การจัดกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แบบกลุ่มของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ(สาย ข, สาย ค) ควรจัดในรูปแบบการอบรม เช่นกัน การจัดกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แบบรายบุคคลของบุคลากรสายวิชาการ (สาย ก) ควรจัดในรูปแบบการศึกษาต่อ การจัดกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แบบรายบุคคลของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ (สาย ข, สาย ค) ควรจัดในรูปแบบการอบรม การประเมินผลการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควรใช้วิธีการพิจารณาผลสัมฤทธิ์ของงานที่ได้รับมอบหมายทั้งในเชิงปฏิบัติและคุณภาพจากผู้บังคับบัญชา

ศิริรัตน์ มีเดช (2549) ได้ศึกษาถึงความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยทำการศึกษากลุ่มผู้บริหารหรือผู้จัดการจำนวน 165 คน และพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 365 คน พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการศึกษาและการฝึกอบรมการปฏิบัติงานยังมีไม่มากนัก เนื่องจากพนักงานระดับปฏิบัติการส่วนใหญ่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้านการศึกษา แต่ได้รับการฝึกอบรมด้านการปฏิบัติงาน พนักงานระดับปฏิบัติการส่วนใหญ่ต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน เนื่องจากเห็นว่าภาษาต่างประเทศมีความจำเป็นสำหรับการประกอบอาชีพในแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้แล้ว พนักงานระดับปฏิบัติการมีความต้องการฝึกอบรมด้านทักษะระหว่างบุคคล (Interpersonal Skill) มากกว่าทักษะด้านการใช้ความคิด (Conceptual Skill) และ ทักษะด้านความรู้ในการปฏิบัติงาน (Technical Skill) สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาพนักงานระดับปฏิบัติการ คือ บุคลากรขาดความพร้อมในการฝึกอบรม เนื่องจากต้องปฏิบัติงานประจำจึงไม่มีเวลาฝึกอบรมตามวันและเวลาที่กำหนด และ บุคลากรขาดทุนทรัพย์สำหรับพัฒนาตนเอง

พัชรินทร์ กิรติวินิจกุล และคณะ (2551) ศึกษาเรื่อง ความต้องการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจโรงแรม ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วย โรงแรมสวนดุสิตเพลส โรงแรมสวนสุนันทา โรงแรมพระนครแกรนด์วิว โรงแรมจันทร์เกษมปาร์ค และโรงแรมธนบุรีลอดจ์ จากตัวอย่าง จำนวน 147 คน พบว่า บุคลากรมีความต้องการพัฒนาศักยภาพในระดับสูง ต้องการพัฒนาด้านทัศนคติมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างความสุขในการทำงาน

เพราะส่งผลต่อประสิทธิภาพของงาน รองลงมาคือ ต้องการพัฒนาด้านความรู้และด้านทักษะตามลำดับ

บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความต้องการพัฒนาศักยภาพแตกต่างกัน คือ บุคลากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทให้ความสำคัญแก่การพัฒนาศักยภาพมากกว่าบุคลากรที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี เพราะต้องการมีแนวคิดในการพัฒนานโยบายและสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร นอกจากนี้ยังพบว่า บุคลากรที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกันต้องการพัฒนาศักยภาพแตกต่างกันไปด้วย โดยบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 – 5 ปี ต้องการพัฒนาศักยภาพมากกว่าบุคลากรที่มีประสบการณ์ทำงานไม่ถึง 1 ปี และ มากกว่าบุคลากรที่มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 6 ปี ขึ้นไป เนื่องจากบุคลากรที่มีประสบการณ์การทำงาน 1 – 5 ปี อยู่ในช่วงเริ่มต้นทำงานจึงต้องการพัฒนาและเรียนรู้งานเพิ่มมากขึ้น ส่วนผู้ที่ทำงานมานานมักกระตือรือร้นต่อการพัฒนาศักยภาพลดน้อยลง

ฉัฐษรณ กายูจนศิริลลน (2552) ศึกษาแนวทางการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 แห่ง กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า บุคลากรของโรงแรมมีความต้องการพัฒนาตามมาตรฐานของโรงแรมใน 4 ด้าน ดังนี้

1) มาตรฐานด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ การมีกิริยามารยาทสุภาพเรียบร้อย สื่อสารถูกต้อง ชัดเจน มีความกระฉับกระเฉงว่องไวในการทำงาน และวางตนอย่างเหมาะสมถูกกาลเทศะ

2) มาตรฐานด้านคุณธรรม จริยธรรม คือ อุดมคติอันดี ควบคุมอารมณ์ได้ดี ปฏิบัติงานอย่างละเอียดรอบคอบ มีวินัย และที่สำคัญพนักงานต้องการพัฒนาในเรื่องการมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานเป็นอย่างมาก

3) มาตรฐานด้านความรู้ ความสามารถทั่วไป ประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน และกฎหมายสิทธิพื้นฐานการคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายเกี่ยวกับสถานประกอบการที่พัก และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงความสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงาน

4) มาตรฐานด้านความสามารถ ทักษะด้านภาษาและการสื่อสาร นอกจากความสามารถใช้ภาษาอังกฤษอย่างคล่องแคล่วแล้ว จำเป็นต้องสามารถใช้ภาษาต่างประเทศอื่นนอกเหนือจากภาษาอังกฤษได้อย่างน้อย 1 ภาษา และความสามารถใช้ภาษาท่าทาง (Body Language)

เมื่อผู้วิจัยพิจารณาความต้องการพัฒนาของบุคลากร โดยจำแนกตามหน้าที่ความรับผิดชอบแล้ว พบว่า 1) แผนกบริการส่วนหน้า ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาด้านความรู้มากที่สุด คือ ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ส่วนด้านทักษะ ควรพัฒนาให้สามารถใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ได้นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ 2) แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม ควรได้รับการพัฒนาความรู้มากที่สุดเช่นกัน โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม ส่วนด้านทักษะควรพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษ 3) แผนกแม่บ้านและการบริการส่วนห้องพัก ความรู้ที่ควรพัฒนามากที่สุดคือ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรม และทักษะที่ควรพัฒนาคือ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

สมลลลล ส้งจลลล (2555) ศึกษาการพัฒนาทุนมนุษย์ของสำนักหอสมุด กำแพงแสน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการทำงาน การพัฒนาทุนมนุษย์และแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของสำนักหอสมุด กำแพงแสน โดยผลวิจัยพบว่าผู้บริหารควรวางแผนในการพัฒนาบุคลากรให้ชัดเจน และมีการวางแผนให้เหมาะสมกับตำแหน่งและภาระงาน และควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับบุคลากรให้มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

Gimeno et al. (1997) ได้นำเสนอผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานของธุรกิจที่มีศักยภาพหรือผลการดำเนินงานด้านรายได้ในระดับเดียวกัน แต่มีการดำรงอยู่ในตลาดที่แตกต่างกัน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการใหม่ในสหรัฐอเมริกา จำนวน 1,547 ราย สิ่งหนึ่งที่ทางนักวิจัยเชื่อมั่นว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพในการอยู่รอดของธุรกิจคือ ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการนั่นเอง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ยังนำเสนอมุมมองการพัฒนาทุนมนุษย์ในมิติที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์ ดังเห็นได้จากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทุนมนุษย์ในมิติของรายได้โอกาสในการเปลี่ยนงาน รายได้ทางจิตวิทยา หรือต้นทุนในการเปลี่ยนอาชีพ เป็นต้น

Lepak and Snell (1999) เชื่อว่าบุคลากรในองค์กรแต่ละคนอาจจะไม่ได้มีความรู้หรือประสบการณ์ตามที่องค์กรต้องการ ดังนั้น จึงประยุกต์แนวคิดด้านทรัพยากร (resourced-based theory) ในการวิเคราะห์การพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์กร โดยแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ การพัฒนาภายใน การซื้อตัว การทำสัญญา และพันธมิตร

Davidsson and Honig (2003) ได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของทุนทางสังคมและทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการใหม่โดยเปรียบเทียบการที่บุคลากรแต่ละคนเข้าร่วมในกิจกรรมของธุรกิจใหม่กับกลุ่มที่กำหนดคุณสมบัติไว้ โดยใช้เวลาในการศึกษา 18 เดือน ผลการวิจัยพบว่า ทุนมนุษย์มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการในการเข้าทำงานในธุรกิจ

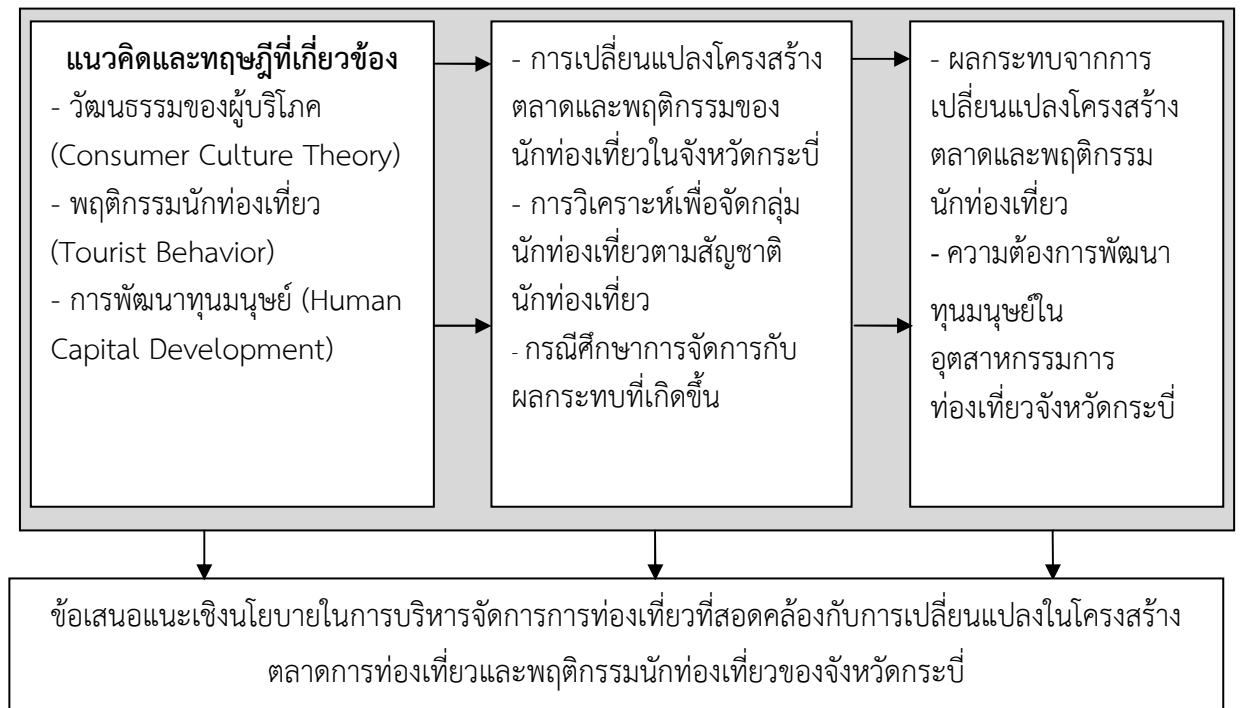
Pongsakornrungsilp (2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างคุณค่าของแฟนบอลสโมสรลิเวอร์พูลที่แฟนบอลแต่ละคนต้องอาศัยทรัพยากรที่ตนเองมี อันได้แก่ ความรู้และความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสโมสรในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับแฟนบอลคนอื่น ๆ ในกระบวนการสร้างคุณค่า และสิ่งที่เกี่ยวข้องในกระบวนการคือ ต้องอาศัยทุนมนุษย์เป็นจุดเริ่มต้นในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับแฟนบอลคนอื่น ๆ เมื่อกระบวนการพูดคุยแลกเปลี่ยนเกิดขึ้นที่ทำให้แฟนบอลแต่ละคนสามารถส่งสมทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม และนำไปสู่การเป็นคนในกลุ่ม (in-group member) ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางที่ Coleman (1988) ได้กล่าวไว้ว่าทุนมนุษย์เป็นเสมือนใบเบิกทางในการสร้างทุนทางสังคม และนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพในการทำงาน

Son (2010) ได้นำเสนอข้อมูลการวิจัยที่ดำเนินการศึกษาในประเทศฟิลิปปินส์เกี่ยวกับทุนมนุษย์ที่ส่งผลสำคัญต่อตลาดแรงงาน โดยทักษะและความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจากระบบการศึกษาจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ และพนักงานก็จะได้รับการจ่ายค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับระดับทุนมนุษย์ของแต่ละบุคคลมี โดยในการศึกษาจะเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของประเทศฟิลิปปินส์ที่จะจ้างแรงงานที่มีความรู้หรือมีวุฒิการศึกษา และการที่ประเทศฟิลิปปินส์มีแรงงานที่มีการศึกษามากแต่ทำงานในระดับที่ต่ำกว่า ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์ถึงประสิทธิภาพในการทำงานพบว่า ประเทศฟิลิปปินส์มีการจ้างงานที่มีวุฒิการศึกษาสูงขึ้นแต่ทำงานในระดับที่ต่ำกว่าประสิทธิภาพของตนเอง หรือกล่าวได้ว่า แรงงานที่มีการศึกษามีคุณวุฒิสูงกว่าตำแหน่งงาน และแสดงให้เห็นว่าระบบการศึกษาในประเทศฟิลิปปินส์ไม่ได้สอนหรือพัฒนาทุนมนุษย์ตามที่ภาคแรงงานหรืออุตสาหกรรมต้องการ

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มีกรอบแนวคิดของโครงการวิจัยโดยอาศัยแนวคิดด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมของผู้บริโภค (Consumer Culture Theory) เพื่อทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของ

นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยในภาพที่ 4 แสดงกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัยที่บูรณาการแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย (RESEARCH METHODOLOGY)

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่และความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยอาศัยกระบวนการทัศน์การวิจัยเชิงตีความ (Interpretive Research Paradigm) ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ Parnphumeesup and Kerr (2011) ได้สรุปถึงวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพไว้ คือ การวิจัยที่มุ่งเน้นให้ข้อมูลในเชิงลึกในเรื่องที่กำลังศึกษา การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก ดังนั้น การได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนมากจึงไม่จำเป็นสำหรับวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 วิธีการวิจัย

ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยกระบวนการศึกษา 2 แนวทางที่อาศัยทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และจัดประชุมกลุ่มย่อย (focus group) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

ในการจำแนกนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ที่นอกเหนือจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ด้วยการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ซึ่งเป็นเป็นวิธีการจัดกลุ่มข้อมูล หรือแบ่งกลุ่มคน ออกเป็นกลุ่มย่อยอย่างน้อย 2 กลุ่มตามลักษณะที่กำหนด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) โดยสมาชิกในแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะหรือรูปแบบพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน ในขณะที่สมาชิกระหว่างกลุ่มจะมีความแตกต่างกัน การวิเคราะห์จัดกลุ่มนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่มีการออกแบบคำถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยปรับปรุงจากแบบสอบถามรูปแบบการดำรงชีวิตของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ (วรรณลดา มหาวิโร พิมพลภัส พงศกรรังศิลป์ และศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2556) และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาคใต้ (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ, 2557) และดำเนินการแปลภาษาต่างประเทศ ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษารัสเซีย เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาสังกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) และจัดกลุ่ม (Cluster) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ประชากร การศึกษาในครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรของนักท่องเที่ยว แต่ทราบว่ามีความจำนวนมาก ดังนั้นจึงมีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547) ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

เมื่อ n = จำนวนขนาดตัวอย่าง
 p = ค่าสัดส่วนที่ต้องการสุ่ม (กำหนดเท่ากับ 0.40)
 z = ค่าคะแนนมาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ (= 1.96)
 เมื่อกำหนดค่าความเชื่อมั่นในการทดสอบคือ 95 %)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (= 0.05 หรือ 5 %)

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{0.40(1-0.40)(1.96)^2}{(0.05)^2} = 368.79$$

นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 369 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Factor Analysis ที่มีข้อกำหนดด้านจำนวนขนาดตัวอย่างที่ต้องมีมากกว่าจำนวนตัวแปรในแบบสอบถามอย่างน้อย 5 เท่า (James, 2009) โดยในแบบสอบถามมีตัวแปรที่จะนำมาสังเกตองค์ประกอบจำนวน 71 ตัวแปร ดังนั้น จึงต้องมีการเก็บแบบสอบถามอย่างน้อย 355 ตัวอย่าง และจำนวนขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 369 ตัวอย่างจึงเป็นระดับที่ยอมรับได้

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 119 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 281 คนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รวมไปถึงผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 รูปแบบ ดังนี้

3.1.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ประชากร การศึกษาในครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รวมไปถึงผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ด้วยวิธีการแบบสะดวก (convenience sampling) เนื่องจากเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการซึ่งโดยทั่วไป จำนวนแบบสอบถามที่สามารถเก็บรวบรวมจากภาคธุรกิจจะมีไม่มาก ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 70 ธุรกิจ ซึ่งเป็นระดับที่เก็บได้ในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Pongsakornrungsilp, 2011) ผู้วิจัยดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจและยินดีที่จะตอบแบบสอบถาม และมีการควบคุมให้มีการกระจายของแบบสอบถามไปยังธุรกิจท่องเที่ยวที่ขนาดและรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เพื่อเก็บข้อมูลจากสมาชิก

สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และดำเนินการเก็บข้อมูลโดยส่งนักวิจัยลงพื้นที่และขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจต่าง ๆ และสามารถเก็บรวบรวมได้ทั้งสิ้น ทั้งสิ้น 150 ธุรกิจ

3.1.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์ถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยใช้การประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

การสัมภาษณ์จะดำเนินการในรูปแบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (The Informal Conversation Interview) ซึ่งการถามจะไม่มีเตรียมประเด็นล่วงหน้า เพียงวางกรอบโครงสร้างที่จะสัมภาษณ์ไว้กว้างๆ เพื่อเปิดประเด็นในการพูดคุย เปิดกว้างในการให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะบันทึกการสัมภาษณ์ลงในแถบบันทึกเสียงและหรือจดบันทึกตามความเหมาะสม นอกจากนี้แล้ว จะใช้วิธีการสังเกตการณ์ (Observation) อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ภายหลังจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการถอดเทปและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลโดยคัดเลือกหาเรื่องที่ส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันและมีความเป็นไปได้ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

การประชุมกลุ่มย่อย ผู้วิจัยดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และมีการดำเนินการดังนี้

- 1) กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาตีน โดยมีผู้เข้าร่วม จำนวน 18 คน
- 2) กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนอ่าวลึก บ้านถ้ำเสือ โดยมีผู้เข้าร่วม จำนวน 19 คน
- 3) กลุ่มสถาบันการอาชีวศึกษา จังหวัดกระบี่ โดยมีผู้เข้าร่วม 6 คน
- 4) กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ได้แก่ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยมีผู้เข้าร่วม 12 คน
- 5) ผู้ประกอบการและสมาชิก สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในวันประชุมประจำเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม พ.ศ. 2556 โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 35 คน
- 6) กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนเกาะกลาง คลองประสงค์ โดยมีผู้เข้าร่วม จำนวน 28 คน
- 7) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 12 คน
- 8) กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ได้แก่ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยมีผู้เข้าร่วม 10 คน

การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่
- 2) นายกสมาคมธุรกิจโรงแรม จังหวัดกระบี่
- 3) อาจารย์บัญชา เชื้อบ้านเกาะ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยการอาชีพ อ่าวลึก
- 4) ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ Shine-Taley เกาะลันตา จังหวัดกระบี่
- 5) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หมู่เกาะพีพี
- 6) นายบรรณ หงษ์ทอง ประธานกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนทุ่งหยีเพ็ง เกาะลันตา

7) นายกสมาพันธ์การท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

8) นายกสมาคมธุรกิจไทย จีน จังหวัดเชียงใหม่

การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพื่อสังเกตและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ ตลอดจนแนวทางการจัดการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การวิจัยเอกสาร เพื่อศึกษากรณีตัวอย่างการจัดการเกี่ยวกับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในประเทศไทยและต่างประเทศ

โดยหลังจากที่ได้มีการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ที่มีส่วนได้เสียเพื่อศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า สิ่งที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ต้องการคือ การพัฒนาทุนมนุษย์ในรูปแบบหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อจัดเตรียมคนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับแผนการวิจัยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์งานวิจัยด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและพัฒนา ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาแบบสอบถามสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว โดยพัฒนาตามแนวทางโมเดล KSAO หรือเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณสมบัติอื่น ๆ (Sims, 1998) รวมทั้งสอบถามถึงความต้องการบุคลากรของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รวมทั้งสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) กับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ตามแนวทางของ Cayla and Eckhardt (2008) ที่นำเสนอวิธีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการซึ่งเป็นวิธีการที่ได้รับการยอมรับทางวิชาการ อันเนื่องมาจากผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ใกล้ชิดนักท่องเที่ยวจึงรับรู้และเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ดี การประชุมกลุ่มย่อยจึงทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เป็นจริงและสามารถนำมาใช้ในการกำหนดนโยบายหรือแผนงานต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ณ แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่พักผ่อน และคัดเลือกผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ในการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีแนวคำถามที่พัฒนาขึ้นจากทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมการบริโภค และการพัฒนาทุนมนุษย์ ตลอดจนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยและครอบคลุมตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะใช้สมุดจดบันทึกภาคสนาม (Field Note) เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูปในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในการสัมภาษณ์จะดำเนินการในรูปแบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (The Informal Conversation Interview) ซึ่งการถามจะไม่มีเตรียมประเด็นล่วงหน้า เพียงวางกรอบโครงสร้างที่จะสัมภาษณ์ไว้กว้างๆ เพื่อเปิดประเด็นในการ

พูดคุย เปิดกว้างในการให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะบันทึกการสัมภาษณ์ลงในแถบบันทึกเสียงและหรือจดบันทึกตามความเหมาะสม นอกจากนี้แล้ว จะใช้วิธีการสังเกตการณ์ (Observation) อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ภายหลังจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการถอดเทปและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลโดยคัดเลือกหาเรื่องที่ส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันและมีความเป็นไปได้

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.3.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หลังจากที่ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยจะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องในเบื้องต้นก่อนที่จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป โดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.3.1.1 ข้อมูลนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอในรูปแบบตาราง

2) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ก่อนที่จะมีการดำเนินการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ต้องมีการวิเคราะห์องค์ประกอบก่อน ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์และสกัดตัวแปรด้วยวิธีการ Factor Analysis ซึ่งในเบื้องต้น ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่า Cronbach มีค่าเท่ากับ 97.1 % ซึ่งอยู่ในระดับสูงที่อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ในการนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุดมาวิเคราะห์เพื่อลดจำนวนตัวแปรโดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) และดำเนินการหมุนแกนองค์ประกอบมุมฉากแบบ Varimax โดยกำหนดให้มีค่า Eigenvalue = 1

ซึ่งก่อนที่ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์สกัดตัวแปรจะต้องวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรก่อนว่ามีความเหมาะสมในการสกัดตัวแปรหรือไม่ด้วยการวิเคราะห์ค่า KMO โดยพิจารณาค่า KMO ที่ได้ซึ่งต้องมากกว่า 0.5 จึงจะสามารถนำไปสกัดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis ได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) และพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป (Pimpa, 2008) โดยในแต่ละองค์ประกอบจะต้องประกอบด้วยตัวแปรทั้งหมด 3 ค่าขึ้นไปตามแนวทางของไกเซอร์ (สุภาวดี นพจรจินดา, 2553) และมีค่าร้อยละความแปรปรวนขององค์ประกอบทั้งหมดที่สามารถอธิบายชุดตัวแปรได้ (Total Variance Explained) ที่มีค่ามากกว่า 60.00 % (แสงหล้า ชัยมงคล, 2554; ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ, 2557)

3) การวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) มีวัตถุประสงค์เพื่อแบ่งและจัดกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) โดยตัวแปรที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจะมีลักษณะที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน ส่วนตัวแปรที่อยู่ต่างกลุ่มกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ตัวแปรหนึ่งจะต้องอยู่เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น โดยในขั้นตอนแรก ผู้วิจัยคำนวณหาจำนวนกลุ่มที่เหมาะสมจากการสุ่มเลือกกลุ่มตัวแปรตัวอย่างในเบื้องต้นก่อน เพื่อจัดกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายๆ กัน โดยพิจารณาจากค่า Factor Score ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อ

จำแนกนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ตามกลุ่มองค์ประกอบด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 7 กลุ่ม กลุ่มองค์ประกอบด้านความสนใจทางการท่องเที่ยว 3 กลุ่ม กลุ่มองค์ประกอบด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2 กลุ่ม โดยใช้เทคนิค Hierarchical Cluster Analysis และ K-Mean Cluster Analysis โดยในการเริ่มการวิเคราะห์จัดกลุ่มจะใช้วิธีการ Hierarchical Cluster Analysis เพื่อดูความเหมาะสมของจำนวนกลุ่มเบื้องต้นจากแผนภาพ Dendrogram ซึ่งพบว่าจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมมีทั้งหมด 4 กลุ่ม หลังจากนั้น นำผลการจัดกลุ่มจำนวน 4 กลุ่มมาใช้เป็นค่าเริ่มต้นในการจัดกลุ่มด้วยวิธี K-Mean Cluster Analysis ซึ่งทำให้ทราบถึงค่ากลางของแต่ละกลุ่มจำแนกตามคะแนนองค์ประกอบ (Factor Loadings) ในการจัดกลุ่มครั้งสุดท้าย (Final Cluster Centers) หลังจากนั้น ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์หาจำนวนกลุ่มที่เหมาะสมที่สุดด้วยวิธี K-Means Cluster Analysis เพื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มย่อย โดยมีเงื่อนไขว่ามีจำนวนข้อมูลมากกว่า 200

3.1.2 ข้อมูลธุรกิจท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยวโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.3.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำบันทึกภาคสนาม (Field Note) จากการสัมภาษณ์และการสังเกต มาดำเนินการจัดทำรายละเอียดจากการเก็บข้อมูล (Transcripts) และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมไปถึงความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ก่อนจัดทำสรุปผลการวิจัยต่อไป

3.4 การสังเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อกำหนดนโยบายรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ตลอดจนการวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพื่อร่วมกันกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

3.5 ระยะเวลาทำการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระยะเวลาในการวิจัยทั้งหมด 14 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2556 – 14 ตุลาคม พ.ศ. 2557

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์ (RESULTS AND DISCUSSION)

ในการศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ มีการรายงานผลการวิจัย 4 ตอน ดังนี้

4.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

4.2 ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

4.3 ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

4.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

4.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่นั้น ผู้วิจัยดำเนินการ 2 รูปแบบ ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ และการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม

โดยผู้วิจัยดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์ และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีผลการวิจัยดังนี้

1. นักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของจังหวัดกระบี่ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากกลุ่มสแกนดิเนเวีย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเรียบสงบเนิบช้า และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กลุ่มนี้จะมีการใช้จ่ายเงินค่อนข้างมาก และเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่สอดคล้องกับเป้าหมายของจังหวัดกระบี่ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่มีชื่อเสียงระดับโลก อย่างไรก็ตามหลังจากดำเนินการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวรายย่อยในจังหวัดกระบี่พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พร้อมที่จะยกเลิกการเดินทางมายังจังหวัดกระบี่หากมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดที่ชัดเจนมากขึ้น

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น 4 หมู่เกาะ หรือเกาะพีพี นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนมากจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เนื่องจากค่านิยมรักความสบาย รวมไปถึงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังเห็นได้จากการพูดคุยสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่พบว่ามักจะอาบน้ำโดยเปิดน้ำแช่ในอ่างอาบน้ำ ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากตะวันตกจะมีพฤติกรรมการแช่อ่างอาบน้ำน้อยกว่าทั้งที่ อ่างอาบน้ำมาจากวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งในประเด็นนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับการได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกผ่านทางภาพยนตร์ ประกอบกับความคิดที่ว่าจ่ายเงินไปแล้ว ดังนั้น จึงไม่ต้องรับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่ายในส่วนนี้

3. นักท่องเที่ยวชาวจีน มักจะเป็นกลุ่มที่ไม่ค่อยเป็นระเบียบ และเน้นความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวค่อนข้างมาก ดังเห็นได้จากการขีดเขียน หรือการสัมผัสกับสิ่งของที่เปราะบางจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในถ้ำต่าง ๆ ในจังหวัดกระบี่ ที่มีประวัติศาสตร์และความเป็นมายาวนาน แต่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนจะต้องการสัมผัสกับหินงอกหินย้อย ภาพเขียนสีโบราณ เป็นต้น นักท่องเที่ยวจีนจะมีการใช้เสียงดังโดยเฉพาะในช่วงการรับประทานอาหารเช้า โดยส่วนใหญ่จะไม่ใช้ภาษาอังกฤษอย่างใดก็ตาม มีชาวจีนรุ่นใหม่ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงานเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับคู่รักด้วยตนเองมากขึ้นทำให้แนวโน้มด้านพฤติกรรมของคนจีนที่มีปัญหาต่อคนชาติอื่นจะน้อยลง

4. นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย เป็นกลุ่มที่มีการใช้เงินในการซื้อสินค้าและบริการจำนวนมาก แต่ด้วยเป็นกลุ่มที่ไม่พูดภาษาอังกฤษทำให้ไม่ค่อยเชื่อมั่นนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่นยกเว้นคนรัสเซียด้วยกัน นักท่องเที่ยวรัสเซียชอบดื่มแอลกอฮอล์มาก จึงทำให้บางครั้งมีปัญหาเรื่องเสียงดัง การโวยวาย แต่หากมีการพลั้งเผลอทำลายข้าวของเสียหาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะยินดีที่จะชดเชยค่าเสียหาย ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียคือ ผู้ให้บริการชาวไทยไม่สามารถสื่อสารโดยตรงกับนักท่องเที่ยวรัสเซีย อันเนื่องจากปัญหาด้านภาษา

5. นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย เป็นกลุ่มมีเงิน แต่ชอบต่อรองราคา เหมือนจะไม่ค่อยเชื่อใจผู้ให้บริการชาวไทย เป็นกลุ่มที่พร้อมให้เงินทิปพิเศษแก่พนักงานหากบริการได้ประทับใจ แต่ด้วยการอยู่ในสังคมที่มีเชื้อชั้นวรรณะทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียจะติดนิสัยการใช้งานคนวรรณะต่ำกว่า แต่หากถูกใจนักท่องเที่ยวชาวอินเดียจะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าต่าง ๆ โดยไม่จำกัด รวมทั้งการให้ทิปในจำนวนสูง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด สามารถนำเสนอข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้ดังนี้

4.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยในตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันมากนัก โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.30 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.70 โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 33.56 หรือ 33 ปี 6 เดือน 21 วัน กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มที่พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.28 รองลงมาคือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.82 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 17.18 และอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ โดยมีอาชีพหลักคือ พนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.08 รองลงมาคือ ข้าราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.49 พ่อค้า ธุรกิจ ประกอบอาชีพส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 15.21 และ ผู้บริหารบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 11.34 ตามลำดับ โดยที่เหลือไม่แตกต่างกันมากนัก

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือ โสด คิดเป็นร้อยละ 46.25 และหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่พบมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย คิดเป็นร้อยละ 23.13 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 21.00 นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 18.15 นักท่องเที่ยวจากสแกนดิเนเวีย คิดเป็นร้อยละ 15.66 และนักท่องเที่ยว

จากทวีปเอเชียอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 11.39 ตามลำดับ โดยที่เหลือไม่แตกต่างกันมากนัก สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 22.69 และ ภูมิภาคอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 5.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	201	50.30
	หญิง	199	49.70
	รวม	400	100.00
อายุเฉลี่ย = 33.56 S.D. = 10.56			
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน = 27,925.52 บาท S.D. = 60,184.86			
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	8	2.05
	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	67	17.18
	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	65	16.67
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	161	41.28
	สูงกว่าปริญญาตรี	89	22.82
	รวม	390	100.00
อาชีพหลัก	พนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน	140	36.08
	ข้าราชการ พนักงาน	64	16.49
	รัฐวิสาหกิจ		
	พ่อค้า นักธุรกิจ ประกอบ	59	15.21
	กิจการส่วนตัว		
	ผู้บริหารบริษัทเอกชน	44	11.34
	รับจ้าง	35	9.02
	นักเรียน นักศึกษา	26	6.70
	เกษียณอายุ	12	3.09
	ว่างงาน	8	2.06
	รวม	388	100.00
สถานภาพสมรส	สมรส	206	51.50
	โสด	185	46.25
	หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่	9	2.25
	รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
ภูมิสำเนานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	ทวีปเอเชีย	32	11.39
	ทวีปอเมริกา	18	6.41
	ทวีปยุโรป	59	21.00
	ทวีปโอเชียเนีย	11	3.91
	สแกนดิเนเวีย	44	15.66
	จีน	51	18.15
	รัสเซีย	65	23.13
	ทวีปแอฟริกา	1	0.36
รวม		281	100.00
ภูมิสำเนานักท่องเที่ยวชาวไทย	ภาคใต้	85	71.43
	กรุงเทพและปริมณฑล	27	22.69
	อื่น ๆ	7	5.88
	รวม	119	100.00

หมายเหตุ มี Missing Value

4.1.2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยในตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 47.50 เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ที่ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นที่แรก คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือ การเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 24.75 แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 21.75 และ แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ นั้นแสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เป็นเป้าหมายปลายทางของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นนั้น พบว่าเกือบครึ่งหนึ่งเดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในภาคใต้

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นมาก่อน

การเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช่	190	47.50
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดกระบี่	99	24.75
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย	87	21.75
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นในต่างประเทศ	24	6.00
รวม	400	100.00

ผลการวิจัยในตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 81.75 มีแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง โดยประมาณร้อยละ 63.75 จะเดินทางกลับทันทีหลังจากเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 18.00 และเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นหลังจากแหล่งท่องเที่ยวนี้

การเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช่	255	63.75
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดกระบี่	72	18.00
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย	58	14.50
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นในต่างประเทศ	15	3.75
รวม	400	100.00

ผลการวิจัยในตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่กับกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.64 รองลงมาคือ เดินทางมาสองคนกับสามี ภรรยา หรือคู่รัก คิดเป็นร้อยละ 27.92 ญาติ ครอบครัว บุตรหลาน คิดเป็นร้อยละ 22.84 และเดินทางคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 6.60 ตามลำดับ โดยมีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.18 คน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.074

ตารางที่ 5 สมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

สมาชิกในกลุ่มที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/คนรู้จัก	168	42.64
สามี/ภรรยา/คู่รักเพียง 2 คน	110	27.92
ญาติ ครอบครัว บุตรหลาน	90	22.84
เดินทางคนเดียว	26	6.60
รวม	394	100.00

จำนวนผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย = 4.18 คน, S.D. = 5.074

หมายเหตุ มี Missing Value

ผลการวิจัยในตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีการเดินทางไปท่องเที่ยว 5 อันดับแรกในเกาะพีพี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือ ท่องเที่ยว 4 เกาะทะเลแหวก คิดเป็นร้อยละ 34.25 หาดนพรัตน์ธารา คิดเป็นร้อยละ 30.25 ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 29.50 และสะพานมิตรภาพ คิดเป็นร้อยละ 29.25 ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณาถึงจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่พบว่ากลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เฉลี่ย = 2.47 ครั้ง, S.D. = 3.413

ตารางที่ 6 แหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างเดินทางไปท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เกาะพีพี	178	44.50
ท่องเที่ยว 4 เกาะทะเลแหวก	137	34.25
หาดนพรัตน์ธารา	121	30.25
ถนนคนเดิน	118	29.50
สระมรกด	117	29.25
น้ำตกร้อน	70	17.50
เกาะลันตา	56	14.00
สุสานหอย 75 ล้านปี	51	12.75
บ่อน้ำพุร้อนเค็มคลองท่อม	45	11.25
ท่าปอมคลองสองน้ำ	31	7.75
ถ้ำไวกิ้ง	25	6.25
ธารโบกขรณี	22	5.50
ท่องเที่ยวชุมชนอ่าวลึก	15	3.75
หาดทรายร้อน	13	3.25
เทือกเขาภูกาโรส	8	2.00
ท่องเที่ยวชุมชนคลองประสงค์	6	1.50

จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เฉลี่ย = 2.47 ครั้ง, S.D. = 3.413

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผลการวิจัยในตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งระบุว่าเหตุผลสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียง ความนิยม การบอกต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ ขณะที่ด้านอื่น ไม่แตกต่างกันมากนัก

ตารางที่ 7 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

เหตุผลที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา	233	58.25
ความมีชื่อเสียง ความนิยม การบอกต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว	43	10.75
ความสะดวกในการเดินทาง เข้าถึงสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	27	6.75
ราคาค่าใช้จ่าย ค่าครองชีพในการท่องเที่ยว	18	4.50

ตารางที่ 7 (ต่อ)

เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	17	4.25
ความเป็นมิตรของผู้คนในจังหวัดกระบี่	17	4.25
ความเงียบสงบ เป็นส่วนตัวในการมาพักผ่อน	16	4.00
ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	11	2.75
ความหลากหลาย ความอร่อยของอาหาร	10	2.50
ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น งานเทศกาลต่าง ๆ	7	1.75
ความเจริญทางการค้า แหล่งช้อปปิ้ง	1	0.25
รวม	400	100.00

ผลการวิจัยในตารางที่ 8 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ เพื่อน คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 24.94 ญาติ ครอบครัว บุตรหลาน คิดเป็นร้อยละ 13.35 และสามี ภรรยา คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 10.08 ตามลำดับ โดยที่เหลือไม่แตกต่างกันมากนัก

ตารางที่ 8 ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน คนรู้จัก	158	39.80
ตนเอง	99	24.94
ญาติ ครอบครัว บุตรหลาน	53	13.35
สามี ภรรยา คู่รัก	40	10.08
บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์	30	7.56
สื่อมวลชน	9	2.26
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	8	2.01
รวม	397	100.00

หมายเหตุ มี Missing Value

ผลการวิจัยในตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งพักค้างในโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.15 รองลงมาคือ บังกาโล รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 27.74 บ้านญาติ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 10.94 และเกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 10.17 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนวันพักค้างแรมเฉลี่ย 6.68 วัน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.69 และกลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยวันละ 1,499 บาท ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3,299.53

ตารางที่ 9 สถานที่พักค้างของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดกระบี่

สถานที่พักแรม	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	201	51.15
บังกาโล รีสอร์ท	109	27.74
บ้านญาติ เพื่อน	43	10.94
เกสต์เฮาส์	40	10.17
รวม	393	100.00

จำนวนวันพักค้างแรมเฉลี่ย = 6.68 วัน, S.D. = 6.69

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน = 1,499.02 บาท, S.D. = 3,299.53

หมายเหตุ มี Missing Value

ผลการวิจัยในตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งเดินทางมาจังหวัดกระบี่ด้วยเครื่องบินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.16 รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 28.53 และรถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 11.31 ตามลำดับ โดยที่เหลือไม่แตกต่างกันมากนัก

ตารางที่ 10 ยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง

ยานพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องบิน	199	51.16
รถยนต์ส่วนตัว	111	28.53
รถโดยสารประจำทาง	44	11.31
รถเช่า	19	4.88
รถไฟ	9	2.32
เรือ	7	1.80
รวม	389	100.00

หมายเหตุ มี Missing Value

ผลการวิจัยในตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเดินทางภายในจังหวัดกระบี่ด้วยรถสองแถวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 27.74 รถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 20.25 รถมอเตอร์ไซด์ คิดเป็นร้อยละ 18.00 และรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ยานพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง

ยานพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
รถสองแถว	126	31.50
รถยนต์ส่วนตัว	111	27.74

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ยานพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
รถโดยสารประจำทาง	81	20.25
รถมอเตอร์ไซด์	72	18.00
รถเช่า	68	17.00
อื่น ๆ	12	3.00

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.1.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้รูปแบบคำถามแบบเลือกตอบ 7 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด	7	คะแนน
มาก	6	คะแนน
ค่อนข้างมาก	5	คะแนน
ปานกลาง	4	คะแนน
น้อย	3	คะแนน
ค่อนข้างน้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายจากระดับคะแนนเฉลี่ย โดยนำคะแนนมาแบ่งเป็นช่วงเท่าๆกัน ตั้งแต่ 1-7 คะแนน จำนวน 7 ชั้น โดยมีความกว้างเท่ากับ 0.86 คะแนน โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{7 - 1}{7} = 0.86$$

ดังนั้น เกณฑ์ในการแปลความหมายของ มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 6.17 – 7.00 หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 5.31 – 6.16 หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.45 – 5.30 หมายถึง	ระดับค่อนข้างมาก
ค่าเฉลี่ย 3.59 – 4.44 หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 2.73 – 3.58 หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.87 – 2.72 หมายถึง	ระดับค่อนข้างน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.86 หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

โดยผลการวิจัยมีดังนี้

ผลการวิจัยตารางที่ 12 พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยว 5 กิจกรรมแรกที่กลุ่มตัวอย่างดำเนินการในระหว่างการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ได้แก่ เล่นน้ำทะเลตามชายหาด/เล่นน้ำตก มากเป็นอันดับหนึ่ง ในระดับค่อนข้างมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.96, S.D. = 1.78) รองลงมา คือ ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียงของเมืองในระดับค่อนข้างมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.61, S.D.

= 1.99) พักผ่อนและทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ภายในบริเวณโรงแรมที่พัก หรือบริเวณใกล้เคียง/ พักผ่อนอย่างสบาย ๆ เป็นส่วนตัวไม่วุ่นวาย ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.08, S.D. = 1.93) ซอปปิ้ง/ซื้อของกิน ของที่ระลึก ของฝาก ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.04, S.D. = 1.85) และซอปปิ้ง / เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดิน (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.02, S.D. = 1.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 กิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

กิจกรรมการท่องเที่ยว	คะแนนเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
เล่นน้ำทะเลตามชายหาด / เล่นน้ำตก	4.96	1.78	ค่อนข้างมาก
ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียงของเมือง	4.61	1.99	ค่อนข้างมาก
พักผ่อนและทำกิจกรรมต่างๆอยู่ภายในบริเวณโรงแรมที่พักหรือบริเวณใกล้เคียง / พักผ่อนอย่างสบายๆ เป็นส่วนตัว ไม่วุ่นวาย	4.08	1.93	ปานกลาง
ซอปปิ้ง / ซื้อของกิน ของที่ระลึก ของฝาก	4.04	1.85	ปานกลาง
ซอปปิ้ง / เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดิน	4.02	1.89	ปานกลาง
เที่ยวตามจุดชมวิวิททัศน์ ป้าย หรือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อถ่ายภาพเก็บไว้เป็นที่ระลึก	3.63	1.86	ปานกลาง
ทัวร์ในตัวเมือง / กินกาแฟ / เล่นอินเทอร์เน็ต	3.58	1.86	น้อย
ศึกษา/เที่ยวชม ป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่างๆ	3.51	1.92	น้อย
ทำกิจกรรมที่เน้นการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจ เช่น นวดสปา นวดแผนไทย นวดจับเส้น อบไอน้ำ ฯลฯ เพื่อผ่อนคลาย	3.48	1.9	น้อย
นั่งรถชมวิว/ ชมสถานที่ ชมวิวิททัศน์ ดูสถานที่ต่างๆไปเรื่อยๆ	3.44	1.96	น้อย
เที่ยวตามภูเขา หินผา โพร่ง ถ้ำ บ่อน้ำพุร้อน	3.44	1.91	น้อย
ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่างๆ ในท้องถิ่น	3.41	1.81	น้อย
เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน	3.28	1.74	น้อย
ล่องเรือ ล่องแพ	3.22	1.84	น้อย
เที่ยวผับ บาร์ ไนต์คลับ หรือสถานบันเทิงต่างๆ ยามค่ำคืน	3.22	1.92	น้อย
ดำน้ำตื้นแบบสแนลเกิ้ลระดับผิวหน้า	3.21	1.89	น้อย
พูดคุย คลุกคลีกับชาวบ้านในพื้นที่	3.18	1.84	น้อย
ออกไปปาร์ตี้ชายหาด / กิจกรรมชายหาดแบบ Nightlife เช่น คลับ บาร์ และเชค	3.13	1.92	น้อย
ทำกิจกรรมทำบุญ ไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	2.93	1.86	น้อย
นั่งเรือสปีดโบ๊ท / บานาน่าโบ๊ท	2.80	1.78	น้อย
ล่องแก่ง / เดินป่า ซี่งการยานเสือภูเขา ศึกษาธรรมชาติ	2.73	1.75	น้อย
พายเรือแคนู / คายัค	2.67	1.72	ค่อนข้างน้อย
ขี่จักรยาน	2.65	1.76	ค่อนข้างน้อย
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	2.60	1.83	ค่อนข้างน้อย
ทัศนศึกษา / เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	2.42	1.66	ค่อนข้างน้อย

ตารางที่ 12 (ต่อ)

กิจกรรมการท่องเที่ยว	คะแนนเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ดำน้ำลึกแบบสคูบ้า	2.41	1.74	ค่อนข้างน้อย
ปีนเขา / ปีนผา	2.33	1.66	ค่อนข้างน้อย
ส่องสัตว์ / ดูนก	2.32	1.66	ค่อนข้างน้อย
ดูละครเวที แสดงโชว์ คาบาเร่ต์ ดูภาพยนตร์	2.30	1.65	ค่อนข้างน้อย
บันจี้จัมพ์ / เพนทบอล / โคะรท์ / ขับรถ ATV / ยิงปืน	2.29	1.63	ค่อนข้างน้อย
ประชุม / สัมมนา / ดูงาน	2.25	1.63	ค่อนข้างน้อย

ผลการวิจัยตารางที่ 13 พบว่า ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 5 ลำดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ ได้แก่ การท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มความรู้ ทักษะ ความสามารถ และประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น ทักษะศึกษา ดูงาน เที่ยวและเรียนภาษา ฯลฯ มากเป็นลำดับที่ 1 ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.40, S.D. = 1.88) รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยไปมาก่อน (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.21, S.D. = 1.81) สถานที่ท่องเที่ยวที่ยังคงสภาพดั้งเดิมไว้มากที่สุด ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.19, S.D. = 1.79) การท่องเที่ยวต่างประเทศ ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.13, S.D. = 1.96) และสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไปมาแล้ว มีความคุ้นเคย และปลอดภัย (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.12, S.D. = 1.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	คะแนนเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
การท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มความรู้ ทักษะ ความสามารถและประสบการณ์ต่างๆ เช่น ทักษะศึกษา ดูงาน เที่ยวและเรียนภาษา ฯลฯ	4.40	1.88	ปานกลาง
สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ที่ยังไม่เคยไปมาก่อน	4.21	1.81	ปานกลาง
สถานที่ท่องเที่ยวที่ยังคงสภาพดั้งเดิมไว้มากที่สุด	4.19	1.79	ปานกลาง
การท่องเที่ยวต่างประเทศ	4.13	1.96	ปานกลาง
สถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไปแล้ว มีความคุ้นเคย และปลอดภัย	4.12	1.93	ปานกลาง
บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เจียบ สงบ ไม่ค่อยมีคน	4.06	1.82	ปานกลาง
การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมที่ต้องใช้แรงบ้าง แต่ไม่มากนัก	4.06	1.82	ปานกลาง
สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม มีการบอกต่อ อยู่ในกระแส	4.05	1.74	ปานกลาง
มีความปลอดภัย ไม่เสี่ยงอันตราย	4.04	1.76	ปานกลาง
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ เชิงอนุรักษ์/เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.03	1.82	ปานกลาง
การท่องเที่ยวแบบเน้นความสะดวกสบาย สะอาด ปลอดภัย และไม่เหน็ดเหนื่อย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	3.99	1.75	ปานกลาง
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น, ประวัติศาสตร์ เทศกาล และประเพณีท้องถิ่น	3.92	1.75	ปานกลาง
การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองต่อสมาชิกในกลุ่มได้ในทุกช่วงวัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอสมควร	3.88	1.75	ปานกลาง

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	คะแนนเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่	3.87	1.81	ปานกลาง
บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน ครึกครื้น คนเยอะ	3.84	1.80	ปานกลาง
การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักเพื่อนใหม่ๆ หรือการได้เข้าสู่สังคม	3.81	1.70	ปานกลาง
การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ตื่นเต้นท้าทาย ใช้กำลังและความพยายาม เสี่ยงแค้ไหนก็ทำ / การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	3.77	1.80	ปานกลาง
สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก เสี่ยงแค้ไหนก็ไป	3.72	1.80	ปานกลาง
การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และการดูแลตนเอง เช่น สปา	3.71	1.81	ปานกลาง
ท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อยๆ เที่ยวชมวิวทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์	3.49	1.85	น้อย
การท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการทำบุญไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	3.42	1.87	น้อย
การท่องเที่ยวแบบตามรอยภาพยนตร์, ละคร, นิตยสาร	3.29	1.77	น้อย
กิจกรรม Nightlife ตามชายหาดยามค่ำคืน, บาร์ดีชายหาด	3.07	1.82	น้อย

ผลการวิจัยตารางที่ 14 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 5 ลำดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน มากเป็นลำดับที่ 1 ในระดับค่อนข้างมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 5.22, S.D. = 2.01) รองลงมาคือ เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน ในระดับค่อนข้างมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.48, S.D. = 1.94) เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.21, S.D. = 2.03) การท่องเที่ยวแบบเดินทางไปคนเดียว ไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.15, S.D. = 2.36) และเพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.14, S.D. = 1.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	คะแนนเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
เพื่อพักผ่อน / ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	5.22	2.01	ค่อนข้างมาก
เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่/ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน	4.48	1.94	ค่อนข้างมาก
เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ / ค้นหาความต้องการที่แท้จริง	4.21	2.03	ปานกลาง
ไปคนเดียว แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใดๆ	4.15	2.36	ปานกลาง
เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย / จิตใจ	4.14	1.93	ปานกลาง
ไปคนเดียว แต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ด้วยส่วนหนึ่ง	3.61	2.15	ปานกลาง
เพื่อช้อปปิ้ง / เลือกซื้อสินค้า	3.60	1.85	ปานกลาง
เพื่อทำความรู้จักเพื่อนใหม่ๆ / เข้าสังคม	3.56	1.82	น้อย
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตชุมชน / วัฒนธรรม / ประเพณี / ศาสนาในท้องถิ่น	3.55	1.85	น้อย

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	คะแนนเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
เพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน / เพื่อใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัว	3.15	1.98	น้อย
เพื่อให้บุคคลอื่นชื่นชมยกย่อง / สร้างสถานภาพทางสังคม	3.07	1.92	น้อย
เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	3.02	1.90	น้อย
เพื่อการศึกษาเรียนรู้ / หาความรู้ / ทำวิจัย / ศึกษาดูงาน	2.99	1.88	น้อย
ไปกับบริษัททัวร์ / กรุ๊ปทัวร์	2.89	2.03	น้อย
เพื่อเล่น / ชมกีฬาต่างๆ	2.71	1.84	ค่อนข้างน้อย
เพื่อประชุม / สัมมนา	2.48	1.82	ค่อนข้างน้อย
เพื่อเจรจา / ติดต่อธุรกิจ	2.31	1.64	ค่อนข้างน้อย

4.1.4 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำ

ตารางที่ 15 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่อีก โดยกลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 50.00 จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่อย่างแน่นอน รองลงมาคือ อาจจะกลับมาท่องเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ 46.98 และไม่กลับมาอย่างแน่นอนมีจำนวนน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 3.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง

แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำ	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาท่องเที่ยวอย่างแน่นอน	199	50.00
อาจจะกลับมาท่องเที่ยวอีก	187	46.98
ไม่กลับมาอย่างแน่นอน	12	3.02
รวม	398	100.00

หมายเหตุ มี Missing Value

ผลการวิจัยในตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเหตุผลสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 62.18 รองลงมา คือ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 11.92 ตามลำดับ ขณะที่ด้านอื่น ไม่แตกต่างกันมากนัก

ตารางที่ 16 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างจะเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่

เหตุผลที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	240	62.18
ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ประทับใจ	46	11.92
ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	28	7.25
ความประทับใจส่วนตัว	28	7.25
ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย	17	4.40

ตารางที่ 16 (ต่อ)

เหตุผลที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
ความต้องการของเพื่อน ญาติ หรือครอบครัว	16	4.15
อาหารการกินที่หลากหลาย	11	2.85
รวม	386	100.00

4.1.5 การวิเคราะห์สัปดาห์ด้วยวิธี Factor Analysis

ในการวิเคราะห์จัดกลุ่มตัวแปร (Cluster Analysis) เพื่อทำความเข้าใจกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว สิ่งที่ต้องดำเนินการในขั้นต้นก่อนคือ การวิเคราะห์สัปดาห์ด้วยวิธี Factor Analysis กำหนดตัวแปรที่จะนำเข้าสู่การวิเคราะห์จัดกลุ่ม ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์และสัปดาห์ด้วยวิธีการ Factor Analysis ซึ่งในเบื้องต้น ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่า Cronbach มีค่าเท่ากับ 97.1 % ซึ่งอยู่ในระดับสูงที่อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ในการนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) โดยมีกระบวนการดังนี้

4.1.5.1 การวิเคราะห์สัปดาห์ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุดมาวิเคราะห์เพื่อลดจำนวนตัวแปรโดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) และดำเนินการหมุนแกนองค์ประกอบมุมฉากแบบ Varimax โดยกำหนดให้มีค่า Eigenvalue = 1 โดยกระบวนการสัปดาห์ตัวแปรมีกระบวนการดังนี้

4.1.5.1.1 การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมในการนำข้อมูลไปดำเนินการสัปดาห์ด้วยวิธี Factor Analysis ผู้วิจัยใช้วิธี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) โดยพิจารณาค่า KMO ที่ได้ซึ่งต้องมากกว่า 0.5 จึงจะสามารถนำไปสัปดาห์ด้วยวิธี Factor Analysis ได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ได้ค่า KMO = 0.918 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าสู่ 1 จึงสรุปได้ว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis ดังแสดงในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 KMO and Bartlett's Test ของตัวแปร 31 ตัวแปร

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.918
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6,029.153
	df	465
	Sig.	.000

4.1.5.1.2 การสกัดองค์ประกอบ

ผู้วิจัยจึงดำเนินการสกัดองค์ประกอบเพื่อลดจำนวนตัวแปร หรือหา Factor ที่สามารถใช้แทนตัวแปรทั้งหมดทุกตัวได้ด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis)

หรือ PCA ซึ่งเป็นวิธีการที่จะสามารถลดตัวแปรจากชุดข้อมูลที่มีจำนวนตัวแปรจำนวนมากให้เหลือไม่กี่ปัจจัย วิธีการนี้จะช่วยลดความซ้ำซ้อนของตัวแปรบางตัวที่สามารถจัดกลุ่มตัวแปรที่สามารถอยู่ในองค์ประกอบได้หลายองค์ประกอบให้เหลือเพียงองค์ประกอบที่เด่นชัด โดยในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธีการหมุนแบบ Varimax (เกษรา เกิดมงคล, 2546) ซึ่งเป็นวิธีการหมุนแกนปัจจัยไปแล้วยังคงทำให้ Factor ตั้งฉากกัน หรือเป็นอิสระกัน ดังแสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรกิจกรรมการท่องเที่ยว 31 ตัวแปร

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10.780	34.774	34.774	10.780	34.774	34.774	4.918	15.864	15.864
2	3.572	11.523	46.296	3.572	11.523	46.296	3.414	11.014	26.878
3	1.671	5.391	51.687	1.671	5.391	51.687	2.795	9.017	35.895
4	1.519	4.902	56.588	1.519	4.902	56.588	2.645	8.533	44.428
5	1.126	3.633	60.222	1.126	3.633	60.222	2.357	7.604	52.032
6	1.038	3.348	63.570	1.038	3.348	63.570	2.303	7.428	59.460
7	1.013	3.269	66.839	1.013	3.269	66.839	2.288	7.380	66.839

จากตารางที่ 18 ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นถึงค่า Eigenvalues ที่กำหนดไว้ว่ามีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งในการลดตัวแปรนั้น ค่า Eigenvalues หรือค่าความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมที่สามารถอธิบายได้โดย Factor ซึ่งเป็นค่าผลบวกของค่า Factor Loading ยกกำลังสองของแต่ละตัวแปรใน Factor หนึ่งๆ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2553) โดยค่า Eigenvalues มากกว่า 1 จะหมายถึงรายละเอียดของข้อมูลที่น้อยกว่าตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งมากกว่าหนึ่งตัว และจากตารางที่ 18 พบว่าค่าที่มีค่า Eigenvalues = 1 มีทั้งหมด 7 Factors หรือ 7 องค์ประกอบ (components)

4.1.5.1.3 การเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์พบว่า ในเบื้องต้น ได้ค่าองค์ประกอบทั้งหมด 7 องค์ประกอบ และมีค่าร้อยละความแปรปรวนขององค์ประกอบทั้งหมดที่สามารถอธิบายชุดตัวแปรได้ (Total Variance Explained) เท่ากับ 66.839 % ซึ่งสูงกว่าระดับที่กำหนด โดยระดับที่เหมาะสมของการลดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis ที่ต้องมีค่ามากกว่า 60.00 % (แสงหล้า ชัยมงคล, 2554; ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ, 2557) โดยในการจัดกลุ่มองค์ประกอบตัวแปรนั้น ผู้วิจัยกำหนดเงื่อนไขด้วยการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป (Pimpa, 2008) และประกอบด้วยตัวแปรทั้งหมด 3 ค่าขึ้นไปตามแนวทางของโกเชอร์ (สุภาวดี นพวงจินดา, 2553) ในการจัดกลุ่มองค์ประกอบว่าตัวแปรที่นำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นควรอยู่ในองค์ประกอบใดจะพิจารณาจากค่า Factor Loading ถ้าค่า Factor Loading ของตัวแปรใน Factor ใดมีค่ามากกว่า 0.4 ขึ้นไปจึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ โดยไม่สนใจเครื่องหมาย + หรือ - (แสงหล้า ชัยมงคล, 2554;

Jindabot and Moschis, 2008) โดยองค์ประกอบทั้งหมด 7 องค์ประกอบพร้อมคะแนน Loading สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 Rotated Component Matrix ของตัวแปรกิจกรรมการท่องเที่ยว 31 ตัวแปร

	ตัวแปร	องค์ประกอบ						
		1	2	3	4	5	6	7
V19	บันจี้จัมพ์ เพนทบอล โกคาร์ท ขับรถ ATV ยิ่งปีน	.836						
V21	ปีนเขา ปีนผา	.800						
V23	ขี่จักรยาน	.758						
V20	ส่องสัตว์/ดูนก	.703						
V22	ล่องแก่ง เดินป่า ขี่จักรยานเสือภูเขา ศึกษาธรรมชาติ	.663						
V27	ศึกษา เทียวชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่างๆ		.746					
V28	ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่างๆ ในท้องถิ่น		.741					
V29	เทียวชมแหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน		.684					
V38	เทียวผับ บาร์ ไนต์คลับ หรือสถานบันเทิงต่างๆ ยามค่ำคืน			.794				
V39	ออกไปปาร์ตี้ชายหาด กิจกรรมชายหาดแบบ Nightlife เช่น คลับ บาร์ และเชค			.784				
V37	ทำกิจกรรมที่เน้นการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจ เช่น นวดสปา นวดแผนไทย นวดจับเส้น อบไอน้ำ ฯลฯ เพื่อผ่อนคลาย			.469				
V40	ทัวร์ในตัวเมือง กินกาแฟ เล่นอินเทอร์เน็ต			.456				
V25	ล่องเรือ ล่องแพ			.453				
V34	ทำกิจกรรมทำบุญ ไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์				.730			
V32	ดูละครเวที แสดงโชว์ คาบาเร่ต์ ดูภาพยนตร์	.409			.657			
V33	เยี่ยมญาติ เพื่อน				.642			
V35	พูดคุย คลุกคลีกับชาวบ้านในพื้นที่			.402	.516			

ตารางที่ 19 (ต่อ)

	ตัวแปร	องค์ประกอบ						
		1	2	3	4	5	6	7
V30	ประชุม สัมมนา ดูงาน	.615			.490			
V31	ทัศนศึกษา เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	.547			.453			
V44	พักผ่อนและทำกิจกรรมต่างๆอยู่ ภายในบริเวณโรงแรมที่พัก หรือ บริเวณใกล้เคียง พักผ่อนอย่าง สบายๆ เป็นส่วนตัว ไม่วุ่นวาย					.771		
V43	ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียง ของเมือง					.727		
V41	ช้อปปิ้ง ซื้อของกิน ของที่ระลึก ของ ฝาก					.447	.659	
V42	ช้อปปิ้ง เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดิน					.419	.615	
V24	นั่งรถชมวิว ชมสถานที่ ชมวิวทิวทัศน์ ดูสถานที่ต่างๆไปเรื่อยๆ						.665	
V36	เที่ยวตามจุดชมวิวทิวทัศน์ ป้าย หรือ สัญลักษณ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อถ่ายภาพ เก็บไว้เป็นที่ระลึก		.456				.579	
V26	เที่ยวตามภูเขา หินผา โขง ถ้ำ บ่อ น้ำพุร้อน		.607				.406	
V15	ดำน้ำตื้นแบบสแนลเกิ้ลระดับผิวน้ำ							.782
V17	นั่งเรือสปีดโบ๊ท บานาน่าโบ๊ท	.401						.640
V16	ดำน้ำลึกแบบสคูบ้า	.417						.625
V18	พายเรือแคนู คายัค	.545						.474
V14	เล่นน้ำทะเลตามชายหาด เล่นน้ำตก					.628		.460

จากตัวแปรด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด 31 ตัวแปร สามารถนำมาจัดกลุ่มองค์ประกอบตามค่าคะแนนองค์ประกอบ (factor loading) และตั้งชื่อองค์ประกอบ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผจญภัย (Adventure) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 5 ตัวแปร ได้แก่ บันจี้จัมพ์ เพนทบอล โกคาร์ท ขับรถATV ยิงปืน (ค่า Factor Loading = 0.836) ปีนเขา ปีนผา (ค่า Factor Loading = 0.800) ขี่จักรยาน (ค่า Factor Loading = 0.758) ส่องสัตว์ ดูนก (ค่า Factor Loading = 0.703) และ ล่องแก่ง เดินป่า ขี่จักรยานเสือภูเขา ศึกษารธรรมชาติ (ค่า Factor Loading = 0.663) ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นการเรียนรู้ (Learning) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ ศึกษา เที่ยวชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่าง ๆ (ค่า Factor Loading = 0.746) ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ ในท้องถิ่น (ค่า Factor Loading = 0.741) และเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทาง

ประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน (ค่า Factor Loading = 0.684) ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มเน้นการผ่อนคลาย (Relax) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 5 ตัวแปร ได้แก่ เทียวผับ บาร์ ไนต์คลับหรือสถานบันเทิงต่าง ๆ ยามค่ำคืน (ค่า Factor Loading = 0.794) ออกไปปาร์ตี้ชายหาด กิจกรรมชายหาดแบบ Nightlife เช่น คลับ บาร์และเชค (ค่า Factor Loading = 0.784) ทำกิจกรรมที่เน้นการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจ เช่น นวดสปา นวดแผนไทย นวดจับเส้น อบไอน้ำ ฯลฯ เพื่อผ่อนคลาย (ค่า Factor Loading = 0.469) ทัวร์ในตัวเมือง กินกาแฟ เล่นอินเทอร์เน็ต (ค่า Factor Loading = 0.456) และ ล่องเรือ ล่องแพ (ค่า Factor Loading = 0.453) ตามลำดับ

กลุ่มที่ 4 กลุ่มทำงานและท่องเที่ยว (Work & Travel) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่ ทำกิจกรรมทำบุญ ไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (ค่า Factor Loading = 0.730) ดูละครเวที แสดงโชว์ คาบาเร่ห์ ดูภาพยนตร์ (ค่า Factor Loading = 0.657) เยี่ยมญาติ เพื่อน (ค่า Factor Loading = 0.642) พุดคุย คลุกคลีกับชาวบ้านในพื้นที่ (ค่า Factor Loading = 0.516) ประชุม สัมมนา ดูงาน (ค่า Factor Loading = 0.490) และทัศนศึกษา เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ (ค่า Factor Loading = 0.453) ตามลำดับ

กลุ่มที่ 5 กลุ่มเที่ยวสงบ (Low Profile Tourist) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 4 ตัวแปร ได้แก่ พักผ่อนและทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ภายในบริเวณโรงแรมที่พัก หรือบริเวณใกล้เคียง พักผ่อนอย่างเงียบ ๆ เป็นส่วนตัวไม่วุ่นวาย (ค่า Factor Loading = 0.771) ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียงของเมือง (ค่า Factor Loading = 0.727) ช้อปปิ้ง ชื้อของกิน ของที่ระลึก ของฝาก (ค่า Factor Loading = 0.447) และช้อปปิ้ง เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดิน (ค่า Factor Loading = 0.419) ตามลำดับ

กลุ่มที่ 6 กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ (Experience) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ นั่งรถชมวิว ชมสถานที่ ชมวิวทิวทัศน์ดูสถานที่ต่าง ๆ ไปเรื่อย ๆ (ค่า Factor Loading = 0.665) เที่ยวตามจุดชมวิวทิวทัศน์ ปาย หรือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ เพื่อถ่ายภาพเก็บไว้เป็นที่ระลึก (ค่า Factor Loading = 0.579) และเที่ยวตามภูเขา หินผา โพร่งถ้ำ บ่อน้ำพุร้อน (ค่า Factor Loading = 0.406) ตามลำดับ

กลุ่มที่ 7 กลุ่มกิจกรรมทางน้ำ (Water Activities) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 5 ตัวแปร ได้แก่ ดำน้ำตื้นแบบสแนลเกิ้ลระดับผิวน้ำ (ค่า Factor Loading = 0.782) นั่งเรือสปีดโบ๊ท บานานาโบ๊ท (ค่า Factor Loading = 0.640) ดำน้ำลึกแบบสคูบ้า (ค่า Factor Loading = 0.625) พายเรือแคนู คายัค (ค่า Factor Loading = 0.474) และเล่นน้ำทะเลตามชายหาด เล่นน้ำตก (ค่า Factor Loading = 0.460) ตามลำดับ

4.1.5.2 การวิเคราะห์สกัดตัวแปรด้านความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุดมาวิเคราะห์เพื่อลดจำนวนตัวแปรโดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) และดำเนินการหมุนแกนองค์ประกอบมุมฉากแบบ Varimax โดยกำหนดให้มีค่า Eigenvalue = 1 โดยกระบวนการสกัดตัวแปรมีการคำนวณการดังนี้

4.1.5.2.1 การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมในการนำข้อมูลไปดำเนินการสกัดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis ผู้วิจัยใช้วิธี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) โดยพิจารณาค่า KMO ที่ได้ซึ่งต้องมากกว่า 0.5 จึงจะสามารถนำไปสกัดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis ได้ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2553) ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ได้ค่า KMO = 0.945 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าสู่ 1 จึงสรุปได้ว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis ดังแสดงในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 KMO and Bartlett's Test ของตัวแปร 23 ตัวแปร

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.945
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4,921.066
	df	253
	Sig.	.000

4.1.5.2.2 การสกัดองค์ประกอบ

ผู้วิจัยจึงดำเนินการสกัดองค์ประกอบเพื่อลดจำนวนตัวแปร หรือหา Factor ที่สามารถใช้แทนตัวแปรทั้งหมดทุกตัวได้ด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) หรือ PCA ซึ่งเป็นวิธีการที่จะสามารถลดตัวแปรจากชุดข้อมูลที่มีจำนวนตัวแปรจำนวนมากให้เหลือไม่กี่ปัจจัย วิธีการนี้จะช่วยลดความซ้ำซ้อนของตัวแปรบางตัวที่สามารถจัดกลุ่มตัวแปรที่สามารถอยู่ในองค์ประกอบได้หลายองค์ประกอบให้เหลือเพียงองค์ประกอบที่เด่นชัด โดยในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธีการหมุนแบบ Varimax (เกษรา เกิดมงคล, 2546) ซึ่งเป็นวิธีการหมุนแกนปัจจัยไปแล้วยังคงทำให้ Factor ตั้งฉากกัน หรือเป็นอิสระกัน ดังแสดงในตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรความสนใจในการท่องเที่ยว 23 ตัวแปร

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11.224	48.800	48.800	11.224	48.800	48.800	5.572	24.228	24.228
2	1.360	5.911	54.712	1.360	5.911	54.712	4.083	17.752	41.980
3	1.010	4.391	59.102	1.010	4.391	59.102	3.938	17.122	59.102

จากตารางที่ 21 ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นถึงค่า Eigenvalues ที่กำหนดไว้ว่ามีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งในการลดตัวแปรนั้น ค่า Eigenvalues หรือค่าความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมที่สามารถอธิบายได้โดย Factor ซึ่งเป็นค่าผลบวกของค่า Factor Loading ยกกำลังสองของแต่ละตัวแปรใน Factor หนึ่งๆ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2553) โดยค่า Eigenvalues มากกว่า 1 จะหมายถึงรายละเอียดของ

ข้อมูลที่น้อยกว่าตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งมากกว่าหนึ่งตัว และจากตารางที่ 21 พบว่าค่าที่มีค่า Eigenvalues = 1 มีทั้งหมด 3 Factors หรือ 3 องค์ประกอบ (components)

4.1.5.2.3 การเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์พบว่า ในเบื้องต้น ได้ค่าองค์ประกอบทั้งหมด 3 องค์ประกอบ และมีค่าร้อยละความแปรปรวนขององค์ประกอบทั้งหมดที่สามารถอธิบายชุดตัวแปรได้ (Total Variance Explained) เท่ากับ 59.102 % ซึ่งต่ำกว่าระดับที่กำหนด ตามระดับที่เหมาะสมของการลดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis ต้องมีค่ามากกว่า 60.00 % (แสงหล้า ชัยมงคล, 2554; ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ, 2557) แต่อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงระดับที่กำหนดจึงดำเนินการต่อไป ซึ่งกระบวนการต่อไป โดยในการจัดกลุ่มองค์ประกอบตัวแปรนั้น ผู้วิจัยกำหนดเงื่อนไขด้วยการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป (Pimpa, 2008) และประกอบด้วยตัวแปรทั้งหมด 3 ค่าขึ้นไปตามแนวทางของโกเซอร์ (สุภาวดี นพจุจินดา, 2553) ในการพิจารณาจัดกลุ่มองค์ประกอบว่าตัวแปรที่นำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นควรอยู่ในองค์ประกอบใด ผู้วิจัยพิจารณาจากค่า Factor Loading ถ้าค่า Factor Loading ของตัวแปรใน Factor ใดมีค่ามากกว่า 0.4 ขึ้นไปจึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ โดยไม่สนใจเครื่องหมาย + หรือ - (แสงหล้า ชัยมงคล, 2554; Jindabot and Moschis, 2008) โดยองค์ประกอบทั้งหมด 3 องค์ประกอบพร้อมคะแนน Loading สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 Rotated Component Matrix ของตัวแปรความสนใจในการท่องเที่ยว 23 ตัวแปร

	ตัวแปร	องค์ประกอบ		
		1	2	3
V67	การท่องเที่ยวที่มีการจำกัดสิทธิ์ให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น จำกัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวชั้นดี รายได้สูงเท่านั้น	.773		
V66	กิจกรรม Nightlife ตามชายหาดยามค่ำคืน บาร์ดีชายหาด เช่น บาร์และเฮค	.723		
V57	การท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการทำบุญไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	.723		
V50	การท่องเที่ยวแบบตามรอยภาพยนตร์ ละคร นิตยสาร	.690		
V64	การท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มความรู้ ทักษะ ความสามารถและประสบการณ์ต่างๆ เช่น ทักษะศึกษา ดูงาน เทียวและเรียนภาษา ฯลฯ	.629		
V63	การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองต่อสมาชิกในกลุ่มได้ในทุกช่วงวัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอสมควร	.601		
V58	บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน ครึกครื้น คนเยอะ	.593	.421	
V47	สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักเสี่ยงแค่ไหนก็ไป	.515		.571
V60	การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ตื่นเต้นท้าทาย ใช้กำลังและความพยายามเสี่ยงแค่ไหนก็ทำ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	.484	.517	
V55	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ เทศกาล และประเพณีท้องถิ่น	.472		
V59	บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เงียบสงบ ไม่ค่อยมีคน		.791	

ตารางที่ 22 (ต่อ)

	ตัวแปร	องค์ประกอบ		
		1	2	3
V53	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ หรือ เชิงอนุรักษ์/เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	.403	.639	.494
V51	การท่องเที่ยวต่างประเทศ		.624	
V56	การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักเพื่อนใหม่ๆ หรือการได้เข้าสู่สังคม	.500	.547	
V65	ท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อยๆ เที่ยวชมวิวทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์		.512	
V54	การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และการดูแลตนเอง เช่น สปา	.605	.473	
V52	การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่		.453	
V46	สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ที่ยังไม่เคยไปมาก่อน	.401	.570	.785
V48	สถานที่ท่องเที่ยวที่ยังคงสภาพดั้งเดิมไว้มากที่สุด			.740
V49	สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม มีการบอกต่อ อยู่ในกระแส			.664
V45	สถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไปแล้ว มีความคุ้นเคย และปลอดภัย			.534
V62	การท่องเที่ยวแบบเน้นความสะดวกสบาย สะอาด ปลอดภัย และไม่เหนื่อยล้า มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน			.414
V61	การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมที่ต้องใช้แรงบ้าง แต่ไม่มากนัก มีความปลอดภัย ไม่เสี่ยงอันตราย			.402

จากตัวแปรด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด 23 ตัวแปร สามารถนำมาจัดกลุ่มองค์ประกอบตามค่าคะแนนองค์ประกอบ (factor loading) และตั้งชื่อองค์ประกอบ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก (Active Tourist) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 10 ตัวแปร ได้แก่ การท่องเที่ยวที่มีการจำกัดสิทธิ์ให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น จำกัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวชั้นดี รายได้สูงเท่านั้น (ค่า Factor Loading = 0.773) กิจกรรม Nightlife ตามชายหาด ยามค่ำคืน บาร์ดีชายหาด เช่น บาร์และเชค (ค่า Factor Loading = 0.723) การท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการทำบุญไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (ค่า Factor Loading = 0.723) การท่องเที่ยวแบบตามรอยภาพยนตร์ ละคร นิตยสาร (ค่า Factor Loading = 0.690) การท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มความรู้ทักษะ ความสามารถและประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น ทักษะศึกษา ดูงาน เที่ยวและเรียนภาษา ฯลฯ (ค่า Factor Loading = 0.629) การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองต่อสมาชิกในกลุ่มได้ในทุกช่วงวัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอสมควร (ค่า Factor Loading = 0.601) บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน ครึกครื้น คนเยอะ (ค่า Factor Loading = 0.593) สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก เสี่ยงแค่ไหนก็ไป (ค่า Factor Loading = 0.515) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ตื่นเต้นท้าทาย ใช้กำลังและความพยายาม เสี่ยงแค่ไหนก็ทำ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ค่า Factor Loading = 0.484) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ เทศกาลและประเพณีท้องถิ่น (ค่า Factor Loading = 0.472) ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Tourist) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 7 ตัวแปร ได้แก่ บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เจียบสงบ ไม่ค่อยมีคน (ค่า Factor Loading = 0.791) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หรืออนุรักษ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ค่า Factor Loading = 0.639) การท่องเที่ยวต่างประเทศ (ค่า Factor Loading = 0.624) การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักกับ

เพื่อนใหม่ ๆ หรือการได้เข้าสังคม (ค่า Factor Loading = 0.547) การท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อย ๆ เที่ยวชมวิวทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ (ค่า Factor Loading = 0.512) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการดูแลตนเอง เช่น สปา (ค่า Factor Loading = 0.473) และการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่ (ค่า Factor Loading = 0.453) ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ที่ยังไม่เคยไปมาก่อน (ค่า Factor Loading = 0.785) สถานที่ท่องเที่ยวที่ยังคงสภาพดั้งเดิมไว้มากที่สุด (ค่า Factor Loading = 0.740) สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม มีการบอกต่อ อยู่ในกระแส (ค่า Factor Loading = 0.664) สถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไปมาแล้ว มีความคุ้นเคยและปลอดภัย (ค่า Factor Loading = 0.534) การท่องเที่ยวแบบเน้นความสะดวกสบาย สะอาด ปลอดภัย และไม่เหนื่อยล้า มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (ค่า Factor Loading = 0.414) และการท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมที่ต้องใช้แรงบ้าง แต่ไม่มากนัก มีความปลอดภัย ไม่เสี่ยงอันตราย (ค่า Factor Loading = 0.402) ตามลำดับ

4.1.5.3 การวิเคราะห์สกัดตัวแปรด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุดมาวิเคราะห์เพื่อลดจำนวนตัวแปรโดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) และดำเนินการหมุนแกนองค์ประกอบแบบ Varimax โดยกำหนดให้มีค่า Eigenvalue = 1 โดยกระบวนการสกัดตัวแปรมีกระบวนการดังนี้

4.1.5.3.1 การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมในการนำข้อมูลไปดำเนินการสกัดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis ผู้วิจัยใช้วิธี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) โดยพิจารณาค่า KMO ที่ได้ซึ่งต้องมากกว่า 0.5 จึงจะสามารถนำไปสกัดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis ได้ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2553) ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ได้ค่า KMO = 0.945 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าสู่ 1 จึงสรุปได้ว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis ดังแสดงในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 KMO and Bartlett's Test ของตัวแปร 17 ตัวแปร

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.902
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2,613.704
	df	136
	Sig.	.000

4.1.5.3.2 การสกัดองค์ประกอบ

ผู้วิจัยจึงดำเนินการสกัดองค์ประกอบเพื่อลดจำนวนตัวแปร หรือหา Factor ที่สามารถใช้แทนตัวแปรทั้งหมดทุกตัวได้ด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) หรือ PCA ซึ่งเป็นวิธีการที่จะสามารถลดตัวแปรจากชุดข้อมูลที่มีจำนวนตัวแปรจำนวนมากให้เหลือไม่กี่

ปัจจัย วิธีการนี้จะช่วยลดความซ้ำซ้อนของตัวแปรบางตัวที่สามารถจัดกลุ่มตัวแปรที่สามารถอยู่ในองค์ประกอบได้หลายองค์ประกอบให้เหลือเพียงองค์ประกอบที่เด่นชัด โดยในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธีการหมุนแบบ Varimax (เกษรา เกิดมงคล, 2546) ซึ่งเป็นวิธีการหมุนแกนปัจจัยไปแล้วยังคงทำให้ Factor ตั้งฉากกัน หรือเป็นอิสระกัน ดังแสดงในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรความคิดเห็นด้านการบริโภคการท่องเที่ยว 17 ตัวแปร

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.616	38.918	38.918	6.616	38.918	38.918	4.931	29.009	29.009
2	2.176	12.801	51.720	2.176	12.801	51.720	3.662	21.543	50.551
3	1.111	6.536	58.256	1.111	6.536	58.256	1.310	7.705	58.256

จากตารางที่ 24 ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นถึงค่า Eigenvalues ที่กำหนดไว้ว่ามีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งในการลดตัวแปรนั้น ค่า Eigenvalues หรือค่าความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมที่สามารถอธิบายได้โดย Factor ซึ่งเป็นค่าผลบวกของค่า Factor Loading ยกกำลังสองของแต่ละตัวแปรใน Factor หนึ่งๆ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2553) โดยค่า Eigenvalues มากกว่า 1 จะหมายถึงรายละเอียดของข้อมูลที่น้อยกว่าตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งมากกว่าหนึ่งตัว และจากตารางที่ 24 พบว่าค่าที่มีค่า Eigenvalues = 1 มีทั้งหมด 3 Factors หรือ 3 องค์ประกอบ (components)

4.1.5.3 การเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์พบว่า ในเบื้องต้น ได้ค่าองค์ประกอบทั้งหมด 3 องค์ประกอบ และมีค่าร้อยละความแปรปรวนขององค์ประกอบทั้งหมดที่สามารถอธิบายชุดตัวแปรได้ (Total Variance Explained) เท่ากับ 58.256 % ซึ่งต่ำกว่าระดับที่กำหนด ตามระดับที่เหมาะสมของการลดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis ต้องมีค่ามากกว่า 60.00 % (แสงหล้า ชัยมงคล, 2554; ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ, 2557) แต่อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงระดับที่กำหนดจึงดำเนินการต่อไป โดยในการจัดกลุ่มองค์ประกอบตัวแปรนั้น ผู้วิจัยกำหนดเงื่อนไขด้วยการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป (Pimpa, 2008) ที่ประกอบด้วยตัวแปรทั้งหมด 3 ค่าขึ้นไปตามแนวทางของไกเซอร์ (สุภาวดี นพจุจินดา, 2553) ซึ่งกระบวนการต่อไปคือ การจัดกลุ่มองค์ประกอบว่าตัวแปรที่นำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ควรอยู่ในองค์ประกอบใด โดยพิจารณาจากค่า Factor Loading ถ้าค่า Factor Loading ของตัวแปรใน Factor ใดมีค่ามากกว่า 0.40 ขึ้นไปจึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ โดยไม่สนใจเครื่องหมาย + หรือ - (แสงหล้า ชัยมงคล, 2554; Jindabot and Moschis, 2008) โดยพบว่ามียังองค์ประกอบทั้งหมด 2 องค์ประกอบที่ตรงกับเงื่อนไขข้างต้น โดยองค์ประกอบทั้ง 2 องค์ประกอบพร้อมคะแนน Loading สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 Rotated Component Matrix ของตัวแปรความคิดเห็นในการท่องเที่ยว 17 ตัวแปร

	ตัวแปร	องค์ประกอบ	
		1	2
V70	เพื่อเจรจา ติดต่อธุรกิจ	.842	
V69	เพื่อประชุม สัมมนา	.804	
V71	เพื่อเล่น ชมกีฬาต่างๆ	.775	
V77	เพื่อสัการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	.744	
V75	เพื่อการศึกษาเรียนรู้ หาความรู้ ทำวิจัย ศึกษาดูงาน	.692	
V76	เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อน เพื่อใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัว	.691	
V81	เพื่อให้บุคคลอื่นชื่นชมยกย่อง สร้างสถานภาพทางสังคม	.615	
V72	เพื่อศึกษาวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนาในท้องถิ่น	.525	.501
V73	เพื่อทำความรู้จักเพื่อนใหม่ๆ เข้าสังคม	.514	.524
V78	เพื่อช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า	.419	
V79	เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน		.823
V80	เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง		.789
V74	เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ		.733
V68	เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน		.634
V82	ไปกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใดๆ		.483
V83	ไปกันเอง แต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ด้วยส่วนหนึ่ง		.410

จากตัวแปรด้านความคิดเห็นในการบริโภคการท่องเที่ยวทั้งหมด 17 ตัวแปร สามารถนำมาจัดกลุ่มองค์ประกอบตามค่าคะแนนองค์ประกอบ (factor loading) และตั้งชื่อองค์ประกอบ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มท่องเที่ยวตามภารกิจ (Mission and Task) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ได้แก่ เพื่อเจรจา ติดต่อธุรกิจ (ค่า Factor Loading = 0.842) เพื่อประชุม สัมมนา (ค่า Factor Loading = 0.804) เพื่อเล่น ชมกีฬาต่าง ๆ (ค่า Factor Loading = 0.775) เพื่อสัการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (ค่า Factor Loading = 0.744) เพื่อการศึกษาเรียนรู้ หาความรู้ ทำวิจัย ศึกษาดูงาน (ค่า Factor Loading = 0.692) เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อน เพื่อใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัว (ค่า Factor Loading = 0.691) เพื่อให้บุคคลอื่นชื่นชม ยกย่อง สร้างสถานภาพทางสังคม (ค่า Factor Loading = 0.615) เพื่อศึกษาวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนาในท้องถิ่น (ค่า Factor Loading = 0.525) และเพื่อช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า (ค่า Factor Loading = 0.419) ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation) ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่ เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน (ค่า Factor Loading = 0.823) เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง (ค่า Factor Loading = 0.789) เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ (ค่า Factor Loading = 0.733) เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน (ค่า Factor Loading = 0.634) ไปกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ (ค่า Factor Loading = 0.483) และไปกันเองแต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยส่วนหนึ่ง (ค่า Factor Loading = 0.410) ตามลำดับ

4.1.6 การวิเคราะห์จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวในภาคใต้ (Cluster Analysis) ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผลจากการวิเคราะห์จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวในภาคใต้ ตามกลุ่มองค์ประกอบด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 7 กลุ่ม กลุ่มองค์ประกอบด้านความสนใจทางการท่องเที่ยว 3 กลุ่ม กลุ่มองค์ประกอบด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2 กลุ่ม โดยใช้เทคนิค Hierarchical Cluster Analysis และ K-Mean Cluster Analysis โดยในการเริ่มการวิเคราะห์จัดกลุ่มจะใช้วิธีการ Hierarchical Cluster Analysis เพื่อดูความเหมาะสมของจำนวนกลุ่มเบื้องต้นจากแผนภาพ Dendrogram ซึ่งพบว่า จำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมมีทั้งหมด 4 กลุ่ม หลังจากนั้นนำผลการจัดกลุ่มจำนวน 4 กลุ่มมาใช้เป็นค่าเริ่มต้นในการจัดกลุ่มด้วยวิธี K-Mean Cluster Analysis ซึ่งทำให้ทราบถึงค่ากลางของแต่ละกลุ่มจำแนกตามคะแนนองค์ประกอบ (Factor Loadings) ในการจัดกลุ่มครั้งสุดท้าย (Final Cluster Centers) ตามตารางที่ 26 ดังนี้

ตารางที่ 26 แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่มจำแนกตามคะแนนองค์ประกอบ (Factor Loadings) ในการจัดครั้งสุดท้าย (Final Cluster Centers)

องค์ประกอบ (Factor)	Cluster			
	1	2	3	4
กลุ่มผจญภัย (Adventure)	0.49306	-0.16477	-0.55680	0.09554
กลุ่มเน้นการเรียนรู้ (Learning)	0.41707	-0.98548	0.62667	-0.37990
กลุ่มเน้นการผ่อนคลาย (Relax)	0.23632	-0.67679	0.31554	-0.28969
กลุ่มทำงานและท่องเที่ยว (Work & Travel)	0.77160	-0.31609	-0.58093	-0.07492
กลุ่มเที่ยวแบบสงบ (Low Profile Tourist)	0.26157	0.87424	0.35484	-1.02384
กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ (Experience)	0.37067	-0.17835	-0.09252	-0.34382
กลุ่มกิจกรรมทางน้ำ (Water Activities)	0.28023	-0.41146	0.10153	-0.12236
กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก (Active Tourist)	0.87439	-0.65219	-0.50095	-0.17572
กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Tourist)	0.11010	-0.39108	0.92406	-0.76205
กลุ่มการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism)	0.46683	-0.08868	0.24882	-0.67850
กลุ่มท่องเที่ยวตามภารกิจ (Mission and Task)	1.08017	-0.56972	-0.74138	-0.13490
กลุ่มเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation)	0.34170	-0.20229	0.76942	-1.00115

นอกจากนี้แล้ว ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One Way ANOVA) ตามตารางที่ 27 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่มจะมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ความสนใจทางการท่องเที่ยว และความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig น้อยกว่า 0.05) จึงสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ว่า จำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้เป็น 4 กลุ่ม ตามกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ความสนใจทางการท่องเที่ยว และความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จากการพิจารณาค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบตามตารางที่ 27 กลุ่มท่องเที่ยว

ตามภารกิจของแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันมากที่สุด เนื่องจากค่า F มีค่าสูงสุด คือ 118.475 รองลงมา คือ กลุ่มเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ มีค่า F เท่ากับ 88.446 ซึ่งจากการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) พบว่า สามารถจัดกลุ่มตัวแปรรวมของรูซึ่งสามารถอธิบายลักษณะของแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวตามคะแนนองค์ประกอบในการจัดกลุ่มครั้งสุดท้ายได้ดังนี้

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มองค์ประกอบของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ 4 กลุ่ม

องค์ประกอบ (Factor)	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
กลุ่มผจญภัย (Adventure)	15.666	3	.804	290	19.497	.000
กลุ่มเน้นการเรียนรู้ (Learning)	33.355	3	.634	290	52.650	.000
กลุ่มเน้นการผ่อนคลาย (Relax)	13.228	3	.933	290	14.184	.000
กลุ่มทำงานและท่องเที่ยว (Work & Travel)	28.289	3	.722	290	39.189	.000
กลุ่มเจียบสงบ (Low Profile Tourist)	45.608	3	.547	290	83.340	.000
กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ (Experience)	8.179	3	.878	290	9.320	.000
กลุ่มกิจกรรมทางน้ำ (Water Activities)	5.634	3	.925	290	6.089	.000
กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก (Active Tourist)	37.208	3	.590	290	63.045	.000
กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Tourist)	39.216	3	.628	290	62.397	.000
กลุ่มการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism)	21.166	3	.826	290	25.621	.000
กลุ่มท่องเที่ยวตามภารกิจ (Mission and Task)	54.977	3	.464	290	118.475	.000
กลุ่มเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation)	46.186	3	.522	290	88.446	.000

โดยสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ได้ 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mainstream) เป็นพวกกลุ่มท่องเที่ยวตามภารกิจ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก และกลุ่มทำงานและท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่หรือกิจกรรมต่าง ๆ ประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวเพื่อเจรจา ติดต่อธุรกิจ เพื่อประชุม สัมมนา เพื่อเล่น ชุมกีฬาต่าง ๆ เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ หาความรู้ ทำวิจัย ศึกษาดูงาน เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อน เพื่อใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัว เพื่อให้บุคคลอื่นชื่นชม ยกย่อง สร้างสถานภาพทางสังคม เพื่อศึกษาวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนาในท้องถิ่น และเพื่อช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า การท่องเที่ยวที่มีการจำกัดสิทธิ์ให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น จำกัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวชั้นดี รายได้สูงเท่านั้น กิจกรรม Nightlife ตามชายหาดยามค่ำคืน บาร์ดีชายหาด เช่น บาร์และเธรค การท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการทำบุญไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การท่องเที่ยวแบบตามรอยภาพบนตร์ ละคร นิติสาร การ

ท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มความรู้ ทักษะ ความสามารถและประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น ทักษะศึกษา ดูงาน เที่ยวและเรียนภาษา ฯลฯ การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองต่อสมาชิกในกลุ่มได้ในทุกช่วงวัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอสมควร บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน ครึกครื้น คนเยอะ สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักเสี่ยงแค่นั้นก็ไป การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ตื่นเต้นท้าทาย ใช้กำลังและความพยายาม เสี่ยงแค่นั้นก็ทำ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ เทศกาลและประเพณีท้องถิ่น ทำกิจกรรมทำบุญ ไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดูละครเวที แสดงโชว์ คาบาเร่ ดูภาพยนตร์ เยี่ยมญาติ เพื่อน พุดคุย คลุกคลีกับชาวบ้านในพื้นที่ ประชุม สัมมนา ดูงาน และทัศนศึกษา เรียนรู้สิ่งใหม่

กลุ่มที่ 2 กลุ่มอนุรักษ์นิยม (Conservative) เป็นพวกกลุ่มเงียบสงบ (Low Profile Tourist) ไม่เน้นเน้นการเรียนรู้อย่างเห็นได้ชัดและไม่ชอบการท่องเที่ยวเชิงรุกจึงมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มที่เน้นใช้ชีวิตกลมกลืนไปกับคนท้องถิ่น ประกอบไปด้วย การพักผ่อนและทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ภายในบริเวณโรงแรมที่พัก หรือบริเวณใกล้เคียง พักผ่อนอย่างเงียบ ๆ เป็นส่วนตัวไม่รบกวน ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียงของเมือง ช้อปปิ้ง ชื้อของกิน ของที่ระลึก ของฝาก และช้อปปิ้ง เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดิน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative) เป็นพวกกลุ่มเน้นการเรียนรู้ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า กลุ่มเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ จะไม่ชอบการท่องเที่ยวตามภารกิจอย่างเห็นได้ชัด และไม่ชอบการทำงานและท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ประกอบไปด้วย การศึกษา เที่ยวชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่าง ๆ ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ ในท้องถิ่น เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน การท่องเที่ยวแบบเน้นบรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เงียบสงบ ไม่ค่อยมีคน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรืออนุรักษ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ หรือการได้เข้าสังคม การท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อย ๆ เที่ยวชมวิวทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการดูแลตนเอง เช่น สปา การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่ เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวแบบไปกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ และการท่องเที่ยวแบบไปกันเองแต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยส่วนหนึ่ง

กลุ่มที่ 4 กลุ่มผจญภัย (Adventure) เป็นพวกกลุ่มผจญภัย จะไม่ชอบกลุ่มท่องเที่ยวที่ชื้ออย่างเห็นได้ชัด และไม่ชอบการเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ เน้นการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ทักษะ ความชำนาญ รวมไปถึงกิจกรรมที่ตื่นเต้นเร้าใจ ประกอบไปด้วยการเล่นบันจี้จัมพ์ เพนท์บอล โกคาร์ท ขับรถ ATV ยิงปืน ปีนเขา ปีนผา ขี่จักรยาน ส่องสัตว์ ดูนก และล่องแก่ง เดินป่า ขี่จักรยานเสือภูเขา ศึกษาธรรมชาติ

ทั้งนี้ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการจำแนกกลุ่มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามกลุ่มสัญชาติ โดยเมื่อนำผลการจัดกลุ่มด้วยวิธี K-Mean Cluster Analysis ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวน 4 กลุ่มมาวิเคราะห์ร่วมกับตัวแปรสัญชาติของนักท่องเที่ยวโดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square test) ทำให้สามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวภาคใต้ตามสัญชาติได้ดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อจำแนกกลุ่มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามกลุ่มสัญชาติ

กลุ่มสัญชาติ	Cluster Number of Case				รวม
	1	2	3	4	
รัสเซีย	10	9	4	20	43
	23.30%	20.90%	9.30%	46.50%	100.00%
จีน	10	1	5	23	39
	25.60%	2.60%	12.80%	59.00%	100.00%
กลุ่มสแกนดิเนเวีย	1	8	11	2	22
	4.50%	36.40%	50.00%	9.10%	100.00%
ยุโรป	5	6	27	8	46
	10.90%	13.00%	58.70%	17.40%	100.00%
เอเชียและอื่น ๆ	8	4	14	7	33
	24.20%	12.10%	42.40%	21.20%	100.00%
ไทย	60	17	11	23	111
	54.10%	15.30%	9.90%	20.70%	100.00%
รวม	94	45	72	83	294
	32.00%	15.30%	24.50%	28.20%	100.00%

Chi-square = 116.13, Sig = 0.000

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสัญชาติของนักท่องเที่ยวกับกลุ่มของนักท่องเที่ยวจำนวน 4 กลุ่มด้วยวิธี K-Mean Cluster Analysis พบว่า ค่า Chi-square = 116.13 Sig = 0.000 แสดงว่า สัญชาติของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ซึ่งสามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามสัญชาติได้ ดังนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและจีน เป็นกลุ่มผจญภัย (Adventure) ที่เดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยการเล่นบันจี้จัมพ์ เพนทบอล โกคาร์ท ขับรถ ATV ยิงปืน ปีนเขา ปีนผา ขี่จักรยาน ส่องสัตว์ ดูนก และล่องแก่ง เดินป่า ขี่จักรยานเสือภูเขา ศึกษาธรรมชาติ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mainstream) ที่เน้นการท่องเที่ยวตามภารกิจ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก และกลุ่มทำงานและท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวเพื่อเจรจา ติดต่อธุรกิจ เพื่อประชุม สัมมนา เพื่อเล่น ชุมกีฬาต่าง ๆ เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ หาความรู้ ทำวิจัย ศึกษาดูงาน เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อน เพื่อใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัว เพื่อให้บุคคลอื่นชื่นชม ยกย่อง สร้างสถานภาพทางสังคม เพื่อศึกษาวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนาในท้องถิ่น และเพื่อช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า การท่องเที่ยวที่มีการจำกัดสิทธิ์ให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น จำกัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวชั้นดี รายได้สูงเท่านั้น กิจกรรม Nightlife ตามชายหาดยามค่ำคืน บาร์ดีฮายหาด เช่น บาร์และเชค การท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการทำบุญไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การท่องเที่ยวแบบตามรอยภาพยนตร์ ละคร นิตยสาร การ

ท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มความรู้ ทักษะ ความสามารถและประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น ทักษะศึกษา ดูงาน เที่ยวและเรียนภาษา ฯลฯ การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองต่อสมาชิกในกลุ่มได้ในทุกช่วงวัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอสมควร บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน ครึกครื้น คนเยอะ สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ยิ่งเสี่ยงแค่ไหนก็ไป การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ตื่นเต้นท้าทาย ใช้กำลังและความพยายาม ยิ่งเสี่ยงแค่ไหนก็ทำ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ เทศกาลและประเพณีท้องถิ่น ทำกิจกรรมทำบุญ ไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดูละครเวที แสดงโชว์ คาบาเร่ ดูภาพยนตร์ เยี่ยมญาติ เพื่อน พุดคุย คลุกคลีกับชาวบ้านในพื้นที่ ประชุม สัมมนา ดูงาน และทัศนศึกษา เรียนรู้สิ่งใหม่

กลุ่มนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวีย เป็นกลุ่มอนุรักษ์นิยม (Conservative) ที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเงียบสงบ (Low Profile Tourist) นิยมรับประทานอาหารท้องถิ่นและสินค้าท้องถิ่นของประเทศไทยประกอบไปด้วยการพักผ่อนและทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ภายในบริเวณโรงแรมที่พักหรือบริเวณใกล้เคียง พักผ่อนอย่างเงียบ ๆ เป็นส่วนตัวไม่วุ่นวาย ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียงของเมือง ช้อปปิ้ง ชื้อของกิน ของที่ระลึก ของฝาก และช้อปปิ้ง เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดิน นอกจากนี้ยังมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative) เน้นการเรียนรู้ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า และเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ จะไม่ชอบการท่องเที่ยวตามภารกิจอย่างเห็นได้ชัด และไม่ชอบการทำงานและท่องเที่ยว ประกอบไปกับการศึกษาเที่ยวชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่าง ๆ ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ ในท้องถิ่น เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน การท่องเที่ยวแบบเน้นบรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เงียบสงบ ไม่ค่อยมีคน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หรืออนุรักษ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ หรือการได้เข้าสังคม การท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อย ๆ เที่ยวชมวิวทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการดูแลตนเอง เช่น สปา การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่ เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวแบบไปกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ และการท่องเที่ยวแบบไปกันเองแต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยส่วนหนึ่ง

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative) เช่นเดียวกับกลุ่มสแกนดิเนเวียที่เน้นการเรียนรู้ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า จะประกอบไปกับการศึกษาเที่ยวชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่าง ๆ ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ ในท้องถิ่น เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน การท่องเที่ยวแบบเน้นบรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เงียบสงบ ไม่ค่อยมีคน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หรืออนุรักษ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ หรือการได้เข้าสังคม การท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อย ๆ เที่ยวชมวิวทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการดูแลตนเอง เช่น สปา การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่

เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวแบบไปกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ และการท่องเที่ยวแบบไปกันเองแต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยส่วนหนึ่ง

กลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและอื่น ๆ มีลักษณะเช่นเดียวกันกับกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่เป็นพวกแสวงหาประสบการณ์ (Experience Seeker) เน้นการเรียนรู้ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า จะประกอบไปด้วยการศึกษา เที่ยวชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่าง ๆ ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ ในท้องถิ่น เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน การท่องเที่ยวแบบเน้นบรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เจียบสงบ ไม่ค่อยมีคน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรืออนุรักษ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ หรือการได้เข้าสู่สังคม การท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อย ๆ เที่ยวชมวิวทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการดูแลตนเอง เช่น สปา การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่ เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวแบบไปกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ และการท่องเที่ยวแบบไปกันเองแต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยส่วนหนึ่ง

4.2 ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ในการศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดด้วยวิธีการศึกษาจากงานเอกสาร การประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมสามารถสรุปผลการวิจัยเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่เกิดขึ้น ได้ดังนี้

4.2.1 ผลกระทบด้านบวกจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จากการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่นั้นพบว่า แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียเพิ่มขึ้นนั้น ผู้ที่มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยว อาทิ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ นายกสมาคมโรงแรมจังหวัดกระบี่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดกระบี่ไม่ได้กังวลถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่จากนักท่องเที่ยวทั้งสองชาติมากนัก เนื่องจาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ปัจจุบันนี้ขับเคลื่อนโดยอัตลักษณ์ความโดดเด่นของทรัพยากรและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ที่จะเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

แม้ว่าสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ จำแนกตามสัญชาติปี พ.ศ. 2556 (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ดังแสดงในตารางที่ 29 เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีน และรัสเซีย มี

อัตราการเพิ่มขึ้นมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 69.70 ต่อปี ในขณะที่นักท่องเที่ยวรัสเซียมีการเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.14 ต่อปี ซึ่งประเด็นนี้ผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เห็นว่าการกังวลกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพิ่มขึ้น เนื่องมาจากการรับรู้เกี่ยวกับปัญหาของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จากสื่อต่าง ๆ หรือจากการบอกเล่าแต่โดยแท้จริงแล้วไม่ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มากนัก ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่พบเห็นมากขึ้นอาจจะเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวเชื้อสายจีนจากชาติ ๆ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ไต้หวัน ฮองกง มาเลเซียเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับตลาดการท่องเที่ยวหลักในจังหวัดกระบี่ยังเป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวียอันเนื่องมาจากกิจกรรมการท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวยุโรปและสแกนดิเนเวีย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในส่วนการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียจะเป็นกลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ยิงปืน ชีรลโคคาร์ท เป็นต้น ขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรปและสแกนดิเนเวียจะชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในจังหวัดกระบี่เป็นส่วนใหญ่

โดยจากตารางที่ 29 พบว่า สัดส่วนหลักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่คือ นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ให้ความสำคัญสิ่งแวดล้อม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.51 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และนักท่องเที่ยวกลุ่มสแกนดิเนเวียเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของตลาดทวีปยุโรปที่มีสัดส่วนร้อยละ 36.01 ของนักท่องเที่ยวยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวสวีเดนที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มากเป็นอันดับ 1 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มสแกนดิเนเวียมีอัตราการเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2556 ถึงร้อยละ 27.82 ต่อปี และเมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่หลายภาคส่วนกังวลถึงอัตราการเพิ่มขึ้น นั่นคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซียและจีน จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซียมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ร้อยละ 42.14 ต่อปี โดยมีสัดส่วนต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมในปี พ.ศ. 2556 ร้อยละ 2.50 (ร้อยละ 1.84 ในปี พ.ศ. 2555 และร้อยละ 1.37 ในปี พ.ศ. 2554) ทั้งนี้ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวจีน มีอัตราการเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ถึงร้อยละ 69.70 ต่อปี โดยมีสัดส่วนต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมในปี พ.ศ. 2556 ร้อยละ 4.41 (ร้อยละ 2.72 ในปี พ.ศ. 2555 และร้อยละ 2.69 ในปี พ.ศ. 2554) ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรปโดยรวมมีอัตราการเติบโตร้อยละ 27.88 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและรัสเซียจึงยังไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เด่นชัดดังเช่นที่เกิดขึ้นในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 29 สถิตินักท่องเที่ยวที่พักค้างในโรงแรมจังหวัดกระบี่ พ.ศ. 2556

สัญชาติ	ปี พ.ศ.				อัตราการเปลี่ยนแปลง
	ที่	2556	ที่	2555	
สวีเดน	1	217,698	1	173,314	+25.61 %
เยอรมนี	2	155,311	2	118,901	+30.62 %
สหราชอาณาจักร	3	124,927	4	95,340	+31.03 %
ฝรั่งเศส	4	124,877	3	98,836	+26.35 %

ตารางที่ 29 (ต่อ)

สัญชาติ	ปี พ.ศ.				อัตราการเปลี่ยนแปลง
	ที่	2556	ที่	2555	
มาเลเซีย	5	112,043	5	94,067	+19.11 %
สวีเดน	6	99,612	6	72,681	+37.05 %
ออสเตรเลีย	7	95,430	7	66,038	+44.51 %
เดนมาร์ก	8	79,319	8	63,252	+25.40 %
ฟินแลนด์	9	69,748	9	51,820	+34.60 %
สหรัฐอเมริกา	10	64,578	10	46,541	+38.76 %
จีน		63,378		37,346	+69.70 %
รัสเซีย		35,918		25,269	+42.14 %
นักท่องเที่ยวไทย		1,437,891		1,168,836	+23.02 %
นักท่องเที่ยวต่างชาติ		1,756,778		1,372,043	+28.04 %
นักท่องเที่ยวกลุ่ม สแกนดิเนเวีย		408,062		319,752	+27.62 %
นักท่องเที่ยวยุโรป		1,133,344		886,256	+27.88 %
รวมทั้งหมด		3,194,669		2,540,879	+25.73 %

ทั้งนี้ข้อมูลในตารางที่ 29 เป็นนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมในโรงแรมที่พักในจังหวัดกระบี่ ซึ่งไม่รวมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบไปกลับ (One-Day Trip) จากจังหวัดภูเก็ตหรือจังหวัดอื่น ซึ่งจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวจีนและรัสเซียเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นต่อปีสูงมาก ทำให้มีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตไม่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ แต่เมื่อพิจารณาถึงอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวรวมจะพบว่ามียอดการเพิ่มของนักท่องเที่ยวที่พักค้างในจังหวัดกระบี่ในปี พ.ศ. 2556 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 25.73 ต่อปี ในขณะที่ข้อมูลภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีการเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 16.61 ต่อปี นั้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีการเดินทางมาพักค้างคืนในจังหวัดกระบี่มากขึ้น และสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นโดยส่วนใหญ่คือนักท่องเที่ยวจากยุโรป ด้วยเหตุนี้ปัญหาเรื่องการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดจึงยังไม่เกิดผลกระทบอย่างชัดเจน แต่หากนักท่องเที่ยวชาวจีนมียอดการเพิ่มขึ้นในระดับนี้ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวชาวจีนอาจจะเห็นได้ชัดเจนอย่างแน่นอน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพราะชื่อเสียงหรือการพูดปากต่อปากนั้น ส่วนใหญ่จะมุ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมาก ๆ อาทิ การท่องเที่ยว 4 หมู่เกาะ หมู่เกาะพีพี และอ่าวนาง เป็นต้น แต่หลังจากการที่รัฐบาลจีนได้ประกาศห้ามทัวร์ศูนย์เหรียญ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่ม FIT มากขึ้น จึงสามารถลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้ไม่มากนัก

ทั้งนี้ สิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ซึ่งเป็นปัจจัยทางอ้อม คือ ปัญหาด้านฤดูกาลทางการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียงของจังหวัดกระบี่ต้องพบกับผลกระทบที่สำคัญ โดยมี

ช่วงเวลาฤดูกาลท่องเที่ยวเพียง 6 เดือนเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ปัญหาด้านฤดูกาลทางการท่องเที่ยวจึงส่งผลกระทบต่อความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ไม่สามารถจ่ายเงินหรือจ้างงานพนักงานไว้ทั้งปีได้ ดังนั้น ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว พนักงานส่วนหนึ่งจะถูกเลิกสัญญา หรือจ่ายเงินน้อยลงทำให้พนักงานที่มีประสบการณ์เดินทางไปทำงานในจังหวัดอื่น ๆ ที่มีการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยว เช่น ภูเก็ต สมุย เขาหลัก เป็นต้น ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวจากรัสเซียและจีน หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น นับว่าเป็นการขยายตลาดการท่องเที่ยวที่จะช่วยบรรเทาปัญหาด้านฤดูกาลทางการท่องเที่ยว และช่วยเติมอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ อย่างไรก็ตาม มุมมองของผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นมุมมองในมิติของมหภาคที่ต้องคำนึงถึงการจัดการกับอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand) ที่มีความผันแปรตามฤดูกาลทางการท่องเที่ยว และต้องรับผิดชอบต่อการวางแผนเพื่อเพิ่มอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีนหรือรัสเซียจึงไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มากนัก หากวิเคราะห์อีกมุมหนึ่งเป็นการจัดการเพื่อแก้ปัญหาด้านฤดูกาลทางการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นสถิตินักท่องเที่ยวที่มีการพักค้างคืนในโรงแรมที่พักในจังหวัดกระบี่เท่านั้น ไม่รวมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่แบบไปกลับจากจังหวัดภูเก็ตที่นักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียยังมีอัตราการเติบโตในระดับสูงอยู่ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลหลัก ๆ ของจังหวัดกระบี่

4.2.2 ผลกระทบด้านลบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ ในมุมมองของผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวที่มีความเห็นต่อประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยได้อาศัยกระบวนการวิจัยแบบสังเกตในการพูดคุย และสอบถามจากผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว โดยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวรายเล็กในอ่าวนางมอว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจีนและรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยเฉพาะอ่าวนางมอเริ่มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งจากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่นไม่ได้พักค้างในจังหวัดกระบี่ และผู้ประกอบการต้องเผชิญกับปัญหาด้านการสื่อสารทั้งภาษาจีนและภาษารัสเซีย เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้ไม่พูดภาษาอังกฤษ ขณะนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนหนึ่งกังวลถึงการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของเมืองกระบี่จะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งอาจจะเป็นประเด็นสำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และที่สำคัญปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียไม่พูดภาษาอังกฤษ และเมื่อปัญหาการสื่อสารมีปัญหาสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจะทำได้เพื่อสร้างความมั่นใจได้ว่าตนเองจะไม่ถูกหลอกลวงจากนักธุรกิจท้องถิ่นคือ การพูดคุยและประสานงานกับคนชาติเดียวกัน จึงเป็นที่มาของการจัดตั้งธุรกิจของชาวรัสเซียในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว และปัญหาที่พบเห็นในภูมิภาคอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งกังวลคือปัญหาเรื่องมาเฟีย

สำหรับประเด็นในเรื่องของภาษา กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนที่น่าจะเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดกลับกล่าวว่ามีผลกระทบน้อย เนื่องจากหากคุยไม่รู้เรื่องกันจริง ๆ ก็จะมีการสื่อสารด้วย

ท่าทาง หรือนำเสนอข้อมูลด้วยเอกสาร แต่กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบางกลุ่ม อาทิ กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ มีสมาชิกของกลุ่มฯ ที่สามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ หรือแม้กระทั่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากมาเลเซีย สมาชิกในกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาตินสามารถสื่อสารได้โดยใช้ภาษามาเลเซีย อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่มองว่าสิ่งที่เป็สาเหตุสำคัญของผลกระทบที่เกิดขึ้นคือ การบังคับใช้กฎหมาย ผู้ที่มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่มีมุมมองไปในทิศทางเดียวกันว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นจะลดลงได้ หากมีการบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการจราจรทั้งทางบกและทางทะเล การจัดการและควบคุมเกี่ยวกับกำหนดให้มีมัคคุเทศก์ชาวไทยประจำลุ่มนำเที่ยวจากต่างประเทศ

ผลกระทบอีกประการหนึ่งจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังจากที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มากขึ้นคือ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม อาทิ อ่าวนาง หาดนพรัตน์ธารา หมู่เกาะพีพี ทะเลแหวก เกาะปอดะ เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เหล่านี้เป็นกลุ่มที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพราะส่วนหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางซื้อทัวร์แบบไปกลับจากจังหวัดอื่น เช่น ภูเก็ต หรือพังงา ดังเห็นได้จากนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปในพื้นที่ที่ได้รับความนิยมจำนวนมาก โดยไม่ได้คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น ทะเลแหวกที่กำลังเผชิญกับปัญหากระแสน้ำและหาดทรายที่เปลี่ยนไปอันเนื่องมาจากใบพัดเรือที่จอดท่าอยู่ถี่ทรายมากทำให้กระแสน้ำเกิดการเปลี่ยนแปลง ทะเลแหวกที่เคยแสดงให้เห็นความงดงามทางธรรมชาติก็อาจจะหายไปไม่ช้า

ดังนั้น ในเบื้องต้นจึงพอที่จะวิเคราะห์และสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่นั้นมีทั้งผลกระทบด้านบวกและด้านลบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ปัญหาที่เกิดขึ้นล้วนแต่เป็นปัญหาเช่นเดียวกันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวจำนวนมาก ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความเปราะบางของจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สามารถเดินทางมาจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ ได้ภายในวันเดียว อาทิ ภูเก็ต และพังงา ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องไม่สามารถที่จะจัดการหรือควบคุมปริมาณได้ ดังนั้น สิ่งที่สำคัญในการจัดการกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือ การให้ความรู้ และการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดเรื่องการจัดตั้งธุรกิจของต่างชาติ

4.2.3 กรณีศึกษาการจัดการกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ปัจจุบัน การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเศรษฐกิจใหม่ ได้ส่งผลทำให้โครงสร้างตลาดท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล จึงทำให้มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคต โดย World Tourism Organization คาดว่า ในปี พ.ศ. 2563 จีนจะเป็นตลาดส่งออกและนำเข้่านักท่องเที่ยวใหญ่ที่สุดในโลกโดยมีนักท่องเที่ยวประมาณ 100-120 ล้านคนต่อปี ดังนั้น โครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวจึงเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนได้กลายเป็นักท่องเที่ยวหลักในตลาดท่องเที่ยวทุกๆประเทศและเป็นผู้ที่กระตุ้นให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในทุกๆประเทศเริ่ม

ต้นตัวในการปรับตัวให้รองรับกับการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างตลาดนี้ (Ryan and Gu, 2008) ซึ่งจุดเริ่มต้นของการไหลออกของนักท่องเที่ยวจีนไปสู่ตลาดท่องเที่ยวในประเทศต่างๆเริ่มขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1983 เมื่อรัฐบาลประเทศจีนอนุญาตให้พลเมืองประเทศจีนเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศฮ่องกงและมาเก๊าได้โดยการอนุมัติพิเศษ (Zhang and Heung, 2001) นอกจากนี้แล้ว จุดเปลี่ยนที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวจีนกลายเป็นนักท่องเที่ยวหลักในตลาดท่องเที่ยวโลก คือ การที่รัฐบาลประเทศจีนออกระบบ Approved Destination Status (ADS) ในต้นทศวรรษที่ 90 เพื่ออนุญาตให้พลเมืองประเทศจีนสามารถเดินทางออกนอกประเทศเพื่อการท่องเที่ยวได้ (Li et al., 2011) เมื่อผนวกกับการที่เศรษฐกิจประเทศจีนขยายตัวอย่างมหาศาลได้สร้างความมั่งคั่งแก่พลเมืองจีน จึงส่งผลให้ประชาชนชาวจีนเดินทางออกนอกประเทศเพื่อการท่องเที่ยวจนกลายเป็นนักท่องเที่ยวหลักในตลาดและทำให้โครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปในที่สุด

4.2.3.1 ผลกระทบที่เกิดขึ้นในประเทศไทยจากการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว (2555) ถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ แม้ว่าจะยังมีจำนวนไม่มากนัก แต่จะพบว่าแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน (+79.18%) และประเทศรัสเซีย (+79.97%) นอกจากนี้ยังพบว่าในปี พ.ศ. 2555 ถึงต้นปี 2556 นี้มีเที่ยวบินตรงที่นำนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและรัสเซียมาลงที่สนามบินจังหวัดกระบี่จำนวนมาก รวมทั้งห้องพักในจังหวัดกระบี่ที่อัตราการเข้าพักสูงมาก โดยนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างมากคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและรัสเซีย ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ล้นมาจากจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจากสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ปี พ.ศ. 2554 พบว่า มีนักท่องเที่ยวมาจากประเทศจีน 635,243 คน (+196.03%) และนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย 330,339 คน (+40.79) (กรมการท่องเที่ยว, 2555) โดยในปี พ.ศ. 2555 เพียงไตรมาสแรก นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเพิ่มขึ้นถึง 152.11 % ในขณะที่นักท่องเที่ยวรัสเซียมีการเพิ่มขึ้น 32.41 % ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวจึงมีความเป็นไปได้สูงที่นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและรัสเซียจะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มากขึ้น และเมื่อพิจารณาถึงสถิติโดยรวมของประเทศพบว่า ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวจีนและรัสเซียอย่างเห็นได้ชัดเมื่อพิจารณาจากตัวเลขทางสถิติ พบว่า ในช่วงเดือนมกราคม-สิงหาคม ปี 2556 มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทย 3.2 ล้านคน โดยเฉพาะในไตรมาสแรกของ ปี 2556 นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีน เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 1.17 ล้านคนเพิ่มขึ้นจากไตรมาสแรกของปี 2555 ถึง 102.81% (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) อย่างไรก็ตาม การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวจีนและรัสเซียในประเทศไทยเป็นไปอย่างไม่มีคุณภาพ กล่าวคือ การเติบโตของรายได้จากตลาดจีนและรัสเซียต้องพึ่งพาการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (พงศธร เกษสำลี, 2556) นอกจากนี้แล้ว แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีนและรัสเซียยังกระจุกตัวอยู่ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และชลบุรี (พัทยา) กล่าวคือ ในปี 2554 นักท่องเที่ยวจีนเข้าพักในจังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุด (2,028,317 คน) รองลงไป คือ ชลบุรี-พัทยา (792,022 คน) และภูเก็ต (635,243 คน) ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวรัสเซียเข้าพักในจังหวัดชลบุรี-พัทยามากที่สุด (2,204,459 คน) รองลงไป คือ ภูเก็ต (330,339 คน) และกรุงเทพมหานคร (167,949 คน) ตามลำดับ

การที่นักท่องเที่ยวจีนและรัสเซียได้ไหลเข้ามาในตลาดการท่องเที่ยวประเทศไทยอย่างมาก ได้ส่งผลกระทบต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเดิม คือ นักท่องเที่ยวยุโรป อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียได้สร้างปัญหาและความไม่พอใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป ทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคยกับความอึดทึบเสียงดังหรือมารยาทท้องถิ่นบางอย่าง เช่น นักท่องเที่ยวจากแถบสแกนดิเนเวียหรือยุโรปที่นิยมความเงียบสงบก็ได้เปลี่ยนจุดหมายการเดินทาง ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างสังเกตเห็นได้ชัด สำหรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียที่ส่งผลกระทบด้านลบต่อนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆรวมทั้งชุมชนท้องถิ่นสามารถสรุปได้ดังนี้

4.2.3.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลกระทบด้านลบต่อตลาดท่องเที่ยวไทย

จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับผลกระทบจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียในประเทศไทย โดยพงศธร เกษสำลี (2556) ได้สอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2,163 ตัวอย่าง จากกลุ่มผู้ประกอบการ 1,068 ตัวอย่าง และประชาชน 1,095 ตัวอย่าง ในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย 7 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต กระบี่ พังงา เกาะสมุย ระหว่างวันที่ 29 มิถุนายน ถึง 8 กรกฎาคม 2556 ทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลกระทบด้านลบต่อตลาดท่องเที่ยวไทย ดังนี้

กลุ่มผู้ประกอบการชาวไทยได้แสดงความคิดเห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลกระทบด้านลบต่อนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ดังนี้

- พฤติกรรมการก่อความรำคาญกับคนรอบข้างเนื่องจากไม่มีมารยาทและส่งเสียงดัง เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับแรกที่ผู้ประกอบการถึง 77.2 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
- พฤติกรรมการสร้างความสะดวกให้กับพื้นที่ที่ไปใช้บริการเนื่องจากไม่มีการรักษาความสะอาด เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่สองที่ผู้ประกอบการถึง 67.1 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
- พฤติกรรมสร้างความวุ่นวายให้กับพื้นที่ที่เข้าไปใช้บริการเนื่องจากไม่เคารพกฎ กติกาต่างๆ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่สามที่ผู้ประกอบการถึง 59.2 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด

ส่วนกลุ่มประชาชนในจังหวัดท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลกระทบด้านลบต่อนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ดังนี้

- นักท่องเที่ยวชาวจีนมักส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่นในพื้นที่ที่ไปใช้บริการ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับแรกที่ประชาชนถึง 90.6 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
- นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่รักษาความสะอาดในการใช้พื้นที่สาธารณะ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่สองที่ประชาชนถึง 65 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
- นักท่องเที่ยวชาวจีนมักถ่มน้ำลายในพื้นที่สาธารณะ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่สามที่ผู้ประกอบการถึง 64 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
- นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เคารพกฎระเบียบต่างๆในพื้นที่ที่ไปใช้บริการ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่สี่ที่ประชาชนถึง 57.4 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด

● นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เคารพกฎจราจร เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่ห้าที่ผู้ประกอบการถึง 56.6 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด

นอกจากนี้แล้ว บรรณาธิการหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น ยังได้สรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลกระทบต่ออันดับนักท่องเที่ยวชาตินี้ คือ 1. ไม่พยายามที่จะกดขี่ใครเมื่อเสร็จภารกิจ 2. ไม่เคารพกฎจราจร 3. ใช้เสียงอันดังเมื่ออยู่ในโรงแรมระดับห้าดาว 4. ถ่มน้ำลายเรี่ยราด 5. ปล่อยลูกหลานตามอำเภอใจ และ 6. ปัญหาภาษาการสื่อสาร (ผู้จัดการออนไลน์, 2556)

ทั้งนี้ จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยพบว่ามียกนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ภายหลังจากที่ภาพยนตร์ชื่อดัง “Lost in Thailand” ได้แพร่ภาพ และนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนหนึ่ง เดินทางไปท่องเที่ยวในอ่างแก้ว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และมีการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่จัดเตรียมไว้บริการกับนักศึกษาและส่งผลกระทบต่อการศึกษาและการใช้ชีวิตของนักศึกษา (ข่าวสดออนไลน์, 2557) นอกจากนี้ได้มีการสนทนาในเว็บไซต์พันทิพดอทคอม (2557) ถึงพฤติกรรมด้านลบของนักท่องเที่ยวชาวจีนดังนี้

1. เข้าห้องสุขาแล้วไม่ราดน้ำ
2. ขับรถไม่สนใจกฎจราจรของประเทศไทย
3. ไม่เข้าคิว
4. สูบบุหรี่ตลอดเวลา
5. ถ่มน้ำลายไม่เลือกที่
6. เสียงดังรบกวนคนอื่น
7. ขโมยของในร้านค้าหรือโรงแรม
8. เลือกลงกระจุยกระจาย

ซึ่งโดยสรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลกระทบต่อชาวไทยคือ การใช้ชีวิตที่ไม่เป็นระเบียบ ไม่สนใจสังคมและคนส่วนใหญ่ เลือกที่จะให้ความสำคัญกับความพึงพอใจตนเองเป็นหลัก

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่เพื่อสังเกตเกี่ยวกับประเด็นปัญหานักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่พบว่ามียกนักท่องเที่ยวชาวจีนแต่งตัวเป็นนักศึกษามาถ่ายรูปในมหาวิทยาลัย หรือเข้าไปรับประทานอาหารในงานประชุมภายในของมหาวิทยาลัย การเข้าไปในสถานที่ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยโดยพลการ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาอย่างมากต่อการรักษาความปลอดภัยภายในมหาวิทยาลัย อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์นายกสมาคมการท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ และนายกสมาคมธุรกิจไทยจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าด้วยนโยบายและกฎหมายของรัฐบาลจีนทำให้แนวโน้มปัญหานี้จะค่อย ๆ หายไป และที่สำคัญ ต้องมีการสื่อสารและทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวชาวจีนถึงสิ่งที่ไม่สามารถทำได้ในประเทศไทย

สำหรับผลกระทบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อนักท่องเที่ยวชาตินี้ ๆ นั้น พงศธร เกษสำลี (2556) ได้สรุปว่า พฤติกรรมด้านลบของนักท่องเที่ยวชาวจีนส่งผลกระทบต่ออันดับนักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรมากที่สุด รองลงไป คือ นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันและฝรั่งเศส ตามลำดับ

4.2.3.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่ส่งผลกระทบต่อตลาดท่องเที่ยวไทย

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่ส่งผลกระทบต่อตลาดท่องเที่ยวไทยนั้น กลุ่มผู้ประกอบการชาวไทยได้แสดงความคิดเห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ (พงศธร เกษสำลี, 2556) ดังนี้

- พฤติกรรมการแต่งตัวไปทำให้เกิดปัญหาอาชญากรรม เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับแรกๆ ที่ผู้ประกอบการถึง 52.4 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
 - พฤติกรรมสร้างความไม่สบายให้กับพื้นที่ที่ไปใช้บริการเนื่องจากไม่เคารพกฎ กติกาต่างๆ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่สองที่ผู้ประกอบการถึง 51.1 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
 - พฤติกรรมการรวมตัวเป็นกลุ่มมาเพีย สร้างเขตอิทธิพลหาผลประโยชน์ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่สามที่ผู้ประกอบการถึง 47 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
- ส่วนกลุ่มประชาชนในจังหวัดท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ดังนี้
- นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมักส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่นในพื้นที่ที่ไปใช้บริการ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับแรกที่ประชาชนถึง 57.7 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
 - นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีการดูแลบุตรหลานที่มาท่องเที่ยวน้อย มักปล่อยตามอำเภอใจ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่สองที่ประชาชนถึง 57.5 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
 - นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียไม่เคารพกฎระเบียบต่างๆ ในพื้นที่ที่ไปใช้บริการ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่สามที่ประชาชนถึง 56.2 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
 - นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมักแซงคิวหรือไม่ต่อแถวในการใช้บริการต่างๆ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่สี่ที่ประชาชนถึง 55.3 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
 - นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมักหยิบฉวยสิ่งของจากสถานที่ที่ไปใช้บริการ เป็นพฤติกรรมด้านลบอันดับที่ห้าที่ผู้ประกอบการถึง 53.8 % จัดลำดับให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหามากที่สุด
- สำหรับผลกระทบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ นั้น พงศธร เกษสำลี (2556) ได้สรุปว่า พฤติกรรมด้านลบของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรมากที่สุด รองลงไป คือ นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันและสวีเดนตามลำดับ

4.2.4 การปรับตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างตลาดท่องเที่ยว: กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในต่างประเทศ

จากโครงสร้างตลาดท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามที่กล่าวในข้างต้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงไม่สามารถใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานแบบเดิมได้ เพราะนักท่องเที่ยวชาวจีนมีพฤติกรรมที่แตกต่างนักท่องเที่ยวประเทศอื่น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงต้องพัฒนากลยุทธ์ขึ้นมาเพื่อการปรับตัวให้เข้ากับนักท่องเที่ยวหลักชาวจีน สำหรับกลยุทธ์ในการปรับตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นั้น ยังไม่เห็นรูปแบบที่ชัดเจน อย่างไรก็ตาม

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโรงแรมและที่พักเป็นอุตสาหกรรมแรกที่มีการปรับตัวอย่างรวดเร็วให้กับโครงสร้างตลาดที่เปลี่ยนไป (Li et al., 2011) สำหรับการปรับตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เข้ากับนักท่องเที่ยวหลักประเทศจีนสามารถสรุปได้ดังนี้

1. อุตสาหกรรมโรงแรมและที่พัก ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโรงแรมและที่พักเป็นอุตสาหกรรมแรกที่มีการปรับตัวให้เข้ากับโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากอุตสาหกรรมโรงแรมและที่พักจะได้รับผลกระทบมากที่สุดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาด จากการศึกษาของ Li et al. (2011) เกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการน้ำดื่มร้อนและชาจีนในห้องพัก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนยังต้องการให้โรงแรมในต่างประเทศให้สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักแก่นักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเหมือนโรงแรมในประเทศจีน เช่น แปรงสีฟัน ยาสีฟัน แชมพูสระผม หวี โลชั่นบำรุงผิว ที่โกนหนวด ครีมนวดหนวด ยาขัดรองเท้า เป็นต้น ซึ่งโรงแรมควรให้บริการสิ่งต่างๆเหล่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน ส่วนใหญ่โรงแรมที่มีเครือข่ายทั่วโลกจะเป็นกลุ่มที่มีกลยุทธ์ในการปรับตัวอย่างเด่นชัด เช่น Hilton, Marriott, Westin และ Sheraton



ภาพที่ 5 สัญลักษณ์โปรแกรม Huanying ที่โรงแรม Hilton ใช้ในการบริการลูกค้าชาวจีน
ที่มา: Hilton Hotel (2013)

โรงแรม Hilton เป็นตัวอย่างกรณีศึกษาที่ดีในการปรับตัวให้เข้ากับโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน กล่าวคือ Hilton ได้ออกโปรแกรม Huanying (ตามภาพที่ 5) ซึ่งคำว่า “Huanying” เป็นภาษาจีนแปลว่า ยินดีต้อนรับ โดยโปรแกรมนี้โรงแรมออกแบบมาเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวประเทศจีน นักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อมาเข้าพักที่โรงแรม Hilton ที่มีสัญลักษณ์ Huanying จะได้รับบริการพิเศษที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวประเทศอื่น โดยโรงแรมฮิลตันเลือกสาขาที่ San Francisco เป็นแห่งแรกให้บริการนี้

โดยสัญลักษณ์จะถูกออกแบบมาใช้พื้นสีแดง เนื่องจากสีแดงเป็นสัญลักษณ์เรื่องโชคลาภของชาวจีน จึงแสดงให้เห็นว่า โรงแรมฮิลตันมีความใส่ใจในเรื่องวัฒนธรรมจีนอย่างเด่นชัด วัตถุประสงค์ของโปรแกรม Huanying คือ การให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยเฉพาะเจาะจงเพื่อให้รู้สึกเหมือนอยู่บ้านตนเองที่ประเทศจีน สำหรับบริการพิเศษของโปรแกรมนี้นี้ คือ

การบริการอาหารจีนตอนเช้าเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการรับประทานของร้อนๆ และไม่ชอบอาหารแบบตะวันตกเพราะรู้สึกว่ามีประโยชน์จากการใช้ผักน้อยในการปรุงอาหาร รวมทั้งการมีรสชาติหวานและมักจะเย็นไม่มีการอุ่นให้ร้อน นอกจากนี้ โรงแรมยังมีการให้บริการห้องเลาจน์พิเศษสำหรับพักผ่อน การให้บริการห้องสปาแบบจีน การจ้างพนักงานที่สื่อสารภาษาจีนได้มาให้บริการ การตกแต่งห้องด้วยโคมสีส้มและสีแดงเลือดหมูเพื่อสื่อให้เห็นถึงความเป็นมงคล ปัจจุบันโรงแรมฮิลตันได้ใช้โปรแกรม Huanying ในโรงแรม 69 แห่ง ใน 23 ประเทศ สาขาโรงแรมฮิลตันหลายแห่งในประเทศไทยก็ได้ใช้โปรแกรมนี้อีกในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น สาขาพัทยา (ตามภาพที่ 6) สาขาเกาะสมุย สาขาสุโขทัย เป็นต้น ดังนั้น การปรับตัวของผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยให้เข้ากับโครงสร้างตลาดจึงเห็นได้ชัดเจนเฉพาะในกรณีโรงแรมฮิลตันเท่านั้น



ภาพที่ 6 การประกาศใช้โปรแกรม Huanying ของโรงแรมฮิลตัน พัทยา ประเทศไทย
ที่มา: Hilton Hotel (2013)

นอกจากนี้แล้ว โรงแรม Marriott เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งในการปรับตัว กล่าวคือ โรงแรม Marriott สอนพนักงานในประเทศสหรัฐอเมริกาพูดภาษาจีนอย่างง่ายในชีวิตประจำวัน เช่น คำทักทาย คำขอบคุณ เป็นต้น และโรงแรม Marriott ที่เมือง New York ยังได้เปลี่ยนตัวเลข 44 ที่ใช้แทนชั้นที่ 44 ในโรงแรม ด้วยตัวหนังสือแทนที่จะเขียนด้วยตัวเลข ทั้งนี้เนื่องจากเลข 4 เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงความโชคร้ายในหลายประเทศแถบเอเชีย ส่วนโรงแรม Sheraton ได้ใช้กลยุทธ์ในการปรับตัวโดยการบริการอาหารก๋วยเตี๋ยวและข้าวที่โรงแรม การมีกาน้ำชาร้อนและชาจีนให้บริการที่ห้องพัก การจ้างพนักงานที่สื่อสารภาษาจีนได้มาให้บริการ

2. ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวมีการปรับตัวให้เข้ากับโครงสร้างตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปในระดับปานกลาง จากการศึกษาของ Yu and Weiler (2001) เกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวในประเทศออสเตรเลีย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมซื้อแพคเกจทัวร์ท่องเที่ยวในออสเตรเลียเพราะมีราคาสัมเหตุสมผลและสะดวก นอกจากนี้แล้ว Li et al. (2011) ยังค้นพบว่า บริษัททัวร์ในสหรัฐอเมริกาปรับตัวโดยการปรับโปรแกรมทัวร์ให้เป็นไปตาม

ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยการจัดโปรแกรมที่ไม่เร่งรีบ ให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานท่องเที่ยวต่าง ๆ ยาวนานขึ้น จัดตารางทัวร์ที่ยืดหยุ่นมากขึ้นโดยไม่เร่งรีบในการเดินทาง นอกจากนี้แล้ว Mondou and Taunay (2012) ยังพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวบนเรือสำราญรายใหญ่ของโลก คือ Costa Cruise ได้ใช้เงินลงทุนถึง 12 ล้านยูโรในการปรับปรุงเรือสำราญให้ตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยยกเลิกพื้นที่อาบแดดไป เนื่องจากผู้หญิงจีนไม่นิยมอาบแดด จึงไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่ในส่วนนี้ และนำพื้นที่ส่วนนี้ออกแบบเป็นพื้นที่ร้านค้าสำหรับการช้อปปิ้งซื้อสินค้า พื้นที่สปา และพื้นที่คาสิโน ส่วนเรือสำราญอย่าง Royal Caribbean International (RCI) ได้ปรับตัวโดยการให้บริการอาหารจีนบนเรือและการจ้างพนักงานที่สื่อสารภาษาจีนได้มาให้บริการ

3. ห้างสรรพสินค้าและร้านขายของฝาก จากการศึกษาของ Li et al. (2011) พบว่า การปรับตัวของห้างสรรพสินค้าให้เข้ากับโครงสร้างตลาดที่เปลี่ยนแปลงยังอยู่ในระดับต่ำ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการช้อปปิ้งจับจ่ายซื้อสินค้านั้น ชาวจีนจะชอบซื้อสินค้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียง ให้แก่ตนเองและเป็นของฝาก สำหรับการปรับตัวของห้างสรรพสินค้าให้เข้ากับโครงสร้างตลาดที่เปลี่ยนแปลง จะพบเพียงการใช้กลยุทธ์การจ้างพนักงานที่สื่อสารภาษาจีนได้มาให้บริการลูกค้า ซึ่งห้างสรรพสินค้าชื่อดังของอังกฤษ คือ Selfridges ได้ใช้กลยุทธ์นี้โดยการจ้างพนักงานที่สื่อสารภาษาจีนจำนวน 10 คน มาให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน

4. ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจขนส่งในกลุ่มประเทศตะวันตกได้รับผลกระทบน้อยมากจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนมีความพึงพอใจสูงต่อระบบคมนาคมขนส่งในกลุ่มประเทศตะวันตกที่ตรงเวลา ปลอดภัย และสะอาด นอกจากนี้แล้ว นักท่องเที่ยวชาวจีนยังพึงพอใจต่อตัวเลือกเดินทางแบบ One-day pass ที่สามารถขึ้นดีทั้งรถไฟ รางโดยสารประจำทาง รถไฟ และเรือ (Li et al., 2011) ดังนั้น กลุ่มประเทศในแถบเอเชียควรปรับปรุงในเรื่องระบบคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ที่ให้นักท่องเที่ยวจีนเกิดความพึงพอใจในระดับสูง

ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมจึงเป็นธุรกิจที่ปรับตัวมากที่สุดเมื่อโครงสร้างตลาดท่องเที่ยวเปลี่ยน และธุรกิจขนส่งมีการปรับตัวน้อยที่สุด ซึ่งสามารถสรุปกลยุทธ์การปรับตัวได้ตามตารางที่ 30 ดังนี้

ตารางที่ 30 การปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาด

ประเภทธุรกิจ	ระดับการปรับตัว	กลยุทธ์การปรับตัว
โรงแรมและที่พัก	สูง	ปรับปรุงลักษณะทางกายภาพ ปรับปรุงการให้บริการ โดยเฉพาะ จ้างพนักงานที่สามารถพูดภาษาจีนได้
ธุรกิจนำเที่ยว	ปานกลาง	ปรับโปรแกรมทัวร์ให้ยืดหยุ่นไม่เร่งรีบ ให้เวลาให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ยาวนานขึ้น
ห้างสรรพสินค้า	ต่ำ	จ้างพนักงานที่สามารถพูดภาษาจีนได้
ขนส่ง	ต่ำ	ยังไม่ชัดเจนแต่มีข้อเสนอแนะในการปรับตัวโดยออกแบบระบบขนส่งที่ตรงต่อเวลา ปลอดภัย สะอาด และการให้บริการตัว One-day pass สำหรับนักท่องเที่ยว

4.2.5 การปรับตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างตลาดท่องเที่ยว: กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย

สำหรับตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการไทยที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างตลาดนั้น ยังเห็นไม่ชัดเจน อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการสำรวจวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการไทยและสิ่งที่ผู้ประกอบการอยากจะทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการเพื่อการปรับตัวให้เข้ากับโครงสร้างตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป (พงศธร เกษสำลี, 2556) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

- ฝึกฝนและพัฒนาทักษะทางด้านภาษาและการสื่อสารให้พนักงาน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะใช้วิธีนี้มากที่สุดในการปรับตัว อย่างไรก็ตาม จังหวัดกระบี่ยังขาดผู้เชี่ยวชาญด้านภาษารัสเซียและจีนที่จะเข้ามาฝึกอบรมให้แก่บุคลากรภาคท่องเที่ยว
- ออกกฎระเบียบและประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวทราบและปฏิบัติตาม โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม มีการออกกฎระเบียบต่างๆ เช่น การห้ามหยิบฉวยสิ่งของในห้องพักออกไป การห้ามส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่น
- ประชาสัมพันธ์ให้ทุกคนช่วยกันรักษาความสะอาดสถานที่ท่องเที่ยว
- แนะนำมารยาททางสังคมไทยที่ดีต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้เข้าใจในบริบทความเป็นไทย

ทั้งนี้ สิ่งที่ผู้ประกอบการอยากจะทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการเพื่อการปรับตัวให้เข้ากับโครงสร้างตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

- จัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านภาษามาฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการและคนในชุมชน และจัดหามัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับค่านิยม วัฒนธรรมไทยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าใจก่อนเดินทางเข้ามาเที่ยวในไทย
- กำหนดและประกาศกฎระเบียบ ข้อห้าม และข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้รับทราบและปฏิบัติตาม
- จัดทำคู่มือฝึกพูดภาษารัสเซียแบบง่ายๆ แจกให้แก่ผู้ประกอบการและคนในชุมชน
- ควบคุมการเข้ามาประกอบธุรกิจท่องเที่ยวของชาวต่างชาติอย่างเข้มงวด

อย่างไรก็ตาม ปัญหาเรื่องโครงสร้างตลาดท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปจะทวีความรุนแรงลงเนื่องจาก นโยบายของรัฐบาลจีนที่ประกาศใช้กฎหมายควบคุมรายการนำเที่ยวราคาไม่สมเหตุสมผลทั้งในจีนและต่างประเทศ หรือ ที่รู้จักในชื่อ “ทัวร์ศูนย์เหรียญ” ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2556 เป็นต้นไป ซึ่งแพ็คเกจท่องเที่ยวราคาถูก ที่เรียกว่า “ทัวร์ศูนย์เหรียญ” จะผูกเงื่อนไขบังคับให้ลูกค้าซื้อสินค้า นักท่องเที่ยวจึงถูกหลอกไปซื้อสินค้าที่โก่งราคาสูงมาก ดังนั้น การห้ามทัวร์ศูนย์เหรียญจึงส่งผลให้ราคาแพ็คเกจทัวร์มาประเทศไทยมีราคาสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (แอตต้า) ที่ประเมินไว้ว่า บริษัทนำเที่ยวในจีนเริ่มชะลอการเสนอขายแพ็คเกจนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวจีนมาไทย เนื่องจากเกรงว่าอาจจะเข้าข่ายผิดกฎหมาย และที่สำคัญ คือ กฎหมายดังกล่าวส่งผลให้ราคาแพ็คเกจทัวร์มาไทยปรับตัวสูงขึ้นเกือบเท่าตัว จากปกติแพ็คเกจละ 4,000-5,000 หยวน (ประมาณ 20,000-25,000 บาท) เป็น 7,000-8,000 หยวน (35,000-40,000 บาท) (ประชาชาติธุรกิจ, 2556) ประกอบกับการลงพื้นที่ดำเนินการสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใน

จังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่พบเห็นในพื้นที่ที่จะเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือที่เรียกว่า FIT (Foreign Individual Tourism) และมีแนวโน้มที่ตลาดกลุ่มนี้จะเติบโตมากขึ้น ดังนั้น แนวโน้มนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาประเทศไทยจึงลดลง ไม่มีปริมาณมากเหมือนเดิม ส่งผลให้ปัญหาเรื่องโครงสร้างตลาดท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงทวีความรุนแรงลดลง รวมทั้งได้มาซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีคุณภาพในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น

4.3 ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่สอดคล้องกับโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ที่เปลี่ยนแปลงไป

จากการดำเนินการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่า ปัญหาด้านผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ค่อนข้างน้อย แต่สิ่งที่เป็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่คือ ปัญหาด้านทุนมนุษย์ในจังหวัดกระบี่ทั้งในด้านปริมาณ นั่นคือ จำนวนแรงงานที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงานภาคการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และด้านคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและความสามารถในการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยปัญหาทั้งสองเกิดขึ้นจากปัญหาหลาย ๆ ด้าน โดยผลการวิจัยพบว่า ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ มีดังนี้

4.3.1 ปัญหาเรื่องด้านแรงงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จากการลงพื้นที่พูดคุย สัมภาษณ์และวิเคราะห์ปัญหาแล้วพบว่าสาเหตุสำคัญในการขาดแคลนแรงงานคือ

4.3.1.1 ปัญหาเรื่องฤดูกาลทางการท่องเที่ยว จากการลงพื้นที่พูดคุยและหารือร่วมกับผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รวมไปถึงการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับชุมชนท่องเที่ยวต่าง ๆ พบว่าปัญหาที่สำคัญที่ทำให้ขาดแคลนแรงงานคือ ฤดูกาลทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ที่มี 6 เดือน ทำให้ในช่วงนอกฤดูกาลทางการท่องเที่ยวมีความต้องการแรงงานทางการท่องเที่ยวน้อย แรงงานที่เคยทำงานในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวบางส่วนต้องถูกลดเวลาหรือค่าแรงจากการทำงาน ในขณะที่บางส่วนไม่ได้รับการต่อสัญญา ทำให้แรงงานส่วนหนึ่งเดินทางไปทำงานในเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวตลอดปี เช่น ภูเก็ต หรือเกาะสมุย เป็นต้น

4.3.1.2 ปัญหาเรื่องการจ่ายค่าตอบแทน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ระบุว่าไม่สามารถที่จะจ่ายค่าตอบแทนที่สูงให้กับแรงงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ทำให้บุคลากรที่มีประสบการณ์ย้ายออกไปทำงานในเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีค่าตอบแทนที่สูงกว่า ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เป็นแหล่งฝึกงานและสั่งสมประสบการณ์ให้กับแรงงานทางการท่องเที่ยว ก่อนที่จะย้ายไปทำงานในจังหวัดที่ใหญ่กว่า

4.3.1.3 ทักษะคติในการทำงานบริการ จากข้อมูลการจัดการเรียนการสอนในระดับอาชีวศึกษาด้านการท่องเที่ยวพบว่า ในแต่ละปี สถาบันอาชีวศึกษาในจังหวัดกระบี่สามารถผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้จำนวนมาก ประกอบกับสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ใกล้เคียงมีการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ปัญหาที่สำคัญของการขาดแคลนแรงงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่คือ การขาดทัศนคติที่ดีในการ

ทำงานบริการ ทำให้ผู้ที่จบการศึกษาทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรือใกล้เคียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่จบการศึกษาจากสถาบันการอาชีวศึกษาในจังหวัดกระบี่ไม่ต้องการที่จะทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

4.3.1.4 ค่านิยมการจบปริญญาตรี ปัญหาที่สำคัญของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่คือ ค่านิยมของคนภาคใต้ และคนส่วนใหญ่ในสังคมไทยต่อการศึกษาที่ต้องจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จึงทำให้บุคลากรที่จบการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและโรงแรมจากสถาบันการอาชีวศึกษาไม่ที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ในขณะที่ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในตำแหน่งงานเริ่มต้นต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องใช้คุณวุฒิระดับปริญญาตรี ดังนั้น จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่าปัญหาแรงงานขาดแคลนนั่น ไม่ได้ขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาตรี แต่ขาดแคลนแรงงานระดับปฏิบัติการที่ไม่จำเป็นต้องมีคุณวุฒิระดับปริญญาตรี และในขณะเดียวกัน ผู้ที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาตรี เมื่อมาทำงานในบางตำแหน่งแต่ไม่สามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งงานนั้นได้

4.3.1.5 การมีโอกาสรายได้จากอาชีพอื่น เนื่องจากปัจจุบันราคาสินค้าอาหารและปาล์มน้ำมันอยู่ในระดับค่อนข้างสูงทำให้ผู้คนในภาคใต้ที่ทำอาชีพปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมันมีรายได้สูงตามไปด้วย จึงทำให้แรงงานภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทางเลือกในการสร้างรายได้จากการปลูกยางพารา หรือปาล์มน้ำมัน ผู้ปกครองหรือตัวบุคลากรเองจึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เมื่อใดที่มีปัญหา บุคลากรเหล่านี้พร้อมที่จะลาออกเพื่อไปทำงานช่วยเหลือครอบครัวและประกอบอาชีพส่วนตัว

4.3.1.6 ศักยภาพด้านภาษาต่างประเทศ เนื่องจากปัจจุบันพบว่ามียกท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนมากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ แต่สิ่งที่เป็นปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งของแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ศักยภาพด้านภาษาต่างประเทศที่มีความจำเป็นในการใช้เพื่อพูดคุยติดต่อสื่อสารและให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและจีนมีการเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น แต่บุคลากรทั้งในภาคธุรกิจและชุมชนที่สามารถพูดภาษารัสเซียและจีนได้ยังมีไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษนั้นจะมีผลกระทบอย่างมากกับผู้ประกอบการชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว

4.3.1.7 ปัญหาด้านการบังคับใช้กฎหมาย จากปัญหาต่าง ๆ ข้างต้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้แรงงานในจังหวัดกระบี่ไม่เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่มีปัญหาคืออีกประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับภาคชุมชนท้องถิ่น นั่นคือ การบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ปัจจุบันพบว่าบริษัททัวร์หรือธุรกิจนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่และใกล้เคียงจะไม่มีมัคคุเทศก์ชาวไทยหรือ Sitting Guide ไปด้วย หรือในบางครั้ง การนำเที่ยวในพื้นที่เปราะบาง เช่น ในถ้ำเพชร หรือ ถ้ำผีหัวโตที่มีความเปราะบางและสามารถเกิดผลกระทบจากการท่องเที่ยวสูง บริษัททัวร์บางรายนำนักท่องเที่ยวเข้าไปจำนวนมากโดยไม่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไปด้วยทำให้การควบคุมดูแลนักท่องเที่ยวไม่ทั่วถึง ประกอบกับ มัคคุเทศก์ที่มาพร้อมกับคณะทัวร์ก็ยังแนะนำนักท่องเที่ยวแบบผิด ๆ และส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น เมื่อความต้องการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นน้อยลง หรือการมีมัคคุเทศก์ชาวไทยไปพร้อมกับคณะทัวร์ทำให้คนท้องถิ่นไม่สนใจและไม่ต้องการที่จะเข้ามาทำงานในส่วนนี้

4.3.1.8 ปัญหาด้านศักยภาพของบุคลากร จากการประชุมร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียพบว่า ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการพัฒนาทุนมนุษย์ในจังหวัดกระบี่ คือ ปัญหาด้านคุณภาพของบุคลากร แม้ว่าจะมีปัญหาการขาดแคลนแรงงานในระดับหนึ่ง แต่สำหรับจำนวนแรงงานที่มีนั้น

ส่วนหนึ่งต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพอย่างมากในการเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ทั้งนี้เหตุผลสำคัญประการหนึ่งคือ เมื่อบุคลากรได้รับการพัฒนาฝีมือจนมีความชำนาญระดับหนึ่งก็จะมีการโยกย้ายไปทำงานในเมืองท่องเที่ยวที่ใหญ่ขึ้นอย่างภูเก็ต ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ต้องมีการฝึกฝนและพัฒนาบุคลากรใหม่อยู่เสมอ

4.3.2 ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

4.3.2.1 ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 150 ชุด โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

4.3.2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผลการวิจัยในตารางที่ 31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เป็นผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม/ที่พักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.00 ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาเป็นผู้ประกอบธุรกิจบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.33 และเป็นผู้ประกอบธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ร้อยละ 14.00 นอกจากนั้นเป็นผู้ประกอบธุรกิจอื่น ๆ ไม่ถึงร้อยละ 10 อาทิ ผู้ประกอบธุรกิจขายของที่ระลึกร้อยละ 8.67 ผู้ประกอบธุรกิจสปา ร้อยละ 5.32 เป็นต้น โดยที่เหลือนี้อาจแตกต่างกันมาก

ตารางที่ 31 ร้อยละของประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงแรม/ที่พัก	57	38.00
บริษัทนำเที่ยว	38	25.33
ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	21	14.00
ร้านขายของที่ระลึก	13	8.67
ธุรกิจสปา	8	5.32
ร้านขายยา	4	2.67
โรงแรมและร้านอาหาร	4	2.67
บริการแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศ	3	2.00
คลินิกทันตกรรม	1	0.67
ร้านอาหารและร้านขายของชำ	1	0.67
รวม	150	100.00

ผลการวิจัยในตารางที่ 32 พบว่า สัดส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง 5 อันดับแรกนั้นเป็นนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมากที่สุด (สัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 25.75, S.D. = 28.97) รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย จากประเทศ สวีเดน นอร์เวย์ เดนมาร์ก

และฟินแลนด์ (สัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 16.66, S.D. = 22.22) นักท่องเที่ยวชาวจีน (สัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 13.57, S.D. = 22.51) นักท่องเที่ยวชาวไทย (สัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 13.07, S.D. = 22.37) และ นักท่องเที่ยวชาวเยอรมนี (สัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 9.75, S.D. = 17.32) ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยว ที่มีสัดส่วนในการเข้ามาใช้บริการน้อยที่สุด คือ ชาวเกาหลีใต้ (สัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 3.13, S.D. = 11.81) รองลงมาเป็นชาวญี่ปุ่น (สัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 3.40, S.D. = 10.08)

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

สัญชาติ	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)	S.D.
รัสเซีย	25.75	28.97
สแกนดิเนเวีย	16.66	22.22
จีน	13.57	22.51
ไทย	13.07	22.37
เยอรมนี	9.75	17.32
อังกฤษ	7.16	13.61
ออสเตรเลีย	6.70	13.57
ญี่ปุ่น	3.40	10.08
เกาหลีใต้	3.13	11.81

4.3.2.1.2 ปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานของพนักงาน

ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามโดยให้ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เลือกตอบตามมาตรวัดแบบไลเกิร์ต (Likert Scale) ซึ่งมีทั้งหมด 5 ระดับ เกี่ยวกับปัญหาหรืออุปสรรคจากการทำงานของพนักงาน โดยมีวิธีการแปลผล ดังนี้

ค่าคะแนน	ระดับของปัญหา
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

ผลการวิจัยในตารางที่ 33 พบว่า ปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานของพนักงานที่ กลุ่มตัวอย่างพบ 5 อันดับแรก คือ พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ เข้าใจรู้เรื่องมากเป็นอันดับที่ 1 ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 2.86, S.D. = 1.13) รองลงมา คือ องค์การขาดแคลนพนักงานหรือหาพนักงานมาทำงานกับองค์การได้ยาก ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 2.67, S.D. = 1.34) พนักงานไม่เข้าใจพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ในระดับน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 2.57, S.D. = 1.02) พนักงานขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบ ในระดับน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 2.49, S.D. = 1.15) และพนักงานขาดความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม ในระดับน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 2.48, S.D. = 1.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 ระดับของปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานของพนักงานในธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับความสำคัญของปัญหา	ค่าคะแนน	S.D.	ระดับความสำคัญ
พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เข้าใจเรื่อง	2.86	1.13	ปานกลาง
องค์การขาดแคลนพนักงานหรือหาพนักงานมาทำงานกับองค์การได้ยาก	2.67	1.34	ปานกลาง
พนักงานไม่เข้าใจพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยว	2.57	1.02	น้อย
พนักงานขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบ	2.49	1.15	น้อย
พนักงานขาดความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม	2.48	1.15	น้อย
พนักงานขาดเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการนักท่องเที่ยว	2.46	1.21	น้อย
พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าแก่ผู้ใช้บริการได้	2.42	1.03	น้อย
นักท่องเที่ยวไม่พอใจการให้บริการของพนักงาน	2.41	1.15	น้อย
พนักงานไม่เข้าใจกระบวนการทำงาน	2.36	1.12	น้อย
พนักงานปฏิบัติงานล่าช้า	2.27	1.17	น้อย
พนักงานไม่สามารถทำงานที่ท่านมอบหมายได้	2.24	1.08	น้อย
พนักงานลาออกจากงานจำนวนมาก	2.14	1.22	น้อย
พนักงานขาดงาน ลางานบ่อย ทำให้การทำงานสะดุด ไม่ต่อเนื่อง	2.13	1.12	น้อย
พนักงานไม่ชอบงานบริการ	2.05	1.05	น้อย

ผลการวิจัยในตารางที่ 34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ระบุว่ามีความขาดแคลนพนักงานในระดับผู้จัดการแผนกแม่บ้านมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 0.29 คน, S.D. = 0.94) รองลงมาคือ แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 0.15 คน, S.D. = 0.52) และ แผนกธุรการและบัญชี (ค่าเฉลี่ย 0.08 คน, S.D. = 0.27) ตามลำดับ ในขณะที่ ในระดับหัวหน้างานมีความขาดแคลนในแผนกสารสนเทศมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 0.15 คน, S.D. = 0.36) รองลงมาคือ แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 0.11 คน, S.D. = 0.39) และแผนกแม่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 0.09 คน, S.D. = 0.28) และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 0.09 คน, S.D. = 0.29) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยของการขาดแคลนพนักงานของธุรกิจการท่องเที่ยวในระดับผู้จัดการและหัวหน้างาน

หน่วยงาน/แผนก	ระดับผู้จัดการ		ระดับหัวหน้างาน	
	จำนวนเฉลี่ย (คน)	S.D.	จำนวนเฉลี่ย (คน)	S.D.
1. แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้า	0.15	0.52	0.11	0.39
2. แผนกแม่บ้าน	0.29	0.94	0.09	0.28

ตารางที่ 34 (ต่อ)

หน่วยงาน/แผนก	ระดับผู้จัดการ		ระดับหัวหน้างาน	
	จำนวนเฉลี่ย (คน)	S.D.	จำนวนเฉลี่ย (คน)	S.D.
3. แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	0.07	0.39	0.09	0.29
4. แผนกขายและการตลาด	0.05	0.21	0.05	0.30
5. แผนกธุรการและบัญชี	0.08	0.27	0.07	0.30
6. แผนกสารสนเทศ	0.07	0.37	0.15	0.36

ผลการวิจัยในตารางที่ 35 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ระบุว่ามีความขาดแคลนพนักงานในระดับปฏิบัติการ (ประจำ) ในแผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้า มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 0.29 คน, S.D. = 0.75) รองลงมาคือ แผนกขายและการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 0.21 คน, S.D. = 0.53) และแผนกแม่บ้าน (ค่าเฉลี่ย = 0.17 คน, S.D. = 0.56) และ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย = 0.17 คน, S.D. = 0.55) ตามลำดับ โดยในระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว) มีความขาดแคลนพนักงานในแผนกธุรการและบัญชีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 0.23 คน, S.D. = 0.98) รองลงมาคือ แผนกแม่บ้าน (ค่าเฉลี่ย = 0.19 คน, S.D. = 0.50) และ แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 0.13 คน, S.D. = 0.45) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยของการขาดแคลนพนักงานของธุรกิจการท่องเที่ยวในระดับปฏิบัติการ

หน่วยงาน/แผนก	ระดับปฏิบัติการ (ประจำ)		ระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว)	
	จำนวนเฉลี่ย (คน)	S.D.	จำนวนเฉลี่ย (คน)	S.D.
1. แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้า	0.29	0.75	0.13	0.45
2. แผนกแม่บ้าน	0.17	0.56	0.19	0.50
3. แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	0.17	0.55	0.12	0.40
4. แผนกขายและการตลาด	0.21	0.53	0.07	0.29
5. แผนกธุรการและบัญชี	0.16	0.40	0.23	0.98
6. แผนกสารสนเทศ	0.07	0.28	0.07	0.37

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่ไม่ขาดแคลนพนักงานแต่ยังมีความต้องการพนักงานระดับปฏิบัติการ (ประจำ) และพนักงานระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว) ประมาณ 1 – 3 คน เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับผลการวิจัยจากการประชุมกลุ่มย่อยพบว่า ปัญหาที่ผู้ประกอบการพบไม่ได้เป็นปัญหาในเชิงปริมาณหรือจำนวนของบุคลากร แต่เป็นปัญหาด้านคุณภาพของบุคลากรที่เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือกล่าวได้ว่าเป็นแรงงานมีฝีมือ

ผลการวิจัยในตารางที่ 36 พบว่า คุณสมบัติที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในระดับผู้บริหารที่กลุ่มตัวอย่างระบุอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยสามารถเรียงลำดับตามระดับ

ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ การมีความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบมากเป็นอันดับที่ 1 ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.23 , S.D. = 0.95) รองลงมาคือ การมีทักษะภาษาต่างประเทศในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.22, S.D. = 0.89) การมีทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.15, S.D. = 0.86) การมีทัศนคติที่ดีในงานที่รับผิดชอบในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.15, S.D. = 1.06) และทักษะการเป็นผู้นำในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.13, S.D. = 1.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยของคุณสมบัติที่จำเป็นต่อพนักงานระดับผู้บริหาร

คุณสมบัติที่จำเป็น	ค่าคะแนน	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบ	4.23	0.95	มากที่สุด
2. ภาษาต่างประเทศ	4.22	0.89	มากที่สุด
3. ทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบ	4.15	0.86	มาก
4. ทัศนคติที่ดีในงานที่รับผิดชอบ	4.15	1.06	มาก
5. ทักษะการเป็นผู้นำ	4.13	1.00	มาก
6. ทักษะการแก้ไขปัญหา	4.12	0.98	มาก
7. ทักษะการวางแผนและการจัดการ	3.99	1.10	มาก
8. ด้านอื่น ๆ	3.80	1.03	มาก
9. โปรแกรมคอมพิวเตอร์	3.78	0.96	มาก
10. วุฒิการศึกษา	3.59	1.26	มาก

ผลการวิจัยในตารางที่ 37 คุณสมบัตินี้จำเป็นต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในระดับหัวหน้างานที่กลุ่มตัวอย่างระบุอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับตามระดับความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ การมีทัศนคติที่ดีในงานที่รับผิดชอบในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.10, S.D. = 0.85) และมีทักษะในการแก้ไขปัญหาในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.10, S.D. = 0.94) เนื่องจากหัวหน้างานต้องปฏิบัติงานใกล้ชิดกับพนักงานทำหน้าที่ให้คำแนะนำปรึกษาและแก้ไขปัญหาแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาด้วย ดังนั้นทักษะการแก้ไขปัญหาจึงมีความจำเป็นแก่หัวหน้างาน รองลงมาได้แก่ หัวหน้างานควรมีทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.08, S.D. = 0.87) ควรมีความรู้ภาษาต่างประเทศ (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.04, S.D. = 0.94) และความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบ (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.01, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยของคุณสมบัติที่จำเป็นต่อพนักงานระดับหัวหน้างาน

คุณสมบัติที่จำเป็น	ค่าคะแนน	S.D.	ระดับความสำคัญ
ทัศนคติที่ดีในงานที่รับผิดชอบ	4.10	0.85	มาก
ทักษะการแก้ไขปัญหา	4.10	0.94	มาก
ทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบ	4.08	0.87	มาก
ภาษาต่างประเทศ	4.04	0.94	มาก
ความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบ	4.01	0.93	มาก
ทักษะการเป็นผู้นำ	3.92	0.95	มาก

ตารางที่ 37 (ต่อ)

คุณสมบัติที่จำเป็น	ค่าคะแนน	S.D.	ระดับความสำคัญ
ทักษะการวางแผนและการจัดการ	3.91	0.99	มาก
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	3.83	1.07	มาก
วุฒิการศึกษา	3.70	1.00	มาก
อื่น ๆ	3.58	1.16	มาก

ผลการวิจัยในตารางที่ 38 คุณสมบัติที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในระดับปฏิบัติการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับตามระดับความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ ทักษะที่ดีในงานที่รับผิดชอบ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.08, S.D. = 0.92) รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.07, S.D. = 0.91) ภาษาต่างประเทศในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.04, S.D. = 0.98) ทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.04, S.D. = 0.90) และทักษะการแก้ไขปัญหา ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.74, S.D. = 1.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยของคุณสมบัติที่จำเป็นต่อพนักงานระดับปฏิบัติการ

คุณสมบัติที่จำเป็น	ค่าคะแนน	S.D.	ระดับความสำคัญ
ทัศนคติที่ดีในงานที่รับผิดชอบ	4.08	0.92	มาก
ความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบ	4.07	0.91	มาก
ภาษาต่างประเทศ	4.04	0.98	มาก
ทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบ	4.04	0.90	มาก
ทักษะการแก้ไขปัญหา	3.74	1.03	มาก
อื่น ๆ	3.67	1.21	มาก
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	3.40	1.32	น้อย
ทักษะการวางแผนและการจัดการ	3.38	1.21	น้อย
วุฒิการศึกษา	3.22	1.37	น้อย
ทักษะการเป็นผู้นำ	3.11	1.34	น้อย

4.3.2.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ มีความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ ดังนี้

4.3.2.2.1 หลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ในอดีตการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เคยพัฒนาสถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (สทท.) เพื่อพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการด้านบุคลากรของภาคอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว แต่ภายหลัง ไม่ได้มีการดำเนินการในส่วนนี้ต่อ ทั้งนี้จากปัญหาด้านทุนมนุษย์จังหวัดกระบี่ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้น ผู้ประกอบการจึงต้องการหลักสูตรฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวที่มีใบรับรองการจบหลักสูตรที่สามารถนำไปใช้ในการสมัครงานในตำแหน่งต่าง ๆ โดยที่ผู้ที่สามารถเข้า

รับการฝึกอบรมนี้ได้ไม่จำเป็นต้องจบการศึกษาทางการท่องเที่ยวหรือโรงแรม เพื่อเป็นการป้องกันคนเข้าสู่ตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่

ซึ่งแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมและการจัดการสามารถจำแนกเป็นหลายระดับ เช่น ระดับปฏิบัติการ ระดับหัวหน้างาน ระดับผู้จัดการ ดังตารางที่ 39 โดยในแต่ละระดับอาจจะจำแนกเป็นระดับปฏิบัติการ 1 สำหรับผู้ที่ต้องการทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ หลังจากจบการฝึกอบรมจะได้รับใบประกาศนียบัตรจากหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการฝึกอบรมที่สามารถนำไปสมัครงานได้ โดยในระดับปฏิบัติการนี้ยังมีหลักสูตรอื่น ๆ เพิ่มเติมที่จำเป็นต่อการทำงานในระดับปฏิบัติการ อาทิ ระดับปฏิบัติการ 2 ระดับปฏิบัติการ 3 เป็นต้น ทั้งนี้ จะต้องมีการกำหนดว่าผู้ที่จบการฝึกอบรมและได้รับประกาศนียบัตรในระดับปฏิบัติการครบทุกระดับจึงจะสามารถสมัครเข้าฝึกอบรมในตำแหน่งหัวหน้างานได้ เช่นเดียวกันกับในระดับผู้จัดการที่บุคลากรต้องจบหลักสูตรฝึกอบรมในระดับหัวหน้างานก่อน อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้จะสำเร็จได้หากได้รับความร่วมมือและเห็นชอบร่วมกันจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และสมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมในจังหวัดกระบี่ในการรับรองคุณภาพหลักสูตร และรับรองใบประกาศนียบัตรเป็นหลักฐานในการสมัครเข้าทำงาน

ตารางที่ 39 โครงร่างแนวทางการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรทางการท่องเที่ยว

ระดับปฏิบัติการ	ระดับหัวหน้างาน	ระดับผู้จัดการ
ระดับปฏิบัติการ 1	ระดับหัวหน้างาน 1	ระดับผู้จัดการ 1
ระดับปฏิบัติการ 2	ระดับหัวหน้างาน 2	ระดับผู้จัดการ 2
ระดับปฏิบัติการ 3	ระดับหัวหน้างาน 3	ระดับผู้จัดการ 3
มีคุณสมบัติที่จะอบรมในระดับหัวหน้างาน	มีคุณสมบัติที่จะอบรมในระดับผู้จัดการ	

ทั้งนี้ หลักสูตรฝึกอบรมนี้สามารถปรับให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาอาชีพ (career development) ของธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวที่สามารถวางแผนการพัฒนาศักยภาพและเตรียมการเข้าสู่ตำแหน่งระดับหัวหน้างานและผู้จัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม หลักสูตรฝึกอบรมนี้ยังรวมไปถึงหลักสูตรด้านภาษาต่างประเทศ หรือหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับมัคคุเทศก์ทั้งระดับท้องถิ่น (บัตรฟ้า หรือบัตรชมพู) หรือระดับชาติ (บัตรเงิน) เป็นต้น

4.3.2.2.2 การปรับทัศนคติของแรงงานในอนาคต เนื่องจากปัญหาที่สำคัญของการขาดแคลนแรงงานในจังหวัดกระบี่คือ ค่านิยมของการจบการศึกษาระดับปริญญาตรี และทัศนคติในการทำงานบริการ ตลอดจนการมีอาชีพอื่น อาทิ การปลูกยางพาราหรือปาล์มน้ำมันที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ดังนั้น นอกเหนือจากการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมในระดับต่าง ๆ แล้ว ต้องมีการปรับทัศนคติของผู้ที่กำลังศึกษาด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ตลอดจนนักเรียนตั้งแต่ระดับประถมศึกษาไปจนถึงมัธยมศึกษาให้เห็นคุณค่าและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ตลอดจนคุณค่าและประโยชน์ในการทำงานในภูมิลำเนาของตนเอง การดำเนินการในส่วนนี้เป็นการแก้ไขปัญหายาวไกลที่จะทำให้แรงงานเกิดความต้องการที่จะทำงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากขึ้น

4.3.3 แนวทางการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่

จากการประชุมกลุ่มย่อยและข้อมูลความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้เสียในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่พบว่าสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียในจังหวัดกระบี่ต้องการเพื่อแก้ปัญหาหรือลดผลกระทบในด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ คือหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ รวมทั้งแนวทางการบริหารจัดการหลักสูตร รวมไปถึงศูนย์ฝึกอบรมที่สามารถรับรองคุณภาพและมีใบประกาศนียบัตรรับรองความสามารถที่สามารถนำไปใช้ในการสมัครงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ทันที ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อยมาพัฒนาแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวโดยเป็นการปรับจากแผนงานเดิมที่จะเก็บข้อมูลจากพนักงานซึ่งผลที่ได้รับจะเป็นความต้องการพัฒนาตนเอง แต่ผู้วิจัยต้องการความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในมุมมองของผู้ประกอบการ ทั้งในด้านปัญหาที่เผชิญ การขาดแคลนแรงงาน คุณสมบัติที่ต้องการในแต่ละตำแหน่งและระดับงานที่แม้ว่าในเชิงปริมาณจะไม่ขาดแคลนมากนัก และดำเนินการวิจัยแบบสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พัฒนาโครงสร้างหลักสูตรก่อนที่จะนำมาพัฒนาร่างหลักสูตรโดยอาศัยข้อมูลจากความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ข้อมูลด้านการฝึกอบรมพัฒนาฝีมือแรงงานของแรงงานจังหวัดกระบี่ และข้อตกลงว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติบุคลากรวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Multiple Recognition Arrangement on Tourism Professional: MRA) หลังจากได้รับคำแนะนำและข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับร่างหลักสูตร ผู้วิจัยได้นำไปดำเนินการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

4.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

จากการดำเนินการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เพื่อกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยมี 2 แนวทางที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ การจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในจังหวัดกระบี่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.4.1 การจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

จากผลกระทบด้านบวกและด้านลบที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และกรณีศึกษาการจัดการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ผู้วิจัยสามารถนำเสนอแนวทางในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ดังนี้

4.4.1.1 การยึดมั่นในตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพที่มีชื่อเสียงระดับโลก ตามที่ทุกภาคส่วนในจังหวัดกระบี่ได้ร่วมกับกำหนดปณิธานการท่องเที่ยวจังหวัด

กระบี่ ด้วยเหตุนี้ การขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่จึงต้องมุ่งเน้นไปสู่การจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาติใดเมื่อต้องการที่จะท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ก็ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่จึงต้องยึดมั่นในปณิธานการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่โดยร่วมกันขับเคลื่อนและผลักดันให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มุ่งไปสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพที่มีชื่อเสียงระดับโลกอย่างแท้จริง

4.4.1.2 การสร้างการรับรู้หรือพัฒนาโปรแกรมสื่อความหมายการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบ ไม่ว่าจะเป็นสนามบินนานาชาติจังหวัดกระบี่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่ ธุรกิจท่องเที่ยว รวมไปถึงชุมชนที่ดำเนินการท่องเที่ยวชุมชนควรพัฒนาโปรแกรมสื่อความหมายเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมแนวทางการปฏิบัติตัวในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี (Good Tourists' Code of Conduct) ดังเช่นกรณีตัวอย่างของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มีการจัดทำเอกสารในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเป็นภาษาจีน รวมทั้งจัดพื้นที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวและจัดรถบริการนำเที่ยวในมหาวิทยาลัย โดยกำหนดค่าบริการที่ชัดเจน ผลที่เกิดขึ้นคือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาลดน้อยลง

4.4.1.3 การจัดทำขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying of Capacity) ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในจังหวัดกระบี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความเปราะบางและสามารถเสื่อมโทรมหรือเสียหายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ หมู่เกาะพีพี ทะเลแหวก เกาะปอดะ สุสานหอย 75 ล้านปี ถ้ำต่าง ๆ ในอำเภออ่าวลึก น้ำตกร้อน สรรพภค เป็นต้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องเร่งดำเนินการจัดทำขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

4.4.1.4 การจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อม แนวทางหนึ่งในการลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลนั้น ควรมีการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง เพื่อเป็นการดำเนินการต่อเนื่องจากการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยว และดำเนินการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อม โดยนำเงินที่ได้รับไปเป็นกองทุนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

4.4.1.5 การพัฒนาศักยภาพในการสื่อสารของบุคลากรทางการท่องเที่ยว เนื่องจากปัญหาที่สำคัญของการท่องเที่ยวคือ บุคลากรทางการท่องเที่ยวไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยมีภาษาเป็นอุปสรรค ทำให้เกิดปัญหาการนำผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นคนชาติเดียวกันเข้ามาให้บริการ และส่งผลต่อปัญหาการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวที่ไม่ได้เข้าถึงคนในท้องถิ่นมากนัก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้สามารถสื่อสารและบริการนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4.1.6 การบังคับใช้กฎหมาย หลังจากที่ได้มีการดำเนินการตามแนวทางต่าง ๆ ข้างต้น สิ่งที่สำคัญที่สุดอีกประการหนึ่งคือ การบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อจัดการกับผู้ฝ่าฝืนหรือละเมิด รวมทั้งการควบคุมการจัดตั้งธุรกิจใหม่ที่มีผู้ลงทุนเป็นชาวต่างชาติให้รัดกุมและรอบคอบ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดเพื่อให้การดำเนินการ

ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นไปตามแนวทางที่วางไว้ ซึ่งรวมถึงกฎหมายในการควบคุมให้มีมัคคุเทศก์ชาวไทย (Sitting Guide) เดินทางไปพร้อมกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หากไม่มีมัคคุเทศก์ชาวไทยไปด้วยจะมีความผิดทางอาญา เป็นต้น

4.4.1.7 การออกแบบการบริการที่ยืดหยุ่น เนื่องจากการดำเนินการธุรกิจ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องคงไม่สามารถที่จะปฏิเสธนักท่องเที่ยวได้หากนักท่องเที่ยวมีความต้องการหรือเดินทางมาใช้บริการ ดังนั้น ทางเดียวที่สามารถกระทำได้คือ การจัดการบริการที่ยืดหยุ่นด้วยการกำหนดระยะเวลาในการให้บริการ หรือพื้นที่ในการให้บริการเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหรือรัสเซีย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการหลายแห่งในจังหวัดกระบี่ใช้วิธีการประสานงานกับมัคคุเทศก์ที่นำนักท่องเที่ยวชาวจีนเกี่ยวกับระยะเวลาในการรับประทานอาหารเข้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือ การจัดพื้นที่บริการเฉพาะแยกกลุ่มจากนักท่องเที่ยวยุโรปเพื่อลดโอกาสในการเผชิญหน้า

4.4.1.8 การปรับปรุงระบบการศึกษา เนื่องจากปัจจุบันการผลิตบัณฑิตทางการท่องเที่ยวและโรงแรมของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ นั้นเป็นการพัฒนาโดยแยกอิสระอย่างชัดเจนทำให้ขาดการวางแผนเชิงบูรณาการถึงระดับการเปิดรับนักศึกษาและการผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการและความต้องการของผู้ประกอบการ ดังนั้น ต้องมีการประชุมและจัดทำแนวปฏิบัติร่วมกันถึงการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อให้ทุนมนุษย์ที่มีศักยภาพตามวุฒิการศึกษาที่ได้รับ

4.4.2 หลักสูตรพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่

ในการพัฒนาหลักสูตรพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการพัฒนา 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณสมบัติอื่น ๆ หรือ KSAO (Knowledge, Skills, Ability, and Others) มาประยุกต์กับข้อมูลความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หลักสูตรพัฒนาฝีมือแรงงานด้านการท่องเที่ยว และข้อตกลงว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (MRA) โดยมีหลักสูตรจำแนกออกเป็นหลักสูตรสำหรับพนักงานโรงแรม หลักสูตรสำหรับพนักงานขับรถหรือยานพาหนะต่าง ๆ และหลักสูตรสำหรับมัคคุเทศก์ และมีการกำหนดระดับที่แตกต่างกันตามความจำเป็นในตำแหน่งงาน

สำหรับกระบวนการพัฒนาหลักสูตร เริ่มต้นดำเนินการประชุมร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพื่อร่วมกำหนดทิศทางและแนวทางการพัฒนาหลักสูตร โดยผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและนำไปประชุมร่วมกันอีกครั้งเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ได้แสดงความคิดเห็น ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.4.2.1 หลักสูตรฝึกอบรมจำแนกตามตำแหน่งงานในธุรกิจโรงแรมที่พัก และร้านอาหาร

ในแต่ละตำแหน่งงานมีข้อกำหนด และรายละเอียดหลักสูตรฝึกอบรมที่กำหนดไว้ในแต่ละตำแหน่งงานตามแผนกต่าง ๆ ในธุรกิจโรงแรมที่พัก รวมไปถึงร้านอาหาร ดังนี้

4.4.2.1.1 แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) ประกอบไปด้วยตำแหน่งงานทั้งหมด 6 ตำแหน่ง ได้แก่ ผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟ พนักงานเสิร์ฟ พนักงานเสิร์ฟอาวุโส ประจำเซต พนักงานเก็บเงินหรือแคชเชียร์ พนักงานประจำบาร์ขายเหล้า และผู้จัดการห้องอาหาร โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 40

ตารางที่ 40 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับแผนกอาหารและเครื่องดื่ม

ตำแหน่ง	หลักสูตรฝึกอบรม				เฉพาะทาง (Elective)
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับ บริหาร	
FOB101 ผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟ	✓	-	-	-	-
FOB201 พนักงานเสิร์ฟ	✓	✓	-	-	1. เทคนิคการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม 2. เทคนิคการจัดโต๊ะอาหาร
FOB202 พนักงานเสิร์ฟอาวุโสประจำเขต	✓	✓	-	-	1. เทคนิคการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม 2. เทคนิคการจัดโต๊ะอาหาร 3. การรับและการจัดการ Order 4. เทคนิคการบริการลูกค้า
FOB203 พนักงานเก็บเงินหรือแคชเชียร์	✓	-	-	-	1. ความรู้เบื้องต้นทางบัญชีและการเงิน 2. การใช้เครื่องบันทึกการเก็บเงิน (POS)
FOB204 พนักงานประจำบาร์ชายเหล่า	✓	✓	-	-	1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2. เทคนิคการผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3. เทคนิคการจัดบาร์ 4. เทคนิคการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม
FOB301 ผู้จัดการห้องอาหาร	✓	✓	✓	✓	1. การใช้ Program สำนักงาน เช่น Microsoft Office

FOB101 ผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟ (Commis Waiter/Commis Waitress/ Bus Boy/Bus Girl)

มีหน้าที่ช่วยจัดเตรียมโต๊ะอาหาร นำอาหารจากครัวมาที่ห้องอาหาร จัดเก็บโต๊ะและอุปกรณ์ที่ลูกค้าใช้บริการเรียบร้อยแล้ว รวมถึงการทำความสะอาดห้องอาหาร

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตายิ้มแย้ม

- มีมนุษยสัมพันธ์และมีทักษะในการติดต่อสื่อสารลูกค้า
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

FOB201 พนักงานเสิร์ฟ (ชาย Waiter/หญิง/Waitress) พนักงานเสิร์ฟเหล้า (Wine Waiter/Wine Waitress หรือ Sommelier)

มีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า จัดโต๊ะเก้าอี้และอุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะ จัดห้องอาหารให้สวยงาม คอยให้บริการลูกค้า เช่น แนะนำรายการอาหาร รับรายการสั่งอาหาร เสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม การตกแต่งอาหาร เป็นต้น อยู่ใกล้ลูกค้าหรือในบริเวณที่ลูกค้ามองเห็นได้ง่าย ทำหน้าที่เก็บโต๊ะ ทำความสะอาดห้องอาหาร เก็บเงินค่าอาหารและนำส่งแคชเชียร์ นำใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้า

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกดี สุภาพ เป็นกันเอง หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส
- มีมนุษยสัมพันธ์และมีทักษะในการสื่อสารลูกค้า
- ทำงานคล่องแคล่ว และรอบรู้ในงานที่ตัวเองทำอยู่
- รู้จักกาลเทศะ พร้อมทั้งจะให้บริการ
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- เทคนิคการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม
- เทคนิคการจัดโต๊ะอาหาร

FOB202 พนักงานเสิร์ฟอาวุโสประจำเขต (Station Waiter/Station Waitress หรือ Chef de Rang หรือ กัปตัน)

ทำหน้าที่ดูแลควบคุมการทำงานของพนักงานเสิร์ฟในพื้นที่ที่รับผิดชอบ ช่วยนำลูกค้าไปที่โต๊ะ และรับการสั่งอาหารจากลูกค้า รวมทั้งเสิร์ฟหรือให้บริการลูกค้าด้วยตนเอง จัดและเปลี่ยนอุปกรณ์บนโต๊ะให้เหมาะสม

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกดี สุภาพ เป็นกันเอง หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส
- มีทักษะในการติดต่อ พูดคุยกับลูกค้า
- ทำงานคล่องแคล่ว และรอบรู้ในงานที่ตัวเองทำอยู่
- รู้จักกาลเทศะ พร้อมทั้งจะให้บริการ

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 (Level III)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- เทคนิคการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม
- เทคนิคการจัดโต๊ะอาหาร
- การรับและการจัดการ Order
- เทคนิคการบริการลูกค้า

FOB203 พนักงานเก็บเงิน หรือแคชเชียร์ (Cashier)

มีหน้าที่ในการเก็บเงินและออกใบเสร็จค่าอาหารและเครื่องดื่ม

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกดี สุภาพ เป็นกันเอง หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส
- มีความละเอียด รอบคอบ
- ทำงานคล่องแคล่ว และรอบรู้ในงานที่ปฏิบัติ

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- ความรู้เบื้องต้นทางบัญชีและการเงิน
- การใช้เครื่องบันทึกการเก็บเงิน (POS)

FOB204 พนักงานประจำบาร์ชายเหล้า (Barperson, Barman/ Barmaid, Bartender)

มีหน้าที่ให้ข้อมูลลูกค้าเกี่ยวกับสุราและผสมสุราประเภทต่าง ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกดี สุภาพ เป็นกันเอง หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส
- มีทักษะในการติดต่อ พูดจากับลูกค้า มีความเป็นมิตร
- ใจเย็นและสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสุราประเภทต่าง ๆ
- มีทักษะและเทคนิคในการผสมเครื่องดื่มประเภทค็อกเทลและสุรา
- สามารถจดจำราคาและจำนวนของเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่งไปดื่ม

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- เทคนิคการผสมเครื่องตีและแอลกอฮอล์
- เทคนิคการจัดบาร์
- เทคนิคการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม

FOB301 ผู้จัดการห้องอาหาร (Restaurant Manager)

รับผิดชอบงานของห้องอาหารในทุกด้าน เป็นผู้กำหนดมาตรฐานการบริการ ดูแลให้การจัดเตรียมอาหารให้ได้ตามมาตรฐาน ดูแลตกแต่งห้องอาหารให้สะอาดและสะดวกสบาย รับจองโต๊ะต้อนรับลูกค้า ช่วยรับรายการสั่งอาหารและเครื่องดื่มจากลูกค้า เป็นผู้แก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น วางแผนตารางเวลาและการทำงานพนักงาน จัดทำและควบคุมงบประมาณ วางแผนและควบคุมการจัดซื้อ สรรหาคัดเลือกพนักงานและฝึกอบรมให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตาอึดอัด
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- ทำงานคล่องแคล่ว และรอบรู้ในงานที่ตัวเองทำอยู่
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)
- แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้
- มีความเป็นผู้นำ และทักษะในการวางแผน

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 (Level III)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับบริหาร (Management Level)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- การใช้ Program สำนักงาน เช่น Microsoft Office

4.4.2.1.2 แผนกครัว (The Kitchen) ประกอบไปด้วยตำแหน่งงานในครัวทั้งหมด 8 ตำแหน่ง ได้แก่ พนักงานทำความสะอาดในครัว กู้กฝึกหัด ผู้ช่วยกู้ก กู้กหมุนเวียน กู้ก หัวหน้าหน่วย กู้ก รองกู้กใหญ่หรือรองหัวหน้าแผนกครัว และกู้กใหญ่ หรือหัวหน้าแผนกครัว ดังแสดงในตารางที่ 41

KIT101 พนักงานทำความสะอาดในครัว (Kitchen Porter/Kitchen Assistant)

ทำหน้าที่ดูแลครัวให้สะอาดและถูกสุขลักษณะ ดูแลอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ในครัว ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตาอึดอัด
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)

- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- เทคนิคการทำความสะอาดเครื่องครัวและอุปกรณ์ครัว

KIT102 กู๊กฝึกหัด (Apprentice หรือ Trainee Chef)

ทำหน้าที่ช่วยงานต่าง ๆ ภายในครัว

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตาอึดอัด
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- สามารถใช้อุปกรณ์งานครัวได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- เทคนิคการทำความสะอาดเครื่องครัวและอุปกรณ์ครัว
- การจัดเตรียมอาหารเบื้องต้น

KIT103 ผู้ช่วยกู๊ก (Commis Chef)

เป็นผู้ช่วยในทีมของ Chef de partie ในสายงานต่าง ๆ ของครัว

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตาอึดอัด
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- สามารถใช้อุปกรณ์งานครัวได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- เทคนิคการทำความสะอาดเครื่องครัวและอุปกรณ์ครัว
- การจัดเตรียมอาหารเฉพาะทาง

ตารางที่ 41 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับแผนกครัว

ตำแหน่ง	หลักสูตรฝึกอบรม				
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับ บริหาร	เฉพาะทาง (Elective)
KIT101 พนักงานทำความสะอาดในครัว	✓	-	-	-	1. เทคนิคการทำความสะอาดเครื่องครัวและอุปกรณ์ครัว
KIT102 กู้ฝึกหัด	✓	-	-	-	1. เทคนิคการทำความสะอาดเครื่องครัวและอุปกรณ์ครัว 2. การจัดเตรียมอาหารเบื้องต้น
KIT103 ผู้ช่วยก๊วก	✓	-	-	-	1. เทคนิคการทำความสะอาดเครื่องครัวและอุปกรณ์ครัว 2. การจัดเตรียมอาหารเฉพาะทาง
KIT104 กู้หมุนเวียน	✓	-	-	-	1. เทคนิคการทำความสะอาดเครื่องครัวและอุปกรณ์ครัว 2. การจัดเตรียมอาหารเฉพาะทาง
KIT105 กู้	✓	-	-	-	1. เทคนิคการทำความสะอาดเครื่องครัวและอุปกรณ์ครัว 2. การจัดเตรียมอาหารเฉพาะทาง
KIT201 หัวหน้าหน่วยก๊วก	✓	✓	-	-	1. การจัดเตรียมอาหารเฉพาะทาง 2. การให้คำปรึกษาในการจัดเตรียมอาหาร
KIT202 รองหัวหน้าแผนกครัว หรือรองก๊วกใหญ่	✓	✓	✓	-	1. การให้คำปรึกษาในการจัดเตรียมอาหาร 2. การใช้ Program สำนักงาน เช่น Microsoft Office
KIT301 หัวหน้าแผนกครัวหรือก๊วกใหญ่	✓	✓	✓	✓	1. การให้คำปรึกษาในการจัดเตรียมอาหาร 2. การใช้ Program สำนักงาน เช่น Microsoft Office

KIT104 กู้หมุนเวียน (Rellet Chef หรือ Chef Toumant)

มีหน้าที่ทำงานแทนหัวหน้าก๊วกหน่วยต่าง ๆ ที่ไม่อยู่ จึงต้องเป็นผู้ที่มีความชำนาญในงานหลาย ๆ อย่างของแผนกครัว

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตายิ้มแย้ม
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- สามารถใช้อุปกรณ์งานครัวได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- เทคนิคการทำความสะอาดเครื่องครัวและอุปกรณ์ครัว
- การจัดเตรียมอาหารเฉพาะทาง

KIT105 ก๊ัก (Cook หรือ Chef)

เป็นผู้ปรุงอาหาร และดูแลการจัดเตรียมวัตถุดิบต่าง ๆ ไว้ให้พร้อมสำหรับการปรุง

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตายิ้มแย้ม
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- สามารถใช้อุปกรณ์งานครัวได้
- ปรุงอาหารชนิดต่าง ๆ ได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- เทคนิคการทำความสะอาดเครื่องครัวและอุปกรณ์ครัว
- การจัดเตรียมอาหารเฉพาะทาง

KIT201 หัวหน้าหน่วยก๊ัก (Chef de Partie หรือ Senior chef)

รับผิดชอบในการจัดทำอาหารในกลุ่มที่ตนเองรับผิดชอบ โดยหัวหน้าหน่วยก๊ักจะมีผู้ช่วยเป็นลูกมือในการเตรียมอาหาร

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตายิ้มแย้ม
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- มีความเป็นผู้นำ
- สามารถใช้อุปกรณ์งานครัวได้
- ปรงอาหารชนิดต่าง ๆ ได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- การจัดเตรียมอาหารเฉพาะทาง
- การให้คำปรึกษาในการจัดเตรียมอาหาร (Provide Special Advice on Food)

KIT202 รองหัวหน้าแผนกครัวหรือรองก๊ักใหญ่หรือ (Second Chef or Sous Chef)

มีหน้าที่ช่วยก๊ักใหญ่ในงานด้านต่าง ๆ หรือทำงานแทนเมื่อก๊ักใหญ่ไม่อยู่ ตรวจสอบสิ่งของที่ต้องใช้ประกอบอาหาร ประสานงานกับก๊ักหน่วยต่าง ๆ ในสิ่งที่ต้องทำแต่ละวัน ดูแลการรักษาความสะอาดของครัว อบรมทีมงาน

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตาอึมแย้ม
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- มีความเป็นผู้นำ

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 (Level III)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- การให้คำปรึกษาในการจัดเตรียมอาหาร (Provide Special Advice on Food)
- การใช้ Program สำนักงาน เช่น Microsoft Office

KIT301 หัวหน้าแผนกครัว หรือก๊ักใหญ่ (Head Chef หรือ Executive Chef)

จัดการงานด้านเอกสาร จัดตารางเวลาและหน้าทำงานสำหรับพนักงานแต่ละคน และดูแลควบคุมการทำงานของพนักงาน เตรียมวัตถุดิบทั้งอาหารสด อาหารแห้งและเครื่องปรุงต่าง ๆ คิดค้นเมนูอาหาร ทั้งหลายใน ดูแลให้ห้องครัวอยู่ในสภาพที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ ดูแลควบคุมใบสั่งอาหารที่ส่งเข้ามาในแผนกครัว และควบคุมมาตรฐานของอาหารที่แผนกครัวจัดทำช่วยฝึกอบรมพนักงานในแผนกครัว

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตาอึดอึด
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- ความเป็นผู้นำ
- สามารถแก้ไขความขัดแย้งได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 (Level III)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับบริหาร (Management Level)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- การให้คำปรึกษาในการจัดเตรียมอาหาร (Provide Special Advice on Food)
- การใช้ Program สำนักงาน เช่น Microsoft Office

4.4.2.1.3 แผนกต้อนรับ (Front Office) ประกอบไปด้วยตำแหน่งงานทั้งหมด 7 ตำแหน่ง ได้แก่ เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก พนักงานเปิดประตู พนักงานต้อนรับ พนักงานสำรองห้องพัก พนักงานรับโทรศัพท์ พนักงานเก็บเงินหรือแคชเชียร์ และผู้จัดการสำนักงานส่วนหน้า ดังแสดงในตารางที่ 42

FRO101 เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก (Concierge)

มีหน้าที่อำนวยความสะดวก ช่วยเหลือแขกหรือผู้มาพัก โดยยกกระเป๋าเดินทางและสัมภาระต่างๆ อำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น จองตัวภาพยนตร์หรือละคร ตัวการแสดงต่าง ๆ ตัวเดินทาง เรียกรถให้ลูกค้า รวมทั้งแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า สำหรับแขกที่ต้องการซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดี
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้
- ให้บริการลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- ปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
- มีทักษะในการจัดการและบริหารเวลา

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)
- หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)
- การบริการขนส่งสัมภาระ (Porter Service)

ตารางที่ 42 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับพนักงานแผนกต้อนรับ

ตำแหน่ง	หลักสูตรฝึกอบรม				เฉพาะทาง (Elective)
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับบริหาร	
FRO101 เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก	✓	✓	-	-	1. การบริการขนส่งสัมภาระ
FRO102 พนักงานเปิดประตู	✓	✓	-	-	1. การดูแลความปลอดภัย
FRO103 พนักงานต้อนรับ	✓	✓	-	-	1. การต้อนรับและการให้บริการที่พักร
FRO104 พนักงานสำรองห้องพัก	✓	✓	-	-	1. การต้อนรับและการให้บริการที่พักร 2. ระบบคอมพิวเตอร์สำหรับการสำรองห้องพัก
FRO105 พนักงานรับโทรศัพท์	✓	✓	-	-	1. การต้อนรับและการให้บริการที่พักร 2. การสื่อสารทางโทรศัพท์
FRO106 พนักงานเก็บเงินหรือแคชเชียร์	✓	✓	-	-	1. ความรู้เบื้องต้นทางบัญชีและการเงิน 2. การใช้เครื่องบันทึกการเก็บเงิน (POS)
FRO301 ผู้จัดการสำนักงานส่วนหน้า	✓	✓	✓	✓	-

FRO102 พนักงานเปิดประตู (Porter)

มีหน้าที่ เปิดประตูรถยนต์แก่แขกที่ขึ้นลงรถหน้าประตูใหญ่ของโรงแรม เปิดปิดประตูโรงแรม ขณะแขกเดินเข้าออกโรงแรม พร้อม กล่าวทักทายแขกเพื่อสร้างความประทับใจ นอกจากนี้ยังให้ ข้อมูลแก่แขกเกี่ยวกับเส้นทางและสถานที่ภายในโรงแรม รวมทั้งอาจต้องดูแล ความปลอดภัยภายใน โรงแรมอีกด้วย

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดีและมีมนุษยสัมพันธ์

- มีทักษะในการสื่อสารที่ดี
- สามารถตอบคำถามและให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัยภายใต้สภาพแวดล้อมที่กดดัน เช่น เสียงดัง
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- การดูแลความปลอดภัย (Provide for the Safety of Person Risk)

FRO103 พนักงานต้อนรับ (Receptionist)

มีหน้าที่ทักทายและกล่าวต้อนรับแขก เนื่องจากเป็นบุคคลแรกที่แขกจะสนทนาด้วย ลงทะเบียนผู้เข้าพัก จัดห้องพักและมอบกุญแจห้องพักแก่แขก ตอบข้อซักถามและจัดการปัญหาที่แขกไม่พึงพอใจ รวบรวมข้อมูลค่าใช้จ่าย เช่น ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าซักรีดเสื้อผ้า และติดต่อประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ตามความต้องการของผู้เข้าพัก

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดีและมีมนุษยสัมพันธ์
- มีทักษะในการสื่อสาร เจรจาต่อรอง และแก้ไขปัญหา
- สามารถทำงานเป็นทีมได้
- ให้บริการลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- ปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
- มีทักษะในการจัดการและบริหารเวลา
- สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพภายใต้สถานการณ์กดดัน
- สามารถปฏิบัติตามคำแนะนำและข้อปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- การต้อนรับและการให้บริการที่พัก (Receive and Provide Accommodation Reception Service)

FRO104 พนักงานสำรองห้องพัก (Reservations Clerk)

มีหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับห้องพักเมื่อลูกค้าสอบถาม จัดการสำรองห้องพักแก่ลูกค้า

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดีและมีมนุษยสัมพันธ์

- มีความมั่นใจในการสื่อสารทางโทรศัพท์
- มีทักษะในการจัดการและบริหารเวลา
- ใส่ใจในรายละเอียด
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- การต้อนรับและการให้บริการที่พัก (Receive and Provide Accommodation Reception Service)
- ระบบคอมพิวเตอร์สำหรับการสำรองห้องพัก (Control Reservation or Operation Using a Computerized System)

FRO105 พนักงานรับโทรศัพท์ (Telephone Operator)

มีหน้าที่รับโทรศัพท์และจดข้อความที่มีผู้ติดต่อฝากไว้สำหรับลูกค้า ตลอดจนการโอนสายไปยังแผนกที่ลูกค้าต้องการรวมทั้งโทรศัพท์ปลุกลูกค้าตามเวลาที่ลูกค้าได้แจ้งไว้

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดีและมีมนุษยสัมพันธ์
- มีความมั่นใจในการสื่อสารทางโทรศัพท์
- มีทักษะในการจัดการและบริหารเวลา
- ใส่ใจในรายละเอียด
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- การต้อนรับและการให้บริการที่พัก (Receive and Provide Accommodation Reception Service)
- การสื่อสารทางโทรศัพท์ (Communication on the Telephone)

FRO106 พนักงานเก็บเงินหรือแคชเชียร์ (Cashier)

ทำหน้าที่จัดทำใบเสร็จรับเงินและเรียกเก็บเงินจากแขก บางแห่งให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศแก่แขกอีกด้วย

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดีและมีมนุษยสัมพันธ์
- มีความซื่อสัตย์

- ละเอียด รอบคอบ
- สามารถทำงานเป็นทีมได้

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- ความรู้เบื้องต้นทางบัญชีและการเงิน
- การใช้เครื่องบันทึกการเก็บเงิน (POS)

FRO301 ผู้จัดการสำนักงานส่วนหน้า (Front Office Manager)

มีหน้าที่ดูแลควบคุมการดำเนินงานของแผนกต้อนรับ จัดการด้านบุคลากร เช่น คัดเลือก พนักงาน ฝึกอบรม สอนงาน จัดทำงบประมาณของแผนก และควบคุมค่าใช้จ่ายตามงบประมาณที่กำหนดไว้ อาจทำหน้าที่คาดการณ์หรือพยากรณ์จำนวนผู้เข้าพักในโรงแรมอีกด้วย

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีทักษะในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ สรรหาคัดเลือก ฝึกอบรมพัฒนา พนักงาน
- ดูแลระเบียบวินัยพนักงาน และมอบหมายงาน เป็นต้น
- มีความรู้ด้านบริหารธุรกิจ เช่น การตลาด การเงิน การบัญชี
- มีทักษะด้านการสื่อสาร (วิจักษณ์ภาษาและไม่ใช่วิจักษณ์ภาษา)

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 (Level III)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับบริหาร (Management Level)

4.4.2.1.4 แผนกแม่บ้าน (House-Keeping หรือ Accommodation Service)

ประกอบไปด้วยตำแหน่งงานทั้งหมด 6 ตำแหน่งได้แก่ พนักงานดูแลห้องพัก พนักงานทำความสะอาด หัวหน้าแม่บ้าน พนักงานซักรีด หัวหน้าห้องผ้า และหัวหน้าแผนกแม่บ้าน ดังแสดงในตารางที่ 43 ดังนี้

HKP101 พนักงานดูแลห้องพัก (Cleaning Staff/Room Attendants)

มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อย และทำความสะอาดห้องพักแขก เช่น เปลี่ยนผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ทำความสะอาดห้องน้ำ จัดเตรียมอุปกรณ์และเครื่องใช้ในห้องพักให้ครบถ้วน

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดีและมีมนุษยสัมพันธ์
- ปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ภายใต้ภาวะกดดัน
- เรียนรู้และปฏิบัติตามข้อปฏิบัติของโรงแรมได้อย่างถูกต้อง

- ใส่ใจในความสะดวกและสุขอนามัย

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน (Workplace Hygiene Procedures)
- การให้บริการความสะดวกแก่ลูกค้า (Provide Housekeeping Services to Guests)
- การทำความสะอาดสถานที่และอุปกรณ์ (Clean Premises and Equipment)
- การเตรียมห้องพักสำหรับลูกค้า (Prepare Rooms for Guests)

HKP102 พนักงานทำความสะอาด (Cleaner)

มีหน้าที่ทำความสะอาดพื้นที่ภายในโรงแรมที่ใช้ร่วมกัน เช่น ทางเดินระหว่างห้องพัก ห้องโถงบันได ห้องน้ำที่ใช้ร่วมกันบริเวณโรงแรม ห้องนั่งเล่น เป็นต้น ยกหรือขนย้ายสิ่งของ เช่น เฟอร์นิเจอร์ และนำขยะไปทิ้ง

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดีและมีมนุษยสัมพันธ์
- ปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ภายใต้ภาวะกดดัน
- เรียนรู้และปฏิบัติตามข้อปฏิบัติของโรงแรมได้อย่างถูกต้อง
- ใส่ใจในความสะดวกและสุขอนามัย

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน (Workplace Hygiene Procedures)
- การให้บริการความสะดวกแก่ลูกค้า (Provide Housekeeping Services to Guests)
- การทำความสะอาดสถานที่และอุปกรณ์ (Clean Premises and Equipment)

HKP201 หัวหน้าแม่บ้าน (Head Housekeeper)

รับผิดชอบกำกับดูแล การปฏิบัติงานของพนักงานทำความสะอาดและดูแลงานด้านแม่บ้านให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ถูกต้อง ตามหลักและวิธีการปฏิบัติ ที่มาตรฐานของโรงแรมกำหนดไว้

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดีและมีมนุษยสัมพันธ์
- ปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ภายใต้ภาวะกดดัน
- เรียนรู้และปฏิบัติตามข้อปฏิบัติของโรงแรมได้อย่างถูกต้อง
- ใส่ใจในความสะดวกและสุขอนามัย

- มีทักษะในการสื่อสารและสอนงาน

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 (Level III)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน (Workplace Hygiene Procedures)

HKP103 พนักงานซักรีด (Laundry Attendant)

มีหน้าที่ซักรีดเสื้อผ้าของแขก เครื่องแบบพนักงาน ผ้าที่ใช้ในห้องพัก เช่น ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้าเช็ดตัว ผ้าห่ม เป็นต้น รวมทั้งผ้าในห้องอาหารและในห้องจัดเลี้ยง เช่น ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดปาก ผ้ามัน เป็นต้น

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดีและมีมนุษยสัมพันธ์
- ปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ภายใต้ภาวะกดดัน
- เรียนรู้และปฏิบัติตามข้อปฏิบัติของโรงแรมได้อย่างถูกต้อง
- ใส่ใจในความสะอาดและสุขอนามัย

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน (Workplace Hygiene Procedures)
- การดูแลและทำความสะอาดเสื้อผ้า

HKP202 หัวหน้าห้องผ้า (Linen Room Supervisor)

ดูแลการซักรีดเสื้อผ้าของแขก ผ้าที่ใช้ในห้องพัก ห้องอาหารและห้องจัดเลี้ยง รวมทั้งเครื่องแบบพนักงาน ควบคุมการส่งและรับคืนผ้าที่ซักแล้วให้ถูกต้อง ควบคุม ควบคุม รวมทั้งซ่อมแซมผ้าที่ชำรุด

คุณสมบัติที่ต้องการ

- บุคลิกภาพดีและมีมนุษยสัมพันธ์
- ปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ภายใต้ภาวะกดดัน
- เรียนรู้และปฏิบัติตามข้อปฏิบัติของโรงแรมได้อย่างถูกต้อง
- ใส่ใจในความสะอาดและสุขอนามัย
- มีทักษะในการสื่อสารและสอนงาน

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 (Level III)
- หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)
- ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน (Workplace Hygiene Procedures)

ตารางที่ 43 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับแผนกแม่บ้าน

ตำแหน่ง	หลักสูตรฝึกอบรม				
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับบริหาร	เฉพาะทาง (Elective)
HKP101 พนักงานดูแลห้องพัก	✓	✓	-	-	1. ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน 2. การให้บริการความสะอาดแก่ลูกค้า 3. การทำความสะอาดสถานที่และอุปกรณ์ 4. การเตรียมห้องพักสำหรับลูกค้า
HKP102 พนักงานทำความสะอาด	✓	-	-	-	1. ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน 2. การให้บริการความสะอาดแก่ลูกค้า 3. การทำความสะอาดสถานที่และอุปกรณ์
HKP201 หัวหน้าแม่บ้าน	✓	✓	✓	-	1. ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน
HKP103 พนักงานซักรีด	✓	-	-	-	1. ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน 2. การดูแลและทำความสะอาดเสื้อผ้า
HKP202 หัวหน้าห้องผ้า	✓	✓	✓	-	1. ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน
HKP203 หัวหน้าแผนกแม่บ้าน	✓	✓	✓	-	-

HKP203 หัวหน้าแผนกแม่บ้าน (Executive Housekeeper)

มีหน้าที่ตรวจสอบงานของแผนกแม่บ้านให้เป็นไปตามมาตรฐานของโรงแรม ควบคุมค่าใช้จ่ายตามงบประมาณที่กำหนดไว้ จัดตารางเวลาการทำงานของพนักงานในแผนก ฝึกอบรม สอนงาน รับผิดชอบกุญแจห้องต่างๆ ที่มอบให้แก่พนักงานในโรงแรม ควบคุมห้องเก็บอุปกรณ์ทำความสะอาด

สะอาด ประสานงานแผนกช่างหรือแผนกซ่อมบำรุงเพื่อให้ซ่อมแซมอุปกรณ์ของโรงเรือนที่ชำรุดเสียหาย

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีความรู้ในข้อปฏิบัติของโรงเรือนเป็นอย่างดี
- มีทักษะในการสื่อสารและสอนงาน
- ใส่ใจในรายละเอียด

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 (Level III)

4.4.2.1.5 แผนกช่าง

เป็นหน่วยงานอำนวยความสะดวกแก่ทั้งลูกค้าผู้มารับบริการและพนักงานแผนกอื่น ในองค์กร เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แผนกช่าง ประกอบด้วย ช่างเทคนิคและหัวหน้าช่าง ซึ่งแต่ละตำแหน่งควรผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตรในตารางที่ 44 ดังนี้

ตารางที่ 44 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับแผนกช่าง

ตำแหน่ง	หลักสูตรฝึกอบรม				
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับบริหาร	เฉพาะทาง (Elective)
TEC101 ช่างเทคนิค	✓	✓	-	-	1. การซ่อมบำรุงเครื่องมือชนิดต่างๆ
TEC201 หัวหน้าช่าง	✓	✓	✓	-	1. การซ่อมบำรุงเครื่องมือชนิดต่างๆ 2. การใช้ Program สำนักงาน เช่น Microsoft Office

TEC101 ช่างเทคนิค (Technician)

มีหน้าที่ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ดูแลระบบไฟฟ้า ระบบลิฟท์

คุณสมบัติที่ต้องการ

- มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพ เป็นกันเอง และหน้าตายิ้มแย้ม
- มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสารที่ดี
- มีจิตวิทยาในการบริการ (Service Mind)
- สามารถทำงานได้อย่างอิสระ และสามารถทำงานเป็นทีมได้
- มีความเป็นผู้นำ

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- การซ่อมบำรุงอุปกรณ์ เครื่องมือชนิดต่าง ๆ

TEC201 หัวหน้าช่าง (Chief Mechanic)

มีหน้าที่วางแผนการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ รวมทั้งระบบไฟฟ้าและระบบลิฟท์ กำกับดูแลการทำงานของช่างเทคนิค ฝึกอบรมช่างเทคนิค วางแผนการจัดซื้ออะไหล่และตรวจสอบอะไหล่คงคลังให้เพียงพอต่อการใช้งาน

หลักสูตรฝึกอบรม

- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II)
- หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 (Level III)

หลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง (Elective)

- การซ่อมบำรุงอุปกรณ์ เครื่องมือชนิดต่าง ๆ
- การใช้ Program สำนักงาน เช่น Microsoft Office

4.15.2 หลักสูตรฝึกอบรมจำแนกตามระดับงาน

โดยบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรมที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจยานพาหนะในการขนส่ง/เดินทาง (รถประจำทาง/รถตู้โดยสาร/เรือโดยสาร/รถมอเตอร์ไซด์) จะมีหลักสูตรฝึกอบรมทั้งหมด 4 ระดับ ดังนี้

หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 (Level I) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และความรู้พื้นฐานที่จำเป็นในการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 นี้เป็นหลักสูตรสำหรับผู้ที่ต้องการเข้าทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ในระดับปฏิบัติการ อาทิ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง/ยานพาหนะ เป็นต้น ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ทำงานมาก่อน โดยมีจำนวนชั่วโมงของการฝึกอบรมในหลักสูตรระดับที่ 1 จำนวน 75 ชั่วโมง

1. ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการ (6 ชั่วโมง)
2. การพัฒนาบุคลิกภาพ 1 (6 ชั่วโมง)
3. การทำงานในวัฒนธรรมที่หลากหลาย (3 ชั่วโมง)
4. ภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานในธุรกิจบริการ (30 ชั่วโมง)
5. เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับงานในธุรกิจบริการ (3 ชั่วโมง)
6. ทักษะในการสื่อสาร (6 ชั่วโมง)
7. การทำงานเป็นทีม (6 ชั่วโมง)
8. ข้อปฏิบัติด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และ สวัสดิภาพ (3 ชั่วโมง)
9. จิตวิทยาการบริการ (6 ชั่วโมง)
10. การศึกษาดูงาน (6 ชั่วโมง)

หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 (Level II) เป็นหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการซึ่งเป็นผู้ที่ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 และมีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นโรงแรมที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ร้านอาหาร ไม่น้อยกว่า 1 ปี โดยมีจำนวนชั่วโมงฝึกอบรมในระดับที่ 2 จำนวน 48 ชั่วโมง และมีรายละเอียด ดังนี้

1. การพัฒนาบุคลิกภาพ 2 (6 ชั่วโมง)
2. การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ (12 ชั่วโมง)
3. ภาษาต่างประเทศนอกเหนือจากภาษาอังกฤษ (30 ชั่วโมง)

หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 (Level III) เป็นหลักสูตรฝึกอบรมระดับการเตรียมบุคลากรในระดับซูเปอร์ไวเซอร์ (Supervisor) โดยผู้ที่เข้าสู่ตำแหน่งซูเปอร์ไวเซอร์จะต้องผ่านหลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 นี้ โดยจะต้องเป็นผู้ที่ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมในระดับที่ 2 และมีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวหลังจากผ่านการฝึกอบรมในระดับที่ 2 ไม่น้อยกว่า 1 ปี โดยหลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 มีจำนวนชั่วโมงฝึกอบรม จำนวน 42 ชั่วโมง

1. การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล (6 ชั่วโมง)
2. การตรวจสอบการปฏิบัติงาน (6 ชั่วโมง)
3. การสอนงาน (6 ชั่วโมง)
4. การประสานงานและการจัดการความขัดแย้ง (3 ชั่วโมง)
5. การจัดการความเสี่ยงในการทำงาน (3 ชั่วโมง)
6. การเป็นผู้นำและการจัดการบุคลากร (6 ชั่วโมง)
7. หลักการสร้างสุขในองค์กร (6 ชั่วโมง)
8. บัญชี การเงิน และงบประมาณ (6 ชั่วโมง)

หลักสูตรฝึกอบรมระดับบริหาร (Management Level) เป็นหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับผู้ที่อยู่ในตำแหน่งบริหารไม่ว่าจะระดับผู้จัดการมาไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมในระดับ 3 และมีประสบการณ์ทำงานในระดับซูเปอร์ไวเซอร์ไม่น้อยกว่า 2 ปี โดยมีจำนวนรวมทั้งหมด 48 ชั่วโมง และมีรายละเอียดดังนี้

1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม เช่น กฎหมายโรงแรม แพ่ง อาคาร สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม และแรงงาน (6 ชั่วโมง)
2. การจัดการและควบคุมต้นทุน (6 ชั่วโมง)
3. การบัญชีและการเงินสำหรับโรงแรม (6 ชั่วโมง)
4. การจัดการตลาดและการขาย (6 ชั่วโมง)
5. การจัดการและพัฒนาทรัพยากร (6 ชั่วโมง)
6. การจัดการข้ามวัฒนธรรม (3 ชั่วโมง)
7. ภาวะผู้นำและจริยธรรมสำหรับผู้บริหาร (3 ชั่วโมง)
8. ทักษะการแก้ปัญหาเชิงยุทธ (6 ชั่วโมง)
9. การจัดการกลยุทธ์สำหรับนักบริหาร (6 ชั่วโมง)

4.15.3 หลักสูตรฝึกอบรมอื่น ๆ

เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับหลายมิติและหลายภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางตรง หรือทางอ้อม หรือหน่วยงานสนับสนุน โดย

จากการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมนั้น ได้มีการเสนอแนะเพิ่มเติมหลักสูตรฝึกอบรมอื่น ๆ ที่จำเป็น 2 หลักสูตร ดังนี้

4.15.3.1 หลักสูตร มาตรฐานการท่องเที่ยวและบริการสำหรับพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)

ในหลักสูตรฝึกอบรมนี้จะเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของภาครัฐในฐานะเจ้าของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสำหรับการบริหารจัดการ หรือวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือระบบสนับสนุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายของหลักสูตรนี้คือ เจ้าหน้าที่ พนักงาน ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) หรือตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลในแหล่งท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อให้บุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในบริบทที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
2. เพื่อให้บุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้ในด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. เพื่อให้บุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถวางแผนและกำหนดนโยบายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและเป็นระบบ

หัวข้อการฝึกอบรม

1. ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ (6 ชั่วโมง)
2. แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (6 ชั่วโมง)
3. แนวคิดการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (3 ชั่วโมง)
4. หลักการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (12 ชั่วโมง)
5. เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (3 ชั่วโมง)
6. การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว (6 ชั่วโมง)
7. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (6 ชั่วโมง)
8. จิตวิทยาการบริการและการเป็นเจ้าภาพที่ดี (6 ชั่วโมง)
9. การศึกษาดูงาน (12 ชั่วโมง)

4.15.3.2 หลักสูตร “Train for the Trainers”

การพัฒนาหลักสูตรนี้มีจุดมุ่งหมายในระยะยาวเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์หรือบุคลากรทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ให้สามารถเป็นวิทยากรถ่ายทอดให้ความรู้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และยังเป็น การเสริมสร้างศักยภาพและโอกาสในการสร้างรายได้ของบุคลากรทางการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมายของหลักสูตรนี้คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 10 ปี หรือผ่านการฝึกอบรมในหลักสูตรทั้ง 3 ระดับ และหลักสูตรเฉพาะตำแหน่ง โดยตั้งเป้าหมายการดำเนินงานให้สามารถใช้วิทยากรที่เป็นบุคลากรในจังหวัดกระบี่ได้ทั้งหมดภายใน 3 ปี

คุณสมบัติในการเข้าร่วมฝึกอบรม

คุณสมบัติของผู้เข้าฝึกอบรมถูกกำหนดไว้ในแต่ละหลักสูตร หากผู้เข้าฝึกอบรมที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีสามารถนำผลการศึกษาในระดับปริญญาตรีมาเทียบเท่าในบางหัวข้อได้ แต่ไม่เกิน 30 % ของหัวข้อฝึกอบรม

4.15.4 เงื่อนไขการผ่านหลักสูตร

มีเวลาเข้าร่วมการฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 80 % ของหลักสูตร ผู้จบหลักสูตรจะได้รับใบประกาศนียบัตรในแต่ละระดับ

4.15.5 สถานที่ในการฝึกอบรม

สถานที่ในการฝึกอบรมจะใช้ห้องประชุมในโรงแรมภายในจังหวัดกระบี่ในการบรรยายภาคทฤษฎี สำหรับหลักสูตรเฉพาะตำแหน่งที่เป็นหลักสูตรภาคปฏิบัติจะใช้สถานที่จริงในโรงแรมในจังหวัดกระบี่ที่มีมาตรฐานเป็นสถานที่ในการฝึกอบรม

4.15.6 วิทยากร

วิทยากรที่ใช้ในการฝึกอบรมจะมีการประสานประสานระหว่างนักวิชาการที่มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ และผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งงานนั้น ๆ ที่อยู่ในโรงแรมหรือธุรกิจท่องเที่ยว

4.15.6 แนวทางการบริหารหลักสูตร

จากการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการหลักสูตรที่สามารถสรุปได้ดังนี้

1. หลักสูตรฝึกอบรมควรมีการมอบประกาศนียบัตรให้กับผู้เข้าร่วมอบรมตามหลักสูตรต่าง ๆ และควรมีการจัดการระดับของหลักสูตรเพื่อกำหนดค่าตอบแทนขั้นต่ำสำหรับใบประกาศนียบัตรแต่ละประเภท ทั้งนี้ ต้องมีระบบการติดตามและควบคุมมาตรฐานการฝึกอบรมให้มีคุณภาพได้มาตรฐานเพื่อให้สามารถจัดการระบบค่าตอบแทนกับใบประกาศนียบัตรได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากใบประกาศนียบัตรจะใช้แทนหลักฐานการศึกษาจากสถาบันการศึกษาในการสมัครงาน

2. จัดตั้งคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฝึกอบรมที่เป็นตัวแทนจากทุกภาคส่วน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ สมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ สำนักงานการท่องเที่ยวกีฬาและจังหวัดกระบี่ แรงงานจังหวัดกระบี่ และตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เพื่อร่วมกำหนดมาตรฐานหลักสูตรฝึกอบรมของธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

3. ดำเนินการโครงการนำร่อง ด้วยการจัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมกัน (MOU) กับธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจโรงแรมที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ เพื่อดำเนินการพัฒนาบุคลากร รวมทั้งมีการประเมินผลการดำเนินงานทั้งในด้านประสิทธิภาพในการทำงาน และด้านต้นทุนในการดำเนินงาน รวมไปถึงทัศนคติในการทำงานของบุคลากรที่ผ่านการฝึกอบรมจากหลักสูตรฝึกอบรมนี้

4. ดำเนินการพัฒนาวิทยากรภายในจังหวัดกระบี่เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม โดยในการดำเนินงาน 3 ปีแรกจะใช้วิทยากรจากส่วนกลางหรือจากจังหวัดท่องเที่ยวอื่น ๆ และมีการจัดฝึกอบรมหลักสูตร “Train for the Trainers” เพื่อพัฒนาวิทยากรที่เป็นบุคลากรในภาคธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยในปีที่ 4 วิทยากรที่บรรยายให้ความรู้จะเป็นบุคลากรภายในจังหวัดกระบี่ทั้งหมด

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ (SUMMARY, DISCUSSION AND RECOMMENDATIONS)

ในการศึกษาเรื่องผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดกระบี่ ศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่ สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดในจังหวัดกระบี่ที่เปลี่ยนแปลงไป และ เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรม นักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ผู้วิจัยเก็บ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และความต้องการทุน มนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 150 ชุด นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อยผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมทั้งความ ต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยสามารถสรุปผล และอภิปราย ผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย (Summary)

ผลการวิจัยเรื่อง ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 33 ปี 6 เดือน 21 วัน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,925.52 บาท ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาขั้นต่ำในระดับ ปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชนมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพ สมรสโสดและสมรสแล้วไม่แตกต่างกันมากนัก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็น นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมากที่สุด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปอื่น ๆ และนักท่องเที่ยวจาก ประเทศจีน ตามลำดับ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ใน ภาคใต้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจังหวัดกระบี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย และส่วนใหญ่ไม่เดินทางไป แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอีกต่อไป ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดกระบี่กับกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักมากที่สุด รองลงมาคือ เดินทางมาสองคนกับสามี ภรรยา หรือ คู่รัก และมีจำนวนสมาชิกที่เดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.18 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่ง เดินทาง ไปท่องเที่ยวในหมู่เกาะพีพีเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมาคือ การท่องเที่ยว 4 เกาะทะเลแหวก หาด นพรัตน์ธารา ถนนคนเดิน และสระมรกต ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด กระบี่ โดยเฉลี่ย 2.47 ครั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลถึงการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่อีกว่า

เป็นเพราะความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา มากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียง ความนิยม การบอกต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด โดยสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างไปพักค้างมากที่สุดคือ โรงแรม โดยมีจำนวนวันพักค้างเฉลี่ย 6.68 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 1,499.02 บาท ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งเดินทางไปจังหวัดกระบี่ด้วยเครื่องบิน รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัว โดยการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดกระบี่ นักท่องเที่ยวใช้รถสองแถวมากที่สุด

5.1.1.1 รูปแบบการดำรงชีวิตของนักท่องเที่ยว

ในการวิเคราะห์จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวนั้น ผู้วิจัยดำเนินการจัดกลุ่มโดยอาศัยแนวคิดรูปแบบการดำรงชีวิตทางการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น ผลการวิจัยพบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยว 5 กิจกรรมแรกที่กลุ่มตัวอย่างดำเนินการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ได้แก่

อันดับ 1 เล่นน้ำทะเลตามชายหาดและเล่นน้ำตก ระดับค่อนข้างมาก ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.96

อันดับ 2 ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียงของเมือง ระดับค่อนข้างมาก ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.61

อันดับ 3 พักผ่อนและทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ภายในบริเวณโรงแรมที่พักหรือบริเวณใกล้เคียง พักผ่อนอย่างเงียบ ๆ เป็นส่วนตัวไม่ยุ่งวาย ระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08

อันดับ 4 ช้อปปิ้ง ชื้อของกิน ของที่ระลึก ของฝาก

อันดับ 5 ช้อปปิ้ง เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดิน ระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.02

สำหรับ ความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง 5 อันดับแรก มีดังนี้

อันดับ 1 การท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มความรู้ ทักษะ ความสามารถและประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น ทัศนศึกษา ดูงาน เที่ยวและเรียนภาษา ฯลฯ ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.40

อันดับ 2 สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยไปมาก่อน ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21

อันดับ 3 สถานที่ท่องเที่ยวที่ยังคงสภาพดั้งเดิมไว้มากที่สุด ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.19

อันดับ 4 การท่องเที่ยวต่างประเทศ ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.13

อันดับ 5 สถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไปแล้ว มีความคุ้นเคยและปลอดภัย ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.12

โดยความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 5 ลำดับแรก ได้แก่

อันดับ 1 การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ในระดับค่อนข้างมาก ค่าคะแนนเฉลี่ย 5.22

อันดับ 2 เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน ในระดับค่อนข้างมาก ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.48

อันดับ 3 เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.21, S.D. = 2.03

อันดับ 4 การท่องเที่ยวแบบเดินทางไปกันเอง ไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15

อันดับ 5 เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย = 4.14

5.1.1.2 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 96.98 จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่อีกอย่างแน่นอน โดยกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.00 จะกลับมาท่องเที่ยวอีกอย่างแน่นอน และอีกร้อยละ 46.98 อาจจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 62.18 จะมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดกระบี่อีกเนื่องจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 11.92

5.1.1.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ซึ่งในขั้นตอนแรกต้องมีการวิเคราะห์สกัดตัวแปรด้วยวิธีการ Factor Analysis พร้อมทั้งหาค่า Factor Score เพื่อนำไปวิเคราะห์จัดกลุ่มต่อไป โดยการวิเคราะห์สกัดตัวแปรนั้น ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดด้านรูปแบบการดำรงชีวิตเป็นแนวทางในการวิเคราะห์สกัดตัวแปรตามหลักการ AIO ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น โดยมีผลการสกัดตัวแปร ได้ดังนี้

ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด 31 ตัวแปร สามารถนำมาจัดกลุ่มองค์ประกอบได้ทั้งหมด 7 องค์ประกอบ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผจญภัย (Adventure) เป็นกลุ่มที่เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องใช้ทักษะและพละกำลังในการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นบันจี้จัมพ์ เพนทบอล การปีนเขา ขี่จักรยาน การส่องสัตว์ดูนก รวมไปถึงการล่องแก่ง เดินป่า ขี่จักรยานเสือภูเขาเพื่อศึกษาธรรมชาติ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นการเรียนรู้ (Learning) เป็นกลุ่มที่เน้นการเยี่ยมชม ศึกษาเรียนรู้จากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเยี่ยมชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ การศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณี และเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หรือโบราณสถาน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มเน้นการผ่อนคลาย (Relax) เป็นกลุ่มที่เน้นความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจจากการท่องเที่ยว โดยมุ่งหวังความสุขและเพลิดเพลินใจจากการท่องเที่ยว ไม่จะเป็นการท่องเที่ยวสถานบันเทิง การร่วมงานปาร์ตี้ การนวดแผนไทย เข้าสปาเพื่อผ่อนคลาย รวมถึงการท่องเที่ยวในตัวเมือง

กลุ่มที่ 4 กลุ่มทำงานและท่องเที่ยว (Work & Travel) เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวในระหว่างหรือภายหลังการประชุม สัมมนา โดยเน้นกิจกรรมไหว้พระ ทำบุญ การชมการแสดง ชมภาพยนตร์ การพูดคุยกับชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการทัศนศึกษาและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

กลุ่มที่ 5 กลุ่มเที่ยวสบาย (Low Profile Tourist) เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อชิมอาหาร และซื้อสินค้าต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ใช้เวลาส่วนใหญ่ในโรงแรมที่พักหรือใกล้เคียง

กลุ่มที่ 6 กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ (Experience) เป็นกลุ่มที่เน้นการนั่งรถชมวิวยไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อถ่ายภาพที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์

กลุ่มที่ 7 กลุ่มกิจกรรมทางน้ำ (Water Activities) เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบและให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทะเลและชายหาด การดำน้ำตื้นแบบสน็อกเกิ้ลผิวน้ำ การดำน้ำลึกแบบสคูบ้า รวมถึงการเล่นน้ำตก

ในส่วนของความสนใจ จากตัวแปรทั้งหมด 23 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบได้ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก (Active Tourist) เป็นกลุ่มที่เน้นการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยที่ตนเองมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการเรียนรู้ประสบการณ์แปลกใหม่ หรือกล่าวได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่เน้นทั้งการได้รับประสบการณ์ การเรียนรู้กับสิ่งใหม่ ๆ ยังรวมไปถึงความตื่นเต้นท้าทายที่นักท่องเที่ยวอาจจะต้องใช้แรง หรือใช้ทักษะ รวมถึงความพยายาม

กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Tourist) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นความสงบเป็นส่วนตัว เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อติดต่อกับธรรมชาติหรือประสบการณ์ที่ได้รับ รวมไปถึงการท่องเที่ยวเพื่อการบำบัดและดูแลตัวเอง โดยรวมทั้งการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวในต่างประเทศ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ แหล่งท่องเที่ยวที่คงสภาพเดิมได้มากที่สุด แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมที่มีชื่อเสียง เน้นความสะดวกสบายอาจจะต้องออกแรงบ้าง แต่ไม่ทำให้เหนื่อยล้าและมีความปลอดภัยสูง

ในด้านความคิดเห็นจากตัวแปรทั้งหมด 17 ตัวแปร สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 องค์ประกอบ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มท่องเที่ยวตามภารกิจ (Mission and Task) เป็นการท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับการทำธุรกิจ ประชุมสัมมนา เล่นหรือชมกีฬาที่ใช้เวลาส่วนหนึ่งในระหว่างการบริหารกิจการ หรือหลังจากเสร็จสิ้นแล้วในการพักผ่อนหย่อนใจและเรียนรู้เรื่องราวระหว่างการท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation) เป็นกลุ่มที่ต้องการความแปลกใหม่ที่แตกต่างจากชีวิตประจำวัน เน้นความเพลิดเพลินใจ ดูแลและฟื้นฟูสุขภาพ ผ่อนคลายจากความเคร่งเครียดในหน้าที่การงาน โดยส่วนใหญ่กลุ่มนี้จะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ แต่ในบางครั้งจะซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามแหล่งท่องเที่ยว

5.1.1.4 การจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวในภาคใต้ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต

จากกลุ่มองค์ประกอบด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 7 กลุ่ม กลุ่มองค์ประกอบด้านความสนใจทางการท่องเที่ยว 3 กลุ่ม กลุ่มองค์ประกอบด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2 กลุ่ม ผู้วิจัยดำเนินการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยใช้เทคนิค Hierarchical Cluster Analysis และ K-Mean Cluster Analysis โดยในการเริ่มการวิเคราะห์จัดกลุ่มจะใช้วิธีการ Hierarchical Cluster Analysis เพื่อดูความเหมาะสมของจำนวนกลุ่มเบื้องต้นจากแผนภาพ Dendrogram ซึ่งพบว่าจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมมีทั้งหมด 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mainstream) เป็นพวกกลุ่มท่องเที่ยวตามภารกิจ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก และกลุ่มทำงานและท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่หรือกิจกรรมต่าง ๆ ประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวเพื่อเจรจา ติดต่อธุรกิจ เพื่อประชุม สัมมนา เพื่อเล่น ชมกีฬาต่าง ๆ เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ หาคำความรู้ ทำวิจัย ศึกษาดูงาน เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อน เพื่อใช้เวลาอยู่กับคนในครอบครัว เพื่อให้บุคคลอื่นชื่นชม ยกย่อง สร้างสถานภาพทางสังคม เพื่อศึกษาวิถีชีวิตชุมชน

วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนาในท้องถิ่น และเพื่อช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า การท่องเที่ยวที่มีการจำกัดสิทธิ์ให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น จำกัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวชั้นดี รายได้สูงเท่านั้น กิจกรรม Nightlife ตามชายหาดยามค่ำคืน บาร์และเชค การท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการทำบุญไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การท่องเที่ยวแบบตามรอยภาพยนตร์ ละคร นิยายสาร การท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มความรู้ ทักษะ ความสามารถและประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น ทักษะศึกษา ดูงาน เที่ยวและเรียนภาษา ฯลฯ การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองต่อสมาชิกในกลุ่มได้ในทุกช่วงวัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอสมควร บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน ครึกครื้น คนเยอะ สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก เสี่ยงแคไหนก็ไป การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ตื่นเต้นท้าทาย ใช้กำลังและความพยายาม เสี่ยงแคไหนก็ทำ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ เทศกาลและประเพณีท้องถิ่น ทำกิจกรรมทำบุญ ไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดูละครเวที แสดงโชว์ คาบาเร่ ดุภาพยนตร์ เยี่ยมญาติ เพื่อน พุดคุย คลุกคลีกับชาวบ้านในพื้นที่ ประชุม สัมมนา ดูงาน และทัศนศึกษา เรียนรู้สิ่งใหม่

กลุ่มที่ 2 กลุ่มอนุรักษ์นิยม (Conservative) เป็นพวกกลุ่มเงียบสงบ (Low Profile Tourist) ไม่เน้นเน้นการเรียนรู้อย่างเห็นได้ชัดและไม่ชอบการท่องเที่ยวเชิงรุกจึงมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มที่เน้นใช้ชีวิตกลมกลืนไปกับคนท้องถิ่น ประกอบไปด้วยการพักผ่อนและทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ภายในบริเวณโรงแรมที่พัก หรือบริเวณใกล้เคียง พักผ่อนอย่างเงียบ ๆ เป็นส่วนตัวไม่รบกวน ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียงของเมือง ช้อปปิ้ง ชื้อของกิน ของที่ระลึก ของฝาก และช้อปปิ้ง เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดิน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative) เป็นพวกกลุ่มเน้นการเรียนรู้ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า กลุ่มเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ จะไม่ชอบการท่องเที่ยวตามภารกิจอย่างเห็นได้ชัด และไม่ชอบการทำงานและท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ประกอบไปด้วยการศึกษา เที่ยวชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่าง ๆ ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ ในท้องถิ่น เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑสถาน อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน การท่องเที่ยวแบบเน้นบรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เงียบสงบไม่ค่อยมีคน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรืออนุรักษ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ หรือการได้เข้าสังคม การท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อย ๆ เที่ยวชมวิวทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการดูแลตนเอง เช่น สปา การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่ เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวแบบไปกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ และการท่องเที่ยวแบบไปกันเองแต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยส่วนหนึ่ง

กลุ่มที่ 4 กลุ่มผจญภัย (Adventure) เป็นพวกกลุ่มผจญภัย จะไม่ชอบกลุ่มท่องเที่ยวที่ใช้อย่างเห็นได้ชัด และไม่ชอบการเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ เน้นการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ทักษะ ความชำนาญ รวมไปถึงกิจกรรมที่ตื่นเต้นเร้าใจ ประกอบไปด้วยการเล่นบันจี้จัมพ์ เพนท์บอล โกคาร์ท ขับรถ ATV ยิงปืน ปีนเขา ปีนผา ขี่จักรยาน ส่องสัตว์ ดูนก และล่องแก่ง เดินป่า ขี่จักรยานเสือภูเขา ศึกษาธรรมชาติ

ทั้งนี้ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามกลุ่มสัญชาติ โดยเมื่อนำผลการจัดกลุ่มด้วยวิธี K-Mean Cluster Analysis ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวน 4 กลุ่มมาวิเคราะห์ร่วมกับตัวแปรสัญชาติของนักท่องเที่ยวโดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square test) สามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามสัญชาติได้ ดังนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและจีน เป็นกลุ่มผจญภัย (Adventure) ที่เดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยการเล่นบันจี้จัมพ์ เพนทบอล โกคาร์ท ขับรถ ATV ยิงปืน ปีนเขา ปีนผา ขี่จักรยาน ส่องสัตว์ ดูนก และล่องแก่ง เดินป่า ขี่จักรยานเสือภูเขา ศึกษาธรรมชาติ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mainstream) ที่เน้นการท่องเที่ยวตามภารกิจ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก และกลุ่มทำงานและท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวเพื่อเจรจา ติดต่อธุรกิจ เพื่อประชุม สัมมนา เพื่อเล่น ชมกีฬาต่าง ๆ เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ หาความรู้ ทำวิจัย ศึกษาดูงาน เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อน เพื่อใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัว เพื่อให้บุคคลอื่นชื่นชม ยกย่อง สร้างสถานภาพทางสังคม เพื่อศึกษาวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนาในท้องถิ่น และเพื่อช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า การท่องเที่ยวที่มีการจำกัดสิทธิ์ให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น จำกัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวชั้นดี รายได้สูงเท่านั้น กิจกรรม Nightlife ตามชายหาดยามค่ำคิน บาร์และเชค การท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการทำบุญไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การท่องเที่ยวแบบตามรอยภาพยนตร์ ละคร นิตยสาร การท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มความรู้ ทักษะ ความสามารถและประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น ทัศนศึกษา ดูงาน เที่ยวและเรียนภาษา ฯลฯ การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองต่อสมาชิกในกลุ่มได้ในทุกช่วงวัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอสมควร บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน ครึกครื้น คนเยอะ สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก เสี่ยงแค่ไหนก็ไป การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ตื่นเต้นท้าทาย ใช้กำลังและความพยายาม เสี่ยงแค่ไหนก็ทำ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ เทศกาลและประเพณีท้องถิ่น ทำกิจกรรมทำบุญ ไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดูละครเวที แสตงโชว์ คาบาเร่ ดูภาพยนตร์ เยี่ยมญาติ เพื่อน พุดคุย คลุกคลีกับชาวบ้านในพื้นที่ ประชุม สัมมนา ดูงาน และทัศนศึกษา เรียนรู้สิ่งใหม่

กลุ่มนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวีย เป็นกลุ่มอนุรักษ์นิยม (Conservative) ที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเงียบสงบ (Low Profile Tourist) นิยมรับประทานอาหารท้องถิ่นและสินค้าท้องถิ่นของประเทศไทยประกอบไปด้วยการพักผ่อนและทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ภายในบริเวณโรงแรมที่พักหรือบริเวณใกล้เคียง พักผ่อนอย่างเงียบ ๆ เป็นส่วนตัวไม่วุ่นวาย ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียงของเมือง ช้อปปิ้ง ชื้อของกิน ของที่ระลึก ของฝาก และช้อปปิ้ง เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดิน นอกจากนี้ยังมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative) เน้นการเรียนรู้ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า และเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ จะไม่ชอบการท่องเที่ยวตามภารกิจ อย่างเห็นได้ชัด และไม่ชอบการทำงานและท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยการศึกษาเที่ยวชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่าง ๆ ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ ในท้องถิ่น เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน การท่องเที่ยวแบบเน้นบรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เงียบสงบ ไม่ค่อยมีคน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หรืออนุรักษ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ หรือการได้เข้าสู่สังคม การท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อย ๆ เที่ยวชมวิว

ทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการดูแลตนเอง เช่น สปา การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่ เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวแบบไปกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ และการท่องเที่ยวแบบไปกันเองแต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยส่วนหนึ่ง

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative) เช่นเดียวกันกับกลุ่มสแกนดิเนเวียที่เน้นการเรียนรู้ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า จะประกอบไปด้วยการศึกษา เที่ยวชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่าง ๆ ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ ในท้องถิ่น เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน การท่องเที่ยวแบบเน้นบรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เจียบสงบ ไม่ค่อยมีคน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หรืออนุรักษ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ หรือการได้เข้าสู่สังคม การท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อย ๆ เที่ยวชมวิทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการดูแลตนเอง เช่น สปา การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่ เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวแบบไปกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ และการท่องเที่ยวแบบไปกันเองแต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยส่วนหนึ่ง

กลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียและอื่น ๆ มีลักษณะเช่นเดียวกันกับกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่เป็นพวกแสวงหาประสบการณ์ (Experience Seeker) เน้นการเรียนรู้ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า จะประกอบไปด้วยการศึกษา เที่ยวชมป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่เกษตรกรรม ฟาร์มต่าง ๆ ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ ในท้องถิ่น เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน การท่องเที่ยวแบบเน้นบรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เจียบสงบ ไม่ค่อยมีคน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หรืออนุรักษ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ หรือการได้เข้าสู่สังคม การท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อย ๆ เที่ยวชมวิทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการดูแลตนเอง เช่น สปา การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่ เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวแบบไปกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใด ๆ และการท่องเที่ยวแบบไปกันเองแต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยส่วนหนึ่ง

5.1.2 ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ผลการวิจัยพบว่าในจังหวัดกระบี่ ผลกระทบที่เด่นชัดต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมยังไม่เด่นชัดมากนักเนื่องจาก จังหวัดกระบี่มีการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายใต้จุดยืนการเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพที่มีชื่อเสียงระดับโลก ดังนั้น กิจกรรมการท่องเที่ยวจึงเน้นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากข้อมูลล่าสุดของกรมการท่องเที่ยว (2557) พบว่า ในปี พ.ศ. 2556 นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 69.70 ประกอบกับรัฐบาลจีนมีการออกกฎหมายห้ามทัวร์ศูนย์เหรียญทำให้แนวโน้มนักท่องเที่ยวจีนจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบ FIT (Foreign Individual Tourist) มากขึ้น โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ยังพบเห็นว่ามีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่จำนวนมาก ทั้งนี้ เนื่องจากเหตุผล 2 ประการ คือ 1) นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจากจังหวัดภูเก็ตหรือจังหวัดอื่น ๆ เพื่อท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และ 2) นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์และมาเลเซียเชื้อสายจีนที่มีรูปลักษณะคล้ายนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 46.45 และ 23.04 ต่อปีตามลำดับ จึงทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เห็นว่ามีนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมาก

ทั้งนี้เมื่อดูสัดส่วนนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพจากทวีปยุโรป (ร้อยละ 64.51) โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย ยังคงเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มากขึ้น โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ถึงร้อยละ 27.62 ต่อปี ซึ่งกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวียยังคงเป็นตลาดกลุ่มใหญ่ของทวีปยุโรปโดยมีสัดส่วนต่อนักท่องเที่ยวยุโรปทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 36.01 อย่างไรก็ตามโดยภาพรวมของนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปยังคงมีอัตราการเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ในระดับสูง (ร้อยละ 27.88) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย พบว่ามีการเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ร้อยละ 42.14

ทั้งนี้ จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มองว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยแก้ปัญหาฤดูกาลทางการท่องเที่ยวที่มีเพียง 6 เดือนเท่านั้น การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจึงเป็นการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และเศรษฐกิจโดยภาพรวมของจังหวัดกระบี่ ประกอบกับการขับเคลื่อนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ภายใต้จุดยืนเมืองท่องเที่ยวคุณภาพที่มีชื่อเสียงระดับโลก และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ยังเป็นปัจจัยกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพได้ ดังเห็นได้จากสัดส่วนของนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นทุกปี

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยมองว่าการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปลดน้อยลง ซึ่งปัญหาการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซีย นั้น สิ่งที่เป็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่คือ ปัญหาด้านการสื่อสารที่นักท่องเที่ยวทั้งสองชาติไม่พูดภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่จะมีความกังวลเรื่องการถูกหลอกลวงจากผู้ประกอบการที่ในที่สุดจะส่งผลให้กลุ่มทุนรัสเซียเข้ามาลงทุนในจังหวัดกระบี่และอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบทางลบตามมา ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวนั้นแม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จะไม่ได้รับผลกระทบมากนัก แต่แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเช่น การท่องเที่ยว 4 เกาะทะเลแหวกที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นจีน ยุโรป

รัสเซียเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวจำนวนมากก่อให้เกิดความแออัดและใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวมากเกินไปจนขีดความสามารถในการรองรับ และจะส่งผลกระทบต่อการเล่นสกีในที่สุด นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเป็นทั้งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากจังหวัดกระบี่ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากจังหวัดภูเก็ตและอื่น ๆ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหัตถ์ภูมิเกี่ยวกับปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวจีน และรัสเซียเพื่อวิเคราะห์ปัญหาและนำเสนอแนวทางเชิงนโยบายเพื่อจัดการกับปัญหาดังกล่าว ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวรัสเซียที่มีความคล้ายคลึงกันคือ การส่งเสียงดังรบกวนนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ รวมไปถึงพฤติกรรมเฉพาะบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการไม่ชอบเข้าคิว ชอบสูบบุหรี่ ชอบขโมยสิ่งของ ไม่สนใจกฎจราจรที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอื่น ๆ พยายามหลีกเลี่ยงที่จะพักในโรงแรมเดียวกัน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่กังวลของหลายฝ่ายว่าหากสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั้งชาวจีนและรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่โดยภาพรวม ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าสิ่งที่ปัญหาในเรื่องนี้คือ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของตะวันออกและตะวันตกที่ทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละชาติมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

5.1.3 ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ผลการวิจัยในส่วนนี้สามารถสรุปได้ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

5.1.3.1 ปัญหาด้านแรงงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัญหาที่สำคัญของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่คือ การขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ หลังจากที่ได้วิเคราะห์ปัญหาร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่า เหตุผลที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ต้องเผชิญกับปัญหาแรงงานเนื่องมาจากฤดูกาลทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีเพียง 6 เดือน ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ไม่สามารถจ้างพนักงานได้ตลอดทั้งปี หรือหากจ้างได้ตลอดทั้งปีในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ก็จะมีการจ่ายค่าแรงหรือค่าตอบแทนลดลง ด้วยเหตุนี้ แรงงานในภาคท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จึงมีการโยกย้ายไปทำงานในเมืองท่องเที่ยวอื่น อาทิ ภูเก็ต หรือเกาะสมุย

นอกจากนี้ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ปัญหาด้านการจ่ายค่าตอบแทนที่ไม่สูงนักทำให้แรงงานในภาคท่องเที่ยวที่มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ย้ายไปทำงานที่อื่น ประกอบกับปัญหาเรื่องทัศนคติในการทำงานที่คนภาคใต้จะมองว่าการทำงานบริการเป็นงานที่มีเกียรติน้อยกว่าเป็นข้าราชการ ซึ่งส่งผลต่อค่านิยมการจบปริญญาตรีที่ทำให้ผู้ที่จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพจากสถาบันอาชีวศึกษาต่าง ๆ ในจังหวัดกระบี่ต้องการที่จะเรียนต่อให้จบระดับปริญญาตรี และต้องการภาระงานที่สอดคล้องกับระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในภาคใต้ ทำให้มีโอกาสในการสร้างรายได้จากอาชีพอื่น เช่น อาชีพเกษตรกรปลูกยางพารา หรือปาล์มน้ำมัน หรือสวนผลไม้ ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงไม่ต้องพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยว และพร้อมที่จะออกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเข้าสู่อุตสาหกรรมเกษตรแทนที่

ปัญหาที่สำคัญอีกสองประเด็นเกี่ยวข้องทางด้านศักยภาพและความสามารถของบุคลากร ประเด็นแรกเกี่ยวกับปัญหาปัญหาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และปัญหาในด้านศักยภาพหรือประสบการณ์ของบุคลากรที่มีอัตราการเข้าออกงานสูงเนื่องจากสิ่งจูงใจในเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ จะสูงกว่า และปัญหาที่สำคัญปัญหาสุดท้ายคือ ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายที่ทำให้

กฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการละเมิดและส่งผลกระทบต่อความเสื่อมโทรมหรือเสียหายในทรัพยากรทางธรรมชาติ อาทิ การควบคุมเรื่องมั่วสุมเพศชาวไทยในทัวร์ต่างชาติที่ส่งผลกระทบต่อควบคุมนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบางต่อการเสื่อมโทรมสูง

5.1.3.2 ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่โดยใช้แบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่พบมากที่สุดเป็นธุรกิจโรงแรมที่พัก คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ บริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.33 และร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ โดยสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจพบว่า นักท่องเที่ยวรัสเซียมีสัดส่วนที่มากใช้บริการธุรกิจมากที่สุด มีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 25.75 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวียที่มีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 16.66 นักท่องเที่ยวชาวจีน มีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 13.57 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 13.07

โดยปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานของพนักงาน 5 อันดับแรก มีดังนี้

อันดับ 1 พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เข้าใจเรื่อง

อันดับ 2 องค์การขาดแคลนพนักงานหรือหาพนักงานมาทำงานกับองค์กรได้ยาก

อันดับ 3 พนักงานไม่เข้าใจพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยว

อันดับ 4 พนักงานขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบ

อันดับ 5 พนักงานขาดความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม

ทั้งนี้เมื่อสอบถามถึงตำแหน่งงานที่ขาดแคลนพบว่า ตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการนั้น มีความขาดแคลนในแผนกแม่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือ แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้า ในขณะที่ตำแหน่งงานระดับหัวหน้างานพบว่าการขาดแคลนในแผนกสารสนเทศมากที่สุด รองลงมาคือ แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้า และสำหรับงานในระดับปฏิบัติการ (ประจำ) นั้นพบว่า แผนกต้อนรับหรือดูแลลูกค้ามีความขาดแคลนมากที่สุด ในขณะที่ระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว) มีความขาดแคลนในแผนกธุรการและบัญชีมากที่สุด

โดยคุณสมบัติที่จำเป็นต่องานในแต่ละระดับนั้น พบว่า ในระดับผู้บริหารต้องการความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ภาษาต่างประเทศ ทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบ ทักษะที่ดีต่องานที่รับผิดชอบ และทักษะการเป็นผู้นำ ในขณะที่ในระดับหัวหน้างานนั้นมีความต้องการหัวหน้างานที่มีทัศนคติที่ดีต่องานที่รับผิดชอบมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ทักษะการแก้ไขปัญหา ทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบ ภาษาต่างประเทศ และความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบ โดยในส่วน of พนักงานระดับปฏิบัติการ พบว่า ต้องการพนักงานที่มีทัศนคติที่ดีต่องานที่รับผิดชอบมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบ ภาษาต่างประเทศ ทักษะที่จำเป็นต่องานที่รับผิดชอบ และทักษะการแก้ไขปัญหา ตามลำดับ

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์อยู่ 2 ประเด็นหลัก ๆ ได้แก่ 1) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากปัญหาที่สำคัญในปัจจุบันเกี่ยวกับแรงงานในภาคท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ไม่ใช่ปัญหาเชิงปริมาณแต่เป็นปัญหาเชิงคุณภาพ นั่นคือ ขาดแรงงานที่มีศักยภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จึงต้องการหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรที่เป็นหลักสูตรกลาง เมื่ออบรมเสร็จจะได้รับใบประกาศที่สามารถ

นำไปสมัครงานได้เลยไม่ต้องใช้วุฒิการศึกษา และ 2) การปรับทัศนคติของแรงงานในอนาคต เนื่องจากการมีค่านิยมจบปริญญาตรี และทัศนคติในการทำงานบริการ ซึ่งต้องมีการปรับทัศนคติในการทำงานตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาไปจนถึงระดับปริญญาตรีอันจะเป็นแนวทางการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่ได้รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ต้องการคือ หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ แนวทางการบริหารจัดการหลักสูตร รวมทั้งรายละเอียดหลักสูตร โดยผู้วิจัยได้นำแนวทางการฝึกอบรมพัฒนาฝีมือแรงงานของแรงงานจังหวัดกระบี่ และข้อตกลงว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติบุคลากรวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวอาเซียน หรือ MRA เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร

5.1.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

จากผลกระทบด้านบวกและด้านลบที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ สามารถนำเสนอแนวทางในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ได้ดังนี้

5.1.4.1 การจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

5.1.4.1.1 การยึดมั่นในตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพ โดยทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ต้องยึดมั่นในตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ของการเมืองท่องเที่ยวคุณภาพที่มีชื่อเสียงระดับโลกที่ได้ร่วมกันพัฒนาภายใต้ปฏิญญาการท่องเที่ยวกระบี่ เพื่อเป็นการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกตลาดเป้าหมายที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5.1.4.1.2 การสร้างการรับรู้ หรือพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมายการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี หน่วยงานที่รับผิดชอบหรือมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ต้องร่วมกันดำเนินการพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวที่สามารถสื่อสารให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจแนวทางการปฏิบัติตัวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมแนวทางการปฏิบัติตัวในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี

5.1.4.1.3 การจัดทำขีดความสามารถในการรองรับในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่หลายแห่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบางต่อการเสื่อมโทรมอันเนื่องจากการท่องเที่ยวสูง ดังนั้น ในพื้นที่ต่าง ๆ เหล่านี้ควรมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับเพื่อจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อันเป็นการป้องกันและลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

5.1.4.1.4 การจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหนาแน่นจากนักท่องเที่ยว ควรมีการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบางสูง ซึ่งจะสามารถช่วยลดจำนวนหรือปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหนาแน่นและมีความเปราะบางสูง

5.1.4.1.5 การพัฒนาศักยภาพในการสื่อสารของบุคลากรทางการท่องเที่ยว เนื่องจากปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งของการท่องเที่ยวคือ การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงต้องเร่งพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้สามารถสื่อสารและบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1.4.1.6 การบังคับใช้กฎหมาย เนื่องจากปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดไม่ว่าจะเป็นในด้านการกำหนดให้มีมัคคุเทศก์ชาวไทย หรือ Sitting Guide เดินทางไปพร้อมกับคณะทัวร์นักท่องเที่ยวต่างชาติทุกครั้งเพื่อช่วยสื่อสารและควบคุมดูแลนักท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ รวมทั้งการควบคุมกฎหมายการตั้งกิจการใหม่ของนักลงทุนต่างชาติให้รอบคอบเพื่อให้การดำเนินการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เป็นไปตามแผนที่วางไว้

5.1.4.1.7 การออกแบบการบริการที่ยืดหยุ่น เนื่องจากในการดำเนินการธุรกิจผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องคงไม่สามารถที่จะปฏิเสธนักท่องเที่ยวได้หากนักท่องเที่ยวนั้นมีความต้องการหรือเดินทางมาใช้บริการ ดังนั้น ทางเดียวที่สามารถกระทำได้คือ การจัดการบริการที่ยืดหยุ่นด้วยการกำหนดระยะเวลาในการให้บริการ หรือพื้นที่ในการให้บริการเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหรือรัสเซีย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการหลายแห่งในจังหวัดกระบี่ใช้วิธีการประสานงานกับมัคคุเทศก์ที่นำนักท่องเที่ยวชาวจีนเกี่ยวกับระยะเวลาในการรับประทานอาหารเข้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือ การจัดพื้นที่บริการเฉพาะแยกกลุ่มจากนักท่องเที่ยวยุโรปเพื่อลดโอกาสในการเผชิญหน้า

5.1.4.2 หลักสูตรการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่

ในการจัดการกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวดังที่กล่าวไปข้างต้นแล้วนั้น สิ่งสำหรับผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ต้องการคือ การพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยอาศัยรูปแบบการพัฒนา 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้ (knowledge) ทักษะ (skills) ความสามารถ (ability) และคุณสมบัติอื่น (others) หรือ โมเดล KSAOs มาประยุกต์กับข้อมูลความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการ หลักสูตรพัฒนาฝีมือแรงงานด้านการท่องเที่ยว และข้อตกลงว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (MRA) โดยมีรายละเอียดของหลักสูตร ดังนี้

5.1.4.2.1 หลักสูตรฝึกอบรมจำแนกตามตำแหน่งงานในธุรกิจโรงแรมที่พัก และร้านอาหาร โดยกำหนดคุณสมบัติและรายละเอียดของการฝึกอบรมในแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกครัว แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน และแผนกช่าง

5.1.4.2.2 หลักสูตรฝึกอบรมจำแนกตามระดับงาน โดยแบ่งออกเป็นงานในหลายระดับ ได้แก่

หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 1 เพื่อให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่ต้องการเข้าสู่งานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับปฏิบัติการ โดยมีจำนวนชั่วโมงฝึกอบรม 75 ชั่วโมง

หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 2 เพื่อพัฒนาความรู้เพิ่มเติมสำหรับผู้ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผ่านการอบรมหลักสูตรระดับที่ 1 และมีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 1 ปี โดยมีจำนวนฝึกอบรมทั้งสิ้น 48 ชั่วโมง

หลักสูตรฝึกอบรมระดับที่ 3 เพื่อเตรียมบุคลากรในระดับซูเปอร์ไวเซอร์ หรือระดับหัวหน้างาน ซึ่งเป็นผู้ผ่านการฝึกอบรมในระดับที่ 2 และมีประสบการณ์ในการทำงานหลังจากผ่านการฝึกอบรมในระดับที่ 2 ไม่น้อยกว่า 1 ปี โดยมีจำนวนฝึกอบรมทั้งสิ้น 42 ชั่วโมง

หลักสูตรฝึกอบรมระดับบริหาร เป็นหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับผู้บริหารที่อยู่ในตำแหน่งไม่ต่ำกว่าระดับผู้จัดการมาไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือผู้ที่ผ่านการอบรมในระดับ 3 และมีประสบการณ์ทำงานในระดับซูเปอร์ไวเซอร์ไม่น้อยกว่า 2 ปี โดยมีจำนวนฝึกอบรมทั้งสิ้น 48 ชั่วโมง

5.1.4.2.3 หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับพนักงานองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ภายในประเทศไทยจะมีความเกี่ยวข้องกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่มาก แต่ปัญหาที่สำคัญคือ เจ้าหน้าที่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนหนึ่งขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีจำนวนชั่วโมงทั้งหมด 60 ชั่วโมง

5.1.4.2.4 หลักสูตร “Train for the Trainers”

เนื่องจากการพัฒนาทุนมนุษย์เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยระยะเวลา ดังนั้น เพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน จึงต้องอาศัยวิทยากรภายในจังหวัดกระบี่ ด้วยเหตุนี้จึงควรพัฒนาวิทยากรภายในในระยะยาว และกำหนดคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้เข้าฝึกอบรมคือ มีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 10 ปี หรือผ่านการฝึกอบรมในหลักสูตรทั้ง 3 ระดับ และหลักสูตรเฉพาะตำแหน่ง

5.2 อภิปรายผล (Discussions)

ในการศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้เป็เพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่ (2556) ที่พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างเพศชายร้อยละ 50.38 และมีสถานภาพโสดและสมรสแล้วในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาขั้นต่าระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ (2557) ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูลและเอียรชัย พันธัง (2552) และรวีวรรณ เพ็ชรคง (2551) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานลูกจ้างบริษัทเอกชนเป็นกลุ่มที่พบมากที่สุด สำหรับสัญชาติของกลุ่มตัวอย่างพบว่าเกือบครึ่งเป็นนักท่องเที่ยวยุโรป ที่รวมไปถึงนักท่องเที่ยวจากกลุ่มสแกนดิเนเวีย และรัสเซีย

ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดกระบี่เป็นเป้าหมายปลายทางของกลุ่มตัวอย่างในการเดินทางท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 81.75 มีเป้าหมายปลายทางการท่องเที่ยวเป็นจังหวัดกระบี่ และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 72.25 เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เป็นเป้าหมายแรก นั้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความตั้งใจและมีการวางแผนในการเดินทางล่วงหน้าเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่กับเพื่อนหรือคนรู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.64 ซึ่งสอดคล้องกับศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ (2557) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคใต้ แต่เห็นได้ว่าสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางพร้อมกับสามี/ภรรยาหรือคู่รักเพียงสองคนในจังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 27.92 ซึ่งสูงกว่าสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางพร้อมกับสามี/ภรรยา หรือคู่รักในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 11.80 (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ, 2557) โดยกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 58.25 เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เนื่องจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับศิวฤทธิ์ พงศกร

รังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ (2557) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีความพึงพอใจในความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 1 และที่สำคัญ เพื่อนหรือคนรู้จักเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.80 ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของวรรณดา มหาวิโรและคณะ (2556) ที่พบว่าตนเองคือผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด

โดยผลการวิจัยในส่วนของยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีความสอดคล้องกับสำนักงานการท่องเที่ยวกีฬาและจังหวัดกระบี่ (2556) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เดินทางด้วยเครื่องบินมากที่สุด รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัว แต่ในงานวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งเดินทางมาจังหวัดกระบี่โดยเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 51.16 ทั้งนี้ในส่วนของการกิจกรรมการท่องเที่ยวตามรูปแบบการดำรงชีวิตนั้น ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีการเล่นน้ำทะเลตามชายหาดและเล่นน้ำตก มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียงของเมือง พักผ่อนและทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ภายในบริเวณโรงแรมที่พักหรือใกล้เคียง พักผ่อนอย่างเงียบ ๆ เป็นส่วนตัวไม่วุ่นวาย ซอปปิง ช็อปปิง ของกิน ของที่ระลึก ของฝาก และซอปปิง เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดินตามลำดับ โดยผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ (2557) และวรรณดา มหาวิโรและคณะ (2556) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเล่นน้ำทะเลตามชายหาดมากเป็นอันดับที่ 1 ทั้งนี้ในส่วนของการโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่อีกนั้น ผลการวิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่ (2556) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 96.98 มีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่อีกครั้ง

ในส่วนของการวิเคราะห์จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยอาศัยวิธีการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (cluster analysis) ที่ต้องอาศัยกระบวนการวิเคราะห์ Factor Analysis ก่อน ผลการวิจัยพบว่า ในการศึกษาครั้งนี้สามารถจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ๆ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (mainstream tourists) เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกส่วนใหญ่คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เน้นประชุม สัมมนา แต่งงานและใช้เวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มต่อมาคือ กลุ่มอนุรักษ์นิยม (conservative tourists) เป็นกลุ่มที่เงียบสงบ ชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบใช้ชีวิตกลมกลืนไปกับท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มสแกนดิเนเวียนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เป็นกลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (creative tourists) ประกอบไปด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย และนักท่องเที่ยวจากเอเชียและอื่น ๆ ที่เน้นกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับประสบการณ์ นักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า และกลุ่มสุดท้าย กลุ่มผจญภัย (adventure tourists) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักในกลุ่มนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนและนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่ชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ความสามารถ อาทิ เล่นบันจี้จัมพ์ โกวอร์ค เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Pizam and Sussmann (1995) ที่ระบุว่าสัญชาติของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

โดยผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปและสแกนดิเนเวียเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (creative tourists) ที่เน้นการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ชมพื้นที่ป่าชายเลน อุทยานแห่งชาติ เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถานต่าง ๆ ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ของจุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2556) ที่ระบุถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวยุโรปไปในทิศทางเดียวกัน และยังสอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรุก (active tourists) ที่ Johns and

Gyimóthy (2002) ได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวไว้ ซึ่งแนวคิดนี้เป็นแนวคิดการสร้างคุณค่าจากการท่องเที่ยว (tourism value creation) ที่ปัจจุบัน บทบาทของผู้สร้างคุณค่าได้เปลี่ยนแปลงไปจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวคือผู้สร้างคุณค่าเปลี่ยนเป็นนักท่องเที่ยวคือ ผู้สร้างคุณค่า โดยศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2557) ได้กล่าวถึงกระบวนการที่คนใหม่นี้ว่าผู้ที่รู้ดีที่สุดว่าลูกค้าให้คุณค่ากับอะไรคือตัวลูกค้า ดังนั้น การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดจึงต้องเปิดโอกาสให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเป็นผู้ร่วมสร้างคุณค่าของตนเอง ดังเห็นได้จากผลการวิจัยที่ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการวางแผนเดินทางด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำหนดเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทย

ในส่วนของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้น ผลการวิจัยพบว่า ณ ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ด้วยเหตุผล 2 ประการ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวหลักในจังหวัดกระบี่ (ตารางที่ 29) ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรป คิดเป็นร้อยละ 64.51 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่ามีเพียงร้อยละ 2.50 และนักท่องเที่ยวชาวจีนมีเพียงร้อยละ 4.41 แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีน (เฉลี่ยร้อยละ 50.55 ต่อปี) และนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย (เฉลี่ยร้อยละ 52.16 ต่อปี) หากยังคงอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยระดับนี้ต่อไปในระยะเวลา 3 - 5 ปีข้างหน้า โครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ย่อมเปลี่ยนแปลงอย่างแน่นอน

2. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ขับเคลื่อนตามปฏิกิริยาการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่จะมุ่งไปสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพที่มีชื่อเสียงระดับโลก ประกอบกับทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายหลักของจังหวัดกระบี่ นั่นคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวสแกนดิเนเวีย อย่างไรก็ตาม ด้วยอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 ต่อปีจึงไม่ทำให้การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซียส่งผลกระทบมากนัก

โดยในด้านความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่นั้น พบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในด้านการฝึกอบรมพัฒนามากกว่าการเพิ่มวุฒิการศึกษา ซึ่งการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้ประกอบการได้ข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกันว่าวุฒิการศึกษามีความสำคัญน้อยกว่าทัศนคติที่ดีในการเป็นผู้ให้บริการและทักษะที่จำเป็นต่อการบริการลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่จึงมีความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์มากกว่าการเปิดสอนเพื่อให้ได้วุฒิการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบัวบุชา นิจสุนกิจ (2548) วีระ อรัญมงคล และรัชฎา ธิโสภณ (2549) และพัชรินทร์ กิรติวินิจกุล และคณะ (2551) ที่พบว่าต้องการหลักสูตรฝึกอบรมและพัฒนามากกว่าวุฒิการศึกษา ตลอดจนการมุ่งเน้นในการพัฒนาทัศนคติที่ดีต่องานบริการ ทั้งนี้ในงานวิจัยนี้ ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรในภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพการทำงานน้อยกว่าวุฒิการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Son (2010) ที่ดำเนินการศึกษาวิจัยในประเทศฟิลิปปินส์และสรุปว่าการศึกษาในสถาบันการศึกษาพัฒนาทุนมนุษย์ได้ต่ำกว่าความคาดหวังของผู้ประกอบการ

5.3 ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

ในการศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ มีข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

5.3.1 จากผลการวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวตามรูปแบบการดำรงชีวิตที่จำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ๆ ทำให้ทราบถึงข้อมูลและลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีสัณฐานแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ต้องยึดมั่นในหลักปรัชญาการท่องเที่ยวกระบี่ และส่งเสริมหรือสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายหลักของจังหวัดกระบี่ให้คุณค่าหรือมีความต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเขียวสงบ เนียบช้าและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ไปสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวสีเขียว (green tourism) ต่อไป

5.3.2 จากข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย และสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่พบว่ามียอดการเติบโตสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพิ่มขึ้นประมาณ 3 แสนคน และนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (mainstream tourists) ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ดูนาน อบรมสัมมนา และใช้เวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยว แต่จากการสัมภาษณ์และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวคิดการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อเพื่อนมนุษย์น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ดังนั้น ด้วยจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ที่รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ควรมีการวางแผนบริหารจัดการ และสื่อความหมายเพื่อสร้างความรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ตัวตนของการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่มุ่งเน้นการเป็นเมืองท่องเที่ยวสีเขียวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5.3.3 จากผลการวิจัยในส่วนของกรณีศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซีย และจากการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการทำอากาศยาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ประชาสัมพันธ์จังหวัด เป็นต้น ควรร่วมกันพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มรับรู้และเข้าใจกับแนวทางการปฏิบัติตัวในฐานะการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีขณะที่กำลังเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ หรือจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย

5.3.4 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และผู้วิจัยได้นำเสนอร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่รวมไปถึงหลักสูตรสำหรับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น แต่ยังคงเจ้าภาพที่รับผิดชอบในการดำเนินงาน ดังนั้น จังหวัดกระบี่จึงต้องมีการดำเนินการต่อการจัดตั้งหน่วยงานหรือสนับสนุนงบประมาณให้มีการดำเนินการฝึกอบรมและพัฒนาแก่บุคลากรที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีการบริหารจัดการให้สามารถออกไปประกาศนียบัตรเพื่อนำไปสมัครเข้าทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวต่อไป

5.3.5 ด้วยแหล่งท่องเที่ยวในกระบี่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความเปราะบางที่จะเสื่อมโทรมได้ง่าย และแนวโน้มการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ใน

จังหวัดกระบี่จากจังหวัดอื่น ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น มาตรการที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ควรเร่งดำเนินการมี 2 มาตรการ ดังนี้

5.3.5.1 การจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อม โดยต้องมีการศึกษากระบวนการและประกาศแนวทางปฏิบัติออกมาให้ชัดเจนว่าแหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่จะต้องมีการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมนี้ และมีการกำหนดอัตราภาษีให้ชัดเจน ทั้งนี้อาจจะต้องมีการศึกษาในเรื่องของความยินดียใจของนักท่องเที่ยว

5.3.5.2 การจัดทำขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ โดยต้องมีการศึกษาและกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบางในจังหวัดกระบี่ และหามาตรการที่จะควบคุมให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวตามระดับที่กำหนดไว้

5.3.6 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ทั้งภาครัฐและเอกชนควรร่วมกันวางแผนในการนำเสนอการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ให้ตรงกับการให้คุณค่าของกลุ่มเป้าหมายหลัก นั่นคือ นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มสแกนดิเนเวีย เพื่อรักษาอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวยุโรป ซึ่งเป็นการรักษฐานโครงสร้างตลาดไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปด้วยการยึดมั่นในปฏิญญาการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และดำเนินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตามแนวทางการท่องเที่ยวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือการประยุกต์แนวทาง 7's Green ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นำเสนอ

5.3.7 สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรมควรมีการพิจารณาถึงความต้องการของผู้ประกอบการ และนำไปพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ และควรมีการกำหนดบทบาทในการผลิตบัณฑิตทางด้านนี้ระหว่างสถาบันอาชีวศึกษา และสถาบันอุดมศึกษาให้ชัดเจน เพื่อที่สถาบันต่าง ๆ จะได้สามารถผลิตบัณฑิตได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป (Future Research)

ในการศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.4.1 เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยประเด็นย่อยที่สำคัญ 3 ประเด็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเจาะลึกในแต่ละประเด็นได้มากนัก ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป อาจจะมีการแยกประเด็นในการศึกษาให้ชัดเจนและทำการเจาะลึกในรายละเอียดมากขึ้น

5.4.2 จากประเด็นปัญหาในการวิจัยครั้งนี้ ต้องการศึกษผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แต่เป็นการศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกัน ดังนั้น งานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแยกตามสัญชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย นักท่องเที่ยวชาวยุโรป เป็นต้น

5.4.3 เนื่องจากงานวิจัยนี้มุ่งเน้นในการศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาด แต่ไม่ได้ศึกษาเฉพาะถึงนักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ว่าเป็นปัญหากับนักท่องเที่ยวโดยรวม นั่นคือ นักท่องเที่ยวชาวจีน และนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ดังนั้น งานวิจัยครั้งต่อไป ควรมุ่งเน้นในการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือรัสเซียในมุมมองของนักท่องเที่ยวยุโรปและสแกนดิเนเวีย เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงประจักษ์ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว (2555) สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มกราคม – ธันวาคม 2555 ค้นวันที่ 19 มีนาคม 2556 เข้าถึงได้จาก <http://tourism.go.th>.
- กรมการท่องเที่ยว (2556) สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มกราคม – ธันวาคม 2556 ค้นวันที่ 17 พฤศจิกายน 2556 เข้าถึงได้จาก <http://tourism.go.th>.
- กรมการท่องเที่ยว (2557) สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พ.ศ. 2556 ค้นวันที่ 10 มกราคม 2557 เข้าถึงได้จาก <http://tourism.go.th>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 ราชกิจจานุเบกษา 17 มิถุนายน พ.ศ. 2554
- กัลยา วานิชย์บัญชา (2552) สถิติสำหรับงานวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) *ท่องเที่ยวไทย ได้อย่าง เสียอย่าง* บรรณาธิการ e-TAT Tourism Journal ค้นวันที่ 8 มกราคม 2557 เข้าถึงได้จาก <http://etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/menu-2013-jul-sep/124-32556-travel-thai>
- ข่าวสดออนไลน์ (2557) นักศึกษาโวย นักท่องเที่ยวชาวจีนทางเดินท่อนอน-ซิดเขียนสถานที่ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ค้นวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2557 เข้าถึงได้จาก http://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=TVRNNU1URTFNemsWT0E9PQ==§ionid=
- งามตา เรืองพลังชูพร (2545) การศึกษาความต้องการฝึกอบรมของพนักงานสายบริหารทั่วไป บริษัทอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกลปไทย จำกัด (มหาชน) วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท (ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- จุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2556) ใครคือนักท่องเที่ยวของท่าน...เขาและเธอจะมีใจตรงกับสิ่งที่ท่านนำเสนอหรือไม่ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ค้นวันที่ 7 มกราคม 2557 เข้าถึงได้จาก <http://www.dasta.or.th/th/theory/1487-1487.html>
- จังหวัดกระบี่ (2556) *ปฏิญญาการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่สู่ความยั่งยืน จังหวัดกระบี่: สำนักงานจังหวัดกระบี่*
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ (2544) *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ฉัฐสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์ (2552) *แนวทางการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว ในกรุงเทพมหานคร* รายงานวิจัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2543) *หลักการจัดการ: แนวคิดและสถานการณ์ปัจจุบัน* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ชัยพฤกษ์ บุญเลิศ (2553) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ สารนิพนธ์ระดับปริญญาโท (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- นรเทพ ศักดิ์เพชร (2549) ความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานบริษัท อุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย จำกัด (มหาชน) วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- นาวัน วิไลเลิศ (2549) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมอญยล จังหวัดอุดรธานี สารนิพนธ์ระดับปริญญาโท (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- นิสดารค์ เวชยานนท์ (2546) กลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ รัฐประศาสนศาสตร์ 2(1) มกราคม – เมษายน
- นิสดารค์ เวชยานนท์ (2548) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บทความวิชาการ HR กรุงเทพฯ: รัตนไตร
- นิสดารค์ เวชยานนท์ (2551) มิติใหม่ในการบริหารทุนมนุษย์ กรุงเทพฯ: กราฟิโก ซิสเต็มส์
- บรรจบพร สุนนรัตนกุล (2544) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท (การศึกษา มหาบัณฑิต สาขาธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- บัวบุชา นิจสุนกิจ (2548) ความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาอิสระ ระดับปริญญาโท (การจัดการ มหาบัณฑิต) นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- ประชาชาติธุรกิจ (2556) ทัวร์จีนจุกอก! ตลาดดูบัยน์ต้นปีหน้า เจอกฎเหล็กปราบทัวร์ศูนย์เหรียญ คืบวันที่ 10 มกราคม 2557 เข้าถึงได้จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1380562121
- ประสพพร พุ่มพวง (2545) พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ระดับปริญญาโท (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ปริญญา ลักขิตานนท์ (2544) จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร: บริษัท ทิปปิง พอยท์ จำกัด
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และ เจริญชัย พันธัง (2552) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคใต้ (สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรังและสตูล) รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- ผู้จัดการออนไลน์ (2556) ชาวเชียงใหม่ตกใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีน คืบวันที่ 12 มกราคม 2557 เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/China/ViewNews.aspx?NewsID=9560000027139>.

- พงศธร เกษสำลี (2556) *ทำอย่างไร? กับคลื่นยักษ์นักท่องเที่ยวจีน* รัสเซีย ค้นวันที่ 7 มกราคม 2557 เข้าถึงได้จาก <http://thai.cri.cn/247/2013/08/06/242s212346.htm>
- พิเชฐ คุณเฝ้าแสง (2546) *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยอง* สารนิพนธ์ระดับปริญญาโท (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- พัชรินทร์ กิรติวินิจกุล นิตยา ทวีชีพ และวรรณวิภา จตุชัย (2551) *ความต้องการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจโรงแรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏ เขตกรุงเทพมหานคร* รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต คณะวิทยาการจัดการและคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- รวีวรรณ เพ็ชรคง (2551) *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลในอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช* การศึกษาอิสระระดับปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- วรรณลดา มหาวิโร พิมพลักษณ์ พงศกรรังศิลป์ และศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2556) *รูปแบบการดำรงชีวิตของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ การประชุมทางวิชาการวไลยลักษณ์วิจัย ครั้งที่ 5 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*
- วรรณภา วงษ์วานิช (2539) *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว* พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วลัยพร รุ่งตระกูลไพบูลย์ (2553) *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 4) ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- เว็บไซต์พันทิปดอทคอม (2557) *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (ชาวจีน) ในเชียงใหม่* ค้นวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2557 เข้าถึงได้จาก <http://pantip.com/topic/30156480>
- วิภา วัฒนพงศ์ชาติ (2542) *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี* การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วิชัย ใจชื่น (2546) *การศึกษาบรรยากาศขององค์กรเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ศึกษากรณีบริษัทไทยพลาสติกและเคมีภัณฑ์ จำกัด (มหาชน)* งานนิพนธ์ระดับปริญญาโท (การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์) ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา
- วีระ อรัญมงคล และรัชฎาธิ์โสภณ (2549) *รูปแบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในสถาบันอุดมศึกษา: กรณีศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ* วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 2(1), 70 – 76.
- ศิริรัตน์ มีเดช (2549) *ความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี* วารสารวิทยบริการ, 17(2), 12 – 28.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) *สถิติธุรกิจ* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เพียร์สัน อินโดไชน่า (ประเทศไทย)
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2557) *กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกัน: กระบวนทัศน์การตลาดใหม่ในยุคสังคมออนไลน์* วารสารสงขลานครินทร์ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 20(3).
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) *หลักการตลาด* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด

- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และธีรณัฐ พุศัคดีศรีกิจ (2555) ความเชื่อและพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องรางของขลังและวัตถุมงคลของชาวไทย วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 18 (3), 57 – 92
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์ และชฎามาศ แก้วสุกใส (2550) ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา วารสารสงขลานครินทร์ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 13(1), 19 – 31
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2556) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่องในภาคใต้ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก www.ksmcare.com/Article/82/29615/อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่องในภาคใต้
- สายฝน ถึงหมื่นไฉ (2547) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา สารนิพนธ์ระดับปริญญาโท (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สุปราณี คงนรินทร์สุข (2551) บริษัท 100 ปี (The Dynasty of Future) พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ตะวันออก.
- สมลทา สัจใจสม (2555) การพัฒนาทุนมนุษย์ของสำนักหอสมุด กำแพงแสน การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 9 (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก http://researchconference.kps.ku.ac.th/article_9/pdf/o_human59.pdf
- สุรพันธ์ ยะกันฐะ (2547) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ กรณีศึกษา บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ปัญหาพิเศษระดับปริญญาโท (รัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป) ชลบุรี: วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
- สุรีย์ บุญญานพวงศ์ (2539) ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีจังหวัดแม่ฮ่องสอน สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สวรรณ ธีราวิทยากุล (2546) ความสามารถทางการจัดการของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ของไทย วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการบริหาร) กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- อรรวรรณ บัณฑิตกุล และคณะ (2547) บริษัท 100 ปี: More Than Old & Glory พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: นำอักษรการพิมพ์
- อรุณี ปัญญามูลวงษา (2542) ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักตากอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน การค้นคว้าอิสระระดับปริญญาโท (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ) เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Armstrong, M. (2006), *Strategic Human Resource Management: A Guide to Action* Philadelphia: Kogan Page.
- Arnould, E. J. and Thompson, C.J. (2005), “Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research,” *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868-82.
- Becker, G.S. (1964), *Human Capital*, New York: Columbia University Press.

- Bourdieu, P. (1986), "The Forms of Capital (R. Nice, Trans)," in *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*, ed. John E. Richardson, New York: Greenword Press, Pages: 241 - 58.
- Beardwell, I., Holden, L., and Clayton, T. (2004), *Human Resource Management : A Contemporary Approach 4th Edition* England: Pearson Education Limited
- Burt, R.S. (1997), "The Contingent Value of Social Capital," *Administrative Science Quarterly*, 42(2), 339 – 365.
- Byars, L.L. and Rue L.W. (2004), *Human Resource Management* Singapore: McGrawHill
- Cascio, W.F. (2003) *Managing Human Resource: Productivity, Quality of Work Life and Profits 6th Edition* Singapore: McGrawHill
- Cayla, J. and Eckhardt, G. (2008), "Asian Brands and the Shaping of a Transnational Imagined Community," *Journal of Consumer Research*, 35 (3), 216 – 30.
- Choibamroong, T. (2006), "Knowledge of Tourists Behavior: A Key Success Factor for Managers in Tourism Business," *BU Academic Review*, 5 (1), 1 – 8.
- Coleman, J.S. (1988), "Social Capital in the Creation of Human Capital," *The American Journal of Sociology*, 94(Supplement), 95 – 120.
- Davenport, T. H. and Prusak, L. (2000), *Working knowledge: How organizations manage what they know* Boston, MA: Harvard Business School Press
- Davidsson, P. and Honig, B. (2003), "The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs," *Journal of Business Venturing*, 18(3) 301-331.
- Desimone, R.L., Werner, J.M. and Harris, D.M. (2002), *Human Resource Development 3rd Edition* Ohio: Thomson South - Western
- Garllarza, M.G. and Suara, I.G. (2006), "Value Dimensions, Perceived Value, Satisfaction and Loyalty: An Investigation of University Students' Travel Behaviour," *Tourism Management*, 27, 437 – 52.
- Gimeno, J., Folta, T.B., Cooper, A.C. and Woo. C.Y. (1997), Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firms *Administrative Science Quarterly*, 42, 750 – 783.
- Gomez – Mejia, L.R., Balkin, D.B. and Cardy, R.L. (1998), *Managing Human Resources 2nd Edition* New Jersey: Prentice Hall
- González, A.M. and Bello, L. (2002) The Construct "Lifestyle" in Market Segmentation: The Behavior of Tourist Consumers *European Jouranl of Marketing*, 36(1/2), 51 – 85.
- Green, P.C. (1999) *Experiential Learning* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Grönroos, C. (2008), "Service Logic Revisited: Who Creates Value? And Who Co-Creates?," *European Business Review*, 20(4), 298 - 314.

- Hilton Hotel (2013), "Program – Huanying Sign at Hilton Hotel to Serve Chinese Tourists," Accessed on 20 December 2013, On WWW at <http://www3.hilton.com/en/about/huanying/index.html>
- Holbrook, M.B. (2006), "Consumption Experience, Customer Value, and Subjective Personal Introspection: An Illustrative Photographic Essay," *Journal of Business Research*, 59(6), 714 – 25.
- Holbrook, M.B., and Hirschman, E.C. (1982), "The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun," *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.
- Holt, D.B. (1995), "How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices," *Journal of Consumer Research*, 22 (1), 1 – 16.
- Johns, N. and Gymióthy, S. (2002), "Market Segmentation and the Prediction of Tourist Behavior: The Case of Bornholm, Denmark," *Journal of Travel Research*, 40(3), 316 – 327.
- Keng, K.A. and Cheng, J.L.L. (1999), "Determining Tourist Role Typologies: An Exploratory Study of Singapore Vacationers," *Journal of Travel Research*, 37(4), 382 – 390.
- Kolb, D.A. (1984), *Building Robust Competencies: Linking Competencies to Human Resource Systems* San Francisco: Jossey-Bass Publisher.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2012) *Marketing Management* Eds. 14th New York: Prentice Hall.
- Lepak, D.P. and Snell, S.A. (1999), "The Human Resource Architecture: Toward a Theory of Human Capital Allocation and Development," *Academy of Management Review*, 24(1), 31 – 48.
- Li, X, Lai, C., Harrill, R., Kline, S., and Wang, L. (2011). "When East Meets West: An Exploratory Study on Chinese Outbound Tourists' Travel Expectations." *Tourism Management*. 32(3), 741-749
- Litvin, S.W., Crotts, J.C. and Hefner, F.L. (2004), "Cross-Cultural Tourist Behavior: a Replication and Extension Involving Hofstede's Uncertainty Avoidance Dimension," *International Journal of Tourism Research*, 6(1), 29 – 37.
- Marx, K. ([1867, 1885, 1894] 1995) *Capital: A New Abridgement*, (David McLellan, ed) Oxford: Oxford University Press.
- Mathis R.L. and Jackson, J.H. (2011) *Human Resource Management* 10th Edition, Ohio: Thomson South – Western
- McAlexander, J.H., Schouten, J.W. and Koenig, H.F. (2002) "Building Brand Community," *Journal of Marketing*, 66(1), 38-54.
- Mondou, V, and Taunay, B. (2012). "The Adaptation Strategies of the Cruise Lines to the Chinese Tourists." *Tourism*. 60(1), 43-54.

- Mondy, W.R., Noe, R.M. and Premeaux, S.R. (2000) *Human Resource Management 8th Edition* New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Muñiz, A.M. Jr. and O'Guinn, T.C. (2001) "Brand Community," *Journal of Consumer Research*, 27(1), 412–32.
- Muñiz, A.M., Jr., and Schau, H.J. (2005), "Religiosity in the abandoned apple Newton brand community," *Journal of Consumer Research*, 31(4), 737 – 47.
- Noe, R.A, Hollenbeck, J., Gerhart, B. and Wright, P. (2010) *Fundamentals of Human Resource Management 2nd Edition* Boston: McGraw—Hill
- Parnphumeesup, P. and Kerr, S.A. (2011), "Classifying Carbon Credit Buyers According to Their Attitudes Towards and Involvement in CDM Sustainability Labels," *Energy Policy*, 39 (10), 6271 – 6279.
- Pizam, A. and Sussmann, S. (1995), "Does Nationality Affect Tourist Behavior?" *Annals of Tourism Research*, 22(4), 901 – 917.
- Pongsakornrunsilp, S. (2010), "Value Co-Creation Process: Reconciling S-D Logic of Marketing and Consumer Culture Theory within the Co-Consuming Group," *PhD Dissertation*, University of Exeter, UK.
- Pongsakornrunsilp, S. and Schroeder, J.E. (2011), "Understanding Value Co-Creation Process in Co-Consuming Brand Community," *Marketing Theory*, 11 (3), 303 – 324.
- Park, D.B. and Yoon, Y.S. (2009), "Segmentation by Motivation in Rural Tourism: A Korean Case Study," *Tourism Management*, 30, 99 – 108.
- Pongsakornrunsilp, S., Pusaksrikit, T. and Schroeder, J.E. (2011) "Co-Creation through Fear, Faith and Desire," In Bradshaw, A., Hackley, C. and Maclaren, P. (eds.) pp.333 – 344, *European Advances in Consumer Research*, Volumn 9.
- Ree, D. (2004) *In People Management: Challenges and Opportunities* New York: Palgrave.
- Robbins, S.P. and DeCenzo, D.A. (2005) *Fundamentals of Human Resource Management 8th Edition* Hoboken: John Wiley & Sons Inc
- Ryan, C., and Gu, H. (2008) *Tourism in China: Destination, cultures and communities*.
- Schau, H. J., Muñiz Jr., A.M. and Arnould, E.J. (2009), "How Brand Community Practices Create Value," *Journal of Marketing*, 73(5), 30 - 51.
- Schroeder, J.E. (2009), "The Cultural Codes of Branding," *Marketing Theory*, 9 (1), 123 – 26.
- Schultz, T.W. (1961), "Investment in Human Capital," *The American Economic Review*, 51(1), 1 – 17.
- Shaw, G. and Williams, A. (2004), *Tourism and Tourism Spaces*, Sage, London.
- Sims, R. R. (1998) *Reinventing Training and Development* Westport, CT: Quorum Books.

- Son, H.H. (2010), "Human Capital Development," *Asian Development Review*, 27 (2), 29 – 56.
- Sparks, B., Bradley, G., and Jennings, G. (2011), "Customer Value and Self-Image Congruency at Different Stages of Timeshare Industry," *Tourism Management*, 32, 1176 - 1185.
- Sparks, B., Butcher, K. and Bradley, G. (2008), "Dimensions and Correlates of Consumer Value: An Application to Timeshare Industry," *International Journal of Hospitality Management*, 27, 98 – 108.
- UNWTO (2014), "International Tourism Exceeds Expectations with Arrivals up by 52 Millions in 2013," On WWW at <http://media.unwto.org/press-release/2014-01-20/international-tourism-exceeds-expectations-arrivals-52-million-2013>.
- Vargo, S.L., and Lusch, R.F. (2004) "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing," *Journal of Marketing*, 68(January), 1 – 17.
- Vargo, S.L., and Lusch, R.F. (2008) "Service-Dominant Logic: Continuing the Evolution," *Journal of the Academic Marketing Science*, 36, 1 – 10.
- Wattanasuwan, K. and Elliott, R. (1999) "The Buddhist Self and Symbolic Consumption: The Consumption Experience of the Teenage Dhammakaya Buddhists in Thailand," *Advances in Consumer Research*, 26, 150-155.
- Yu, X, and Weiler, B. (2001). "Mainland Chinese Pleasure Travelers to Australia: A leisure behavior analysis." *Tourism, Culture and Communication*. 3(1), 81-91.
- Zhang, H.Q., and Heung, V.C.S. (2001). "The Emergence of the Mainland Chinese Outbound Travel Market and Its Implications for Tourism Marketing." *Journal of Vocation Marketing*. 8(1), 7-12.

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1
การลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล

1) กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาติน โดยมีผู้เข้าร่วม จำนวน 18 คน



2) กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนอ่าวลึก บ้านถ้ำเสือ โดยมีผู้เข้าร่วม จำนวน 19 คน





3) กลุ่มสถาบันการอาชีวศึกษา จังหวัดกระบี่ โดยมีผู้เข้าร่วม 6 คน



4) กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ได้แก่ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยมีผู้เข้าร่วม 12 คน



5) ผู้ประกอบการและสมาชิก สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในวันประชุมประจำเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม พ.ศ. 2556 โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 35 คน





6) กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนเกาะกลาง คลองประสงค์ โดยมีผู้เข้าร่วม จำนวน 28

คน



7) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัด

กระบี่ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 12 คน





8) กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ได้แก่ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยมีผู้เข้าร่วม 10 คน

- 9) การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้
 - 9.1) ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่
 - 9.2) นายกสมาคมธุรกิจโรงแรม จังหวัดกระบี่
 - 9.3) อาจารย์ปัญญา เชื้อบ้านเกาะ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยการอาชีพ อ่าวลึก
 - 9.4) ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ Shine-Taley เกาะลันตา จังหวัดกระบี่
 - 9.5) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หมู่เกาะพีพี
 - 9.6) นายบรรณ หงษ์ทอง ประธานกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนทุ่งหยีเพ็ง เกาะลันตา
 - 9.7) นายกสมาคมพันธมิตรการท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่
 - 9.8) นายกสมาคมธุรกิจไทย จีน จังหวัดเชียงใหม่

ภาคผนวกที่ 2
แบบสอบถามนักท่องเที่ยว



แบบสอบถาม
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่



คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบจากการ

เปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เพื่อนำมาจัดกลุ่มนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ ในการตอบคำถามจะใช้เวลาประมาณ 15-20 นาที ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ: หน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจยั่งยืน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ โทร. 075-672292 email: csekrabi56@gmail.com

ตอนที่ 1: ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาระบุข้อมูลจริง และ เขียนเครื่องหมาย ✓ หน้าช่องที่ตรงกับคำตอบตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

- ก่อนที่ท่านจะเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ ท่านเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นมาก่อนหรือไม่

☐ 1. ไม่ใช่	☐ 2. ใช่ แหล่งท่องเที่ยวใดบ้าง (โปรดระบุ).....
------------------------------------	---
- หลังจากที่ท่านเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ ท่านวางแผนเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นอีกหรือไม่

☐ 1. ไม่ใช่	☐ 2. ใช่ แหล่งท่องเที่ยวใดบ้าง (โปรดระบุ).....
------------------------------------	---
- ท่านเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้กับใคร

☐ 1. คนเดียว	☐ 2. กลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก	☐ 3. มากับสามี/ภรรยา/คู่รัก 2 คน
☐ 4. กลุ่มญาติ ครอบครัว บุตรหลาน	☐ 5. อื่นๆ ระบุ	
- จำนวนผู้ร่วมเดินทางของท่านในครั้งนี้ (รวมตัวท่านด้วย).....คน
- ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ท่านเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. ท้องเที่ยว 4 เกาะทะเลแหวก	☐ 2. สระมรกต	☐ 3. สุสานหอย 75 ล้านปี
☐ 4. ท่าปอมคลองสองน้ำ	☐ 5. เกาะพีพี	☐ 6. หาดนพรัตน์ธารา
☐ 7. ถนนคนเดิน	☐ 8. บ่อน้ำพุร้อนเค็มคลองท่อม	☐ 9. ท้องเที่ยวชุมชนอ่าวลึก
☐ 10. ถ้ำไวกิ้ง	☐ 11. ชาร์โบกษณีย์	☐ 12. น้ำตกร้อน
☐ 13. เกาะลันตา	☐ 14. เทือกเขาภราดร	☐ 15. ชุมชนคลองประสงค์
☐ 16. หาดทรายร้อน	☐ 17. อื่น ๆ โปรดระบุ.....	
- ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เป็นครั้งที่ (รวมครั้งนี้ด้วย)
- ปัจจัยใดต่อไปนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ของท่านมากที่สุด? (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

☐ 1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา
☐ 2. ความมีชื่อเสียง / ความนิยม / การบอกต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว
☐ 3. ความสะดวกในการเดินทาง / เข้าถึงสะดวก / สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน
☐ 4. ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว
☐ 5. ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
☐ 6. ราคาค่าใช้จ่าย/ค่าครองชีพในการท่องเที่ยว
☐ 7. ศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น งานเทศกาลต่างๆ
☐ 8. ความเงียบสงบ / เป็นส่วนตัวในการมาพักผ่อน
☐ 9. ความหลากหลาย/ความอร่อยของอาหาร
☐ 10. ความเจริญทางการค้า/แหล่งช้อปปิ้ง
☐ 11. ความเป็นมิตรของผู้คนในจังหวัดกระบี่
☐ 12. อื่นๆ โปรดระบุ

8. ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ใครคือผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านมากที่สุด

- ☐ 1. บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ☐ 2. เพื่อน คนรู้จัก ☐ 3.ญาติ ครอบครัว บุตรหลาน
☐ 4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ☐ 5. ตนเอง ☐ 6. สามี/ภรรยา/คู่รัก
☐ 7. สื่อมวลชน ☐ 8. อื่นๆ ระบุ

9. ในการเดินทางครั้งนี้ ท่านใช้เวลาหรือวางแผนท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ทั้งหมด.....วัน

10. ประเภทของที่พักรแรม หรือคาดว่าจะพักรแรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. โรงแรม ☐ 2. บังกะโล/รีสอร์ท ☐ 3. เกสท์เฮาส์
☐ 4. บ้านญาติ/เพื่อน ☐ 5. อื่นๆ ระบุ.....

11. ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ ท่านเดินทางมายังจังหวัดกระบี่ด้วยยานพาหนะใด

- ☐ 1. รถยนต์ส่วนตัว ☐ 2. เครื่องบิน ☐ 3. รถโดยสารประจำทาง
☐ 4. รถเช่า ☐ 5. รถไฟ ☐ 6. อื่นๆ ระบุ

12. ท่านเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ภายในจังหวัดกระบี่ด้วยยานพาหนะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. รถยนต์ส่วนตัว ☐ 2. รถมอเตอร์ไซด์ ☐ 3. รถโดยสารประจำทาง
☐ 4. รถเช่า ☐ 5. รถสองแถว ☐ 6. อื่นๆ ระบุ

13. ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ของท่าน ท่านมีค่าใช้จ่ายดังต่อไปนี้เฉลี่ยต่อวันประมาณ.....บาท

ตอนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว								
ข้อ	ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ของท่าน ท่านทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อไปนี้ มากน้อย เพียงใด? (หรือ จำนวนครั้งของการทำกิจกรรมโดยประมาณ)	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย	น้อย ที่สุด
		7	6	5	4	3	2	1
14	เล่นน้ำทะเลตามชายหาด เล่นน้ำตก							
15	ดำน้ำตื้นแบบสน็อกเกิ้ลระดับผิวน้ำ							
16	ดำน้ำลึกแบบสคูบ้า							
17	นั่งเรือสปีดโบ๊ท บานาน่าโบ๊ท							
18	พายเรือแคนู คายัค							
19	ปั่นจักรยาน พายเรือคายัค โกล์ฟ ATV ยิงปืน							
20	ส่องสัตว์ ดูนก							
21	ปีนเขา ปีนผา							
22	ล่องแก่ง เดินป่า ขี่จักรยานเสือภูเขา ศึกษาธรรมชาติ							
23	ขี่จักรยาน							
24	นั่งรถชมวิว ชมสถานที่ ชมวิวทิวทัศน์ ดูสถานที่ต่างๆ ไปเรื่อยๆ							
25	ล่องเรือ ล่องแพ							
26	เที่ยวตามภูเขา หินผา โพร่ง ถ้ำ บ่อน้ำพุร้อน							
27	ศึกษาเที่ยวชม ป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าพรุ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนเกษตร พื้นที่ เกษตรกรรม ฟาร์มต่างๆ							
28	ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาล ต่างๆ ในท้องถิ่น							

29	เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเก่าแก่ของท้องถิ่นนั้น เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาสนสถาน							
30	ประชุม สัมมนา ดูงาน							
31	ทัศนศึกษา เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ							
32	ละครเวที แสดงโชว์ คาบาเร่ต์ ภาพยนตร์							
33	เยี่ยมญาติ เพื่อน							
34	ทำกิจกรรมทำบุญ ให้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์							
35	พูดคุย คลุกคลีกับชาวบ้านในพื้นที่							
36	เที่ยวตามจุดชมวิวยอดนิยม ป้าย หรือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อถ่ายภาพเก็บไว้เป็นที่ระลึก							
37	ทำกิจกรรมที่เน้นการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจ เช่น นวดสปา นวดแผนไทย นวดจับเส้น อบไอน้ำ ฯลฯ เพื่อผ่อนคลาย							
38	เที่ยวผับ บาร์ ไนต์คลับ หรือสถานบันเทิงต่างๆ ยามค่ำคืน							
39	ออกไปปาร์ตี้ชายหาด กิจกรรมชายหาดแบบ Nightlife เช่น คลับ บาร์ และเชค							
40	ทัวร์ในตัวเมือง กินกาแฟ เล่นอินเทอร์เน็ต							
41	ซื้อป๊อปปิ้ง ซื้อของกิน ของที่ระลึก ของฝาก							
42	ซื้อป๊อปปิ้ง เดินดูของตามห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ถนนคนเดิน							
43	ชิมอาหารอร่อยตามร้านที่มีชื่อเสียงของเมือง							
44	พักผ่อนและทำกิจกรรมต่างๆอยู่ภายในบริเวณ โรงแรมที่พัก หรือบริเวณใกล้เคียง พักผ่อนอย่างสบายๆ เป็นส่วนตัว ไม่วุ่นวาย							
2.2 ด้านความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว								
ข้อ	ท่านสนใจหรือชื่นชอบลักษณะการท่องเที่ยวต่อไปนี้ มากที่สุดเพียงใด	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด
		7	6	5	4	3	2	1
45	สถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไปแล้ว มีความคุ้นเคย และปลอดภัย							
46	สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ที่ยังไม่เคยไปมาก่อน							
47	สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก เสียแค่ไหนก็ไป							
48	สถานที่ท่องเที่ยวที่ยังคงสภาพดั้งเดิมไว้มากที่สุด							
49	สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม มีการบอกต่อ อยู่ในกระแส							
50	การท่องเที่ยวแบบตามรอยภาพยนตร์ ละคร นิยายสาร							
51	การท่องเที่ยวต่างประเทศ							

52	การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่							
53	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ หรือ เชิงอนุรักษ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม							
54	การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และการดูแลตนเอง เช่น สปา							
55	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ เทศกาล และประเพณีท้องถิ่น							
56	การท่องเที่ยวที่ได้ทำความรู้จักเพื่อนใหม่ๆ หรือการได้เข้าสังคม							
57	การท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการทำบุญไหว้พระสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์							
58	บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน ครึกครื้น คนเยอะ							
59	บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว เงียบ สงบ ไม่ค่อยมีคน							
60	การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ตื่นเต้นท้าทาย ใช้กำลังและความพยายาม เสี่ยงแค่ไหนก็ทำ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา							
61	การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมที่ต้องใช้แรงบ้าง แต่ไม่มากนัก มีความปลอดภัย ไม่เสี่ยงอันตราย							
62	การท่องเที่ยวแบบเน้นความสะดวกสบาย สะอาด ปลอดภัย และไม่เหน็ดเหนื่อย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน							
63	การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองต่อสมาชิกในกลุ่มได้ในทุกช่วงวัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอสมควร							
64	การท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มความรู้ ทักษะ ความสามารถและประสบการณ์ต่างๆ เช่น ทักษะศึกษา ดูงาน เที่ยวและเรียนภาษาฯลฯ							
65	ท่องเที่ยวแบบเน้นการเที่ยวชมสถานที่ไปเรื่อยๆ เที่ยวชมวิวทิวทัศน์ หรือสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์							
66	กิจกรรม Nightlife ตามชายหาดยามค่ำคืน, บาร์ดีชายหาด เช่น บาร์และเชค							
67	การท่องเที่ยวที่มีการจำกัดสิทธิ์ให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น จำกัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวชั้นดี รายได้สูงเท่านั้น							
2.3 ความคิดเห็นด้านการบริโภคทางการท่องเที่ยว								
ข้อ	ความคิดเห็นด้านการบริโภคทางการท่องเที่ยวในปี	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด
		7	6	5	4	3	2	1

ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวกระบี่ ด้วยเหตุผลต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด?								
68	เพื่อพักผ่อน / ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน							
69	เพื่อประชุม / สัมมนา							
70	เพื่อเจรจา / ติดต่อธุรกิจ							
71	เพื่อเล่น / ชมกีฬาต่างๆ							
72	เพื่อศึกษาวิถีชีวิตชุมชน / วัฒนธรรม / ประเพณี / ศาสนาในท้องถิ่น							
73	เพื่อทำความรู้จักเพื่อนใหม่ๆ / เข้าสังคม							
74	เพื่อดูแลและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย / จิตใจ							
75	เพื่อการศึกษาเรียนรู้ / หาความรู้ / ทำวิจัย / ศึกษาดูงาน							
76	เพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน / เพื่อใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัว							
77	เพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์							
78	เพื่อช้อปปิ้ง / เลือกซื้อสินค้า							
79	เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจในชีวิตประจำวัน							
80	เพื่อปลดปล่อยตัวเองให้มีอิสระ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง							
81	เพื่อให้บุคคลอื่นชื่นชมยกย่อง สร้างสถานภาพทางสังคม							
ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวในกระบี่ในลักษณะต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด?								
82	ไปคนเดียว แบบไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ใดๆ							
83	ไปคนเดียว แต่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ด้วยส่วนหนึ่ง							
84	ไปกับบริษัททัวร์ กรุ๊ปทัวร์							

85. ท่านจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่อีกหรือไม่

- ☐ 1. มาแน่นอน ☐ 2. อาจจะกลับมาอีก ☐ 3. ไม่มาแน่นอน (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 87)

86. เหตุผลที่ทำให้ท่านต้องการกลับมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ที่สำคัญที่สุดคือข้อใด (กรุณาเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว | ☐ 2. ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ประทับใจ |
| ☐ 3. ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย | ☐ 4. ความต้องการของเพื่อน ญาติ หรือครอบครัว |
| ☐ 5. อาหารการกินที่หลากหลาย | ☐ 6. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว |
| ☐ 7. ความประทับใจส่วนตัว | ☐ 8. อื่นๆ โปรดระบุ |

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม (กรุณาตอบทุกข้อ)

87. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

88. อายุ.....ปี

89. รายได้ต่อเดือนของท่าน ประมาณ.....บาท

90. ระดับการศึกษา ☐ 1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ☐ 2. มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า
☐ 3. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า ☐ 4. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
☐ 5. สูงกว่าปริญญาตรี

91. อาชีพหลัก ☐ 1. นักเรียน / นักศึกษา ☐ 2. พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน
☐ 3. ผู้บริหารบริษัทเอกชน ☐ 4. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

- ☐ 5. พ่อค้า/ นักธุรกิจ/ ประกอบกิจการส่วนตัว ☐ 6. ไม่ได้ทำงาน/ กำลังว่างงาน
- ☐ 7. รับจ้าง ☐ 8. เกษียณอายุ
- ☐ 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

92. สถานภาพสมรส

- ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส ☐ 3. หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่

93. ถิ่นที่อยู่อาศัย ปัจจุบัน อาศัยอยู่ในจังหวัด.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือของท่านในการตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนตามความเป็นจริง ขอให้สนุกกับการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้



Tourist Questionnaire Tourist Behavior in Krabi



This survey is part of a research project - Impacts of change in Tourism Market Structure and Tourists' Behavior in Krabi

Province. It aims to study tourist behavior in Krabi for clustering tourists.

Your personal data will be kept confidentially. This questionnaire may take your time about 15 – 20 minutes. We would like to gratitude your cooperation for responding to this questionnaire.

If you need further information, please do not hesitate to contact: Consumption and Sustainable Economy Research Unit Walailak University Tel. 075-672292 email: csekrabi56@gmail.com

Part 1: Tourist Behavior

Instruction: Please specify your information and mark ✓ in front of your answer only one answer except the item noted that "You can answer more than one question".

1. Have you visited other tourism destination before visiting here?

- ☐ 1. No ☐ 2. Yes Please specific your final destination.....

2. Do you plan to visit other tourism destination after visiting here?

- ☐ 1. No ☐ 2. Yes Please specific your final destination.....

3. Whom do you travel with?

- ☐ 1. Alone ☐ 2. Friends ☐ 3. With husband/wife/partner only
☐ 4. Family and Relatives ☐ 5. Other please specific.....

4. A number of members in this trip (including you)..... person(s)

5. Which tourism destinations or activities did you do in Krabi? (You can choose more than 1 answer)

☐ 1. Travelling 4 islands, Separated Seas, Krabi (Separated Sea, Koh Kai, Koh Poda and Phra Nang Cave)

- | | |
|--|---|
| ☐ 2. The Emerald Pool | ☐ 3. Fossil Shell Beach 75 million years |
| ☐ 4. Klong Song Num | ☐ 5. Koh Phi Phi |
| ☐ 6. Nopparatthara Beach | ☐ 7. Krabi Walking Street |
| ☐ 8. Salty Hot Spring Klong Tom | ☐ 9. Ao Luk Tourism Community |
| ☐ 10. Viking Cave | ☐ 11. Tarn Bok Koranee |
| ☐ 12. Nam Tok Ron, Klong Tom | ☐ 13. Koh Lunta |
| ☐ 14. Garose Mountain Range | ☐ 15. Klong Prasong Tourism Community |
| ☐ 16. Hot Sand Beach | ☐ 17. Other Please specific..... |

6. How many times do you visit this destination (including this time)?

7. What is the factors which most influence your decision-making to visit the South of Thailand? (Please answer only 1 answer)

- ☐ 1. Beauty or charm of natural tourist attractions such as seas, waterfalls, and mountains
- ☐ 2. Fame or reputation / Popularity / Word of mouth on tourists' experiences
- ☐ 3. Ease of travel / Convenience of accessibility / Complete facilities
- ☐ 4. Advertisement and public relations of tourism
- ☐ 5. Diversity of tourism activities
- ☐ 6. Expenses / Prices / Cost of living in traveling

- ☐ 7. Arts and cultures / Local Traditions / Festivals
- ☐ 8. Quietness/Peacefulness/Private in relaxation
- ☐ 9. Deliciousness / Diversity of foods
- ☐ 10. Commercial progress/Shopping centers
- ☐ 11. Friendship of people in Krabi
- ☐ 12. Others Please specific.....

8. Who is the most influence person for your decision making to travel? (Please choose only 1 answer)

- ☐ 1. Travel agency/ guide ☐ 2. Friends ☐ 3. Family and Relatives
- ☐ 4. Tourism Authority of Thailand ☐ 5. Yourself ☐ 6. Husband/wife/partner
- ☐ 7. Mass media ☐ 8. Other please specific.....

9. In this trip, How long do you stay/plan to stay in Krabi?.....days

10. Which accommodation did you stay? (You can answer more than 1)

- ☐ 1. Hotel ☐ 2. Bungalow/resort ☐ 3. Guesthouse
- ☐ 4. Relatives/friends' house ☐ 5. Other please specific.....

11. How did you travel to Krabi?

- ☐ 1. Personal car ☐ 2. Plane ☐ 3. Bus
- ☐ 4. Rental car ☐ 5. Train ☐ 6. Other please specific...

12. How did you travel within Krabi? (You can answer more than 1)

- ☐ 1. Personal car ☐ 2. Motorcycle ☐ 3. Bus ☐ 4. Rental Car
- ☐ 5. Taxi/ Song Taew ☐ 6. Bicycle ☐ 7. Other please specific...

13. How much do you spend per day during your trip in Krabi?..... \$US

Part 2: Tourists' Lifestyle

Part 2: Tourists' Lifestyle

2.1 Tourism Activities								
No.	During this trip, how often do you do these tourism activities? (or approximately number of times)	Most	Much	Quite Much	Fair	Quite Less	Less	Least
		7	6	5	4	3	2	1
14	Enjoy the sea water along the beach / Enjoy waterfall							
15	Skin diving / Snorkeling							
16	Scuba diving (deep water diving)							
17	Speed Boat / Banana Boat							
18	Canoe / Kayak							
19	Enjoy bungee Jump / Paint Ball / Go-Kart / ATV / Gun shooting							
20	Birds shooting / Fishing							
21	Climbing / Cliff climbing							
22	Rafting / Hiking, trekking, mountain biking, and nature study							
23	Cycling							
24	Car or bus sightseeing							
25	Cruise / Boat sightseeing / Raft floating							

26	Visit mountain / Jutting rock / Cliff / Cave / Hole / Hot spring							
27	Visit mangrove forests / Beach forests / Swamp forests / National parks / Parks / Agricultural sites or areas / Farms							
28	Visit historical tourist attractions or local ancient ruins, such as museums, monuments, temples, religious places, etc.							
29	Study lifestyles, cultures, traditions, and local festivals of local people							
30	Meeting or conferences / Seminars / Observation tours							
31	Field trips / Visual educations / Educational tours							
32	Musicals / Shows / Cabarets / Theaters							
33	Visit relatives / friends							
34	Making merit / pay homage to the holy shrines (or Buddha images)							
35	Talking , associate, or make friends with the local people							
36	Visit the viewpoints, signs or symbols representing the city's identity, and take a photo as a memorial or remembrance.							
37	Enjoy activities related to physical and mental health care such as Spa massage, Thai massage, sauna etc. for relaxing.							
38	Visit pubs, bars, nightclubs, and karaoke or entertainment venues.							
39	Enjoy holiday beach party / Nightlife activities such as bars and clubs							
40	City tour / go to coffee shop and enjoy Wi-Fi (internet)							
41	Shopping for foodstuff, gifts, souvenirs, and local products.							
42	Shopping / window-shopping along department stores, market fair (open air market), or walking street.							
43	Enjoy tasting the delicious foods of the famous local restaurants.							

44	Enjoy and relax with the leisure activities within the hotel or nearby. / Relaxation with private, quiet, and peaceful atmosphere.							
2.2 Tourism Interest								
No.	Opinions on Tourism Consumption in Krabi	Most	Much	Quite Much	Fair	Quite Less	Less	Least
		7	6	5	4	3	2	1
45	Familiar tourist attractions with safety that you have been go there before.							
46	New tourist attractions that you never go there before.							
47	Seeking new and unseen tourist attractions that unbeknown even though there are some risk-taking or unsafe.							
48	Tourist attractions that still remain an old/classic nature as ever as much as possible.							
49	Famous, well-known, and popular tourist attractions (in trend)							
50	Traveling by following the trail of films, series, and magazines.							
51	Traveling outside your country / International travel							
52	Traveling within my country / Domestic travel							
53	Ecotourism / Environmentally-friendly tourism							
54	Health (care) Tourism such as Spa							
55	Cultural Tourism, study lifestyles of local people, and study local history and traditions.							
56	Social tourism that can make new friends, or socialize.							
57	Travel during the sanctity worship trip (travel trip to make merit)							
58	Fun, entertaining, and crowded atmosphere in traveling							
59	Private, quiet, and peaceful atmosphere in traveling							
60	Adventure tourism with exciting and							

	challenging, use strength and effort, even though there are risks. / Sport tourism							
61	Tourism with activities that require some strength and effort with safe (without risk).							
62	Tourism with focused on convenience, comfort, safety, without tiredness, and with complete facilities.							
63	Tourism that provides various activities to meet all groups of people at all age, with fair facilities available.							
64	Tourism that provides knowledge, skills, abilities and experiences, such as field trips, observation tours, and travel with language study.							
65	Sightseeing-oriented tourism on scenic views, natural beauty, and fresh air.							
66	Nightlife activities along the beach and beach parties, such as clubs, bars and discotheques.							
67	Tourism that restrict the right for specific group of tourists, such as for high-class and high income tourists only.							

2.3 Opinions on Tourism Consumption

No.	Opinions on Tourism Consumption in Krabi	Most	Much	Quite Much	Fair	Quite Less	Less	Least
		7	6	5	4	3	2	1
How often do you visit <u>Krabi</u> with these <u>reasons/purposes</u> ?								
68	To relax / To ease (reduce) stress from working							
69	To have or join a conference / seminar							
70	To do business / Business dealing / Business negotiation							
71	To play or watch sports							
72	To study lifestyles, cultures, traditions, and religious of local people							
73	To make new friends / To socialize							
74	To care, maintain, and refresh physical and mental health							
75	To study (education) / To research / Observation tour							

76	To visit relatives or friends / To spend time with family members							
77	To worship the holy things							
78	To shop / shopping							
79	To gain new experiences / To move to the new environments							
80	To free myself / To look for my real need							
81	To get admiration from others / to my create social status							
How often do you travel to <u>Krabi</u> with these <u>styles</u>?								
82	Travel by myself, don't buy any packages tour							
83	Travel by myself, and buy some packages tour in tourist destination.							
84	Travel with tour group / tour agency							

85. Do you plan to come back for visiting Krabi again?

- ☐ 1. Absolutely yes ☐ 2. May be ☐ 3. Absolutely no (Please go to 87)

86. What is the most significant reason for your plan to visit Krabi again? (Please answer only one)

- ☐ 1. The beautiful of destination ☐ 2. Appreciated tourism experience
☐ 3. Worthwhileness of money ☐ 4. Friends/Relatives/Family's desire
☐ 5. A variety of food ☐ 6. A variety of tourism activities
☐ 7. Self impression ☐ 8. Other Please specific

Part 3: Background of Tourists (Please answer all questions)

87. Gender ☐ 1. Male ☐ 2. Female

88. Age.....Years

89. Your Income per Month (approximately).....US\$

90. Education Background

- ☐ 1. Primary School or lower ☐ 2. High school or Equivalent
☐ 3. Diploma or Equivalent ☐ 4. Bachelor's degree or Equivalent
☐ 5. Higher than Bachelor's degree

91. Main Occupation (only 1 answer)

- ☐ 1. Student ☐ 2. Private company employee
☐ 3. Private company executive ☐ 4. Government/State enterprise officer
☐ 5. Merchant/ /Business owner ☐ 6. Unemployment
☐ 7. Freelance / General employee ☐ 8. Retired
☐ 9. Unemployed ☐ 10. Others (Please specify).....

92. Status

- ☐ 1. Single ☐ 2. Married ☐ 3. Divorce, Separated,

93. Country of Residence.....

We would like to gratitude your cooperation for answering this questionnaire. Please enjoy your trip.



調查問卷 遊客在甲米的行為



說明：此調查問卷是市場結構變化的影響和甲米遊客行為的研究的一部分，我們的目標是研究甲米遊客的行為。以將遊客分組，從這份問卷所獲得的資料將被保密。在回答問卷時，大約需要15-20分鐘。研究人員非常謝謝您在本次調查的合作。

欲了解更多信息，請聯繫：消費與知足經濟研究單位。 Walailak 大學 電話. 075-672292 email: csekrabi56@gmail.com

part 1: 受訪者的旅遊行為信息。

解釋: 請註明真實的資料。並在最接近您情況的答案前打勾✓

1. 來到此旅遊地之前。有否去過其他旅遊地。

- ☐ 1. 沒有 ☐ 2. 有, 那些旅遊地 (請註明).....

2. 當您得到這個景點之後 你有否打算前往其他旅遊地

- ☐ 1. 沒有 ☐ 2. 有, 那些旅遊地 (請註明).....

3. 你與誰一起來旅遊

- ☐ 1. 一個人 ☐ 2. 朋友/熟人 ☐ 3. 丈夫/妻子/ 情侶 2 人
☐ 4. 親戚, 家庭及孩子 ☐ 5. 其他, 請註明.....

4. 這個旅程的參與者人數。(包括你)..... 人

5. 此次來甲米旅遊，你去過那些地方 (可答多於1 項)

- | | | |
|--|--|---|
| ☐ 1. 4 個露出島 | ☐ 2. 玉池 | ☐ 3. 貝殼墓7500 萬年 |
| ☐ 4. 踏邦2 水河 | ☐ 5. PP 島 | ☐ 6. 披披群島 |
| ☐ 7. 夜街 | ☐ 8. KhlongThom熱水泉 | ☐ 9. 奧律社區 |
| ☐ 10. Viking 山洞 | ☐ 11. ThanBogKgoranee | ☐ 12. 熱瀑布 |
| ☐ 13. 蘭大島 | ☐ 14. Karos 群山 | ☐ 15. Khlong Prasom 社區 |
| ☐ 16. 熱沙灘 | ☐ 17. 其他, 請註明..... | |

6. 你到甲米旅遊是第次 (包括這一次)

7. 以下哪些因素，影響你決定前往甲米旅遊最多? (只能選擇一個答案)

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. 美麗的自然景點，如瀑布，高山，大海。 | |
| ☐ 2. 著名/流行/遊客相告的經驗。 | |
| ☐ 3. 交通方便/易於到達/設施齊全 | ☐ 4. 旅遊安全。 |
| ☐ 5. 旅遊多樣活動 | ☐ 9. 多樣品種的食物 |
| ☐ 6. 旅遊價格/旅遊消費 | ☐ 10. 商業/購物中心的發達。 |
| ☐ 7. 當地的文化，節慶。 | ☐ 11. 人民的友善 |
| ☐ 8. 隱居/隱私的休閒。 | ☐ 12. 其他, 請註明..... |

8. 關於旅行的決定，誰影響你的決定最大。

- | | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|---|
| ☐ 1. 旅行社，導遊。 | ☐ 2. 朋友，熟人。 | ☐ 3. 親戚, 家庭及孩子 |
| ☐ 4. 泰國國家旅遊局 | ☐ 5. 自己 | ☐ 6. 丈夫/妻子/ 情侶 2 人 |

☐ 7.媒體 ☐ 8. 其他，請註明.....

9. 在這個旅程，你打算在甲米旅遊共.....天

10. 預期要住的酒店住宿類型 (可答多於1項)

☐ 1. 酒店 ☐ 2. 平房/度假春 ☐ 3. 賓館。 ☐ 4. 親戚/朋友家 ☐ 5. 其他 請註明.....

11. 這次的旅遊，你用什麼交通工具來到甲米

☐ 1. 私人汽車。 ☐ 2. 飛機 ☐ 3. 巴士
☐ 4. 租車 ☐ 5. 火車 ☐ 6. 其他請註明.....

12. 你在甲米到各處去旅遊，用什麼交通工具 (可答多於1項)

☐ 1. 私人汽車 ☐ 2. 摩托車。 ☐ 3. 巴士
☐ 4. 租車 ☐ 5. 小型巴士 ☐ 6. 其他請註明.....

13. 你這次旅行，平均每天..... 銖

Part 2: 有關受訪者的生活方式。

2.1 有關旅遊活動。								
題	在這次甲米的旅行中，以下各活動的次數如何？ (或活動的大約次數)	最多	多	比較多	中等	比較少	少	最少
		7	6	5	4	3	2	1
14	在海灘/瀑布游泳。							
15	浮潛							
16	深度潛水。							
17	乘快艇/香蕉船。							
18	獨木舟/皮划艇運動。							
19	蹦極/彩彈/卡丁車/ATV車 / 打槍							
20	看動物/看鳥。							
21	遠足/登山。							
22	漂流/遠足，山地自行車。 觀察自然							
23	騎自行車。							
24	乘車看風景/觀光美景，觀光各地							
25	船游，乘浮筏游							
26	觀賞山，岩石，山洞，溫泉							
27	考察/觀賞紅樹林，沙灘森林，沼澤森林，國家公園，農業和農場等。							
28	研究有關文化，教育，生活方式和當地的節日。							

29	參觀歷史遺跡。歷史古蹟，古老的古蹟，如博物館，當地的寺院。							
30	會議/研討會/工作。							
31	实地考察 / 學習新的東西							
32	看國劇，歌舞表演，音樂，電影。							
33	探訪親戚/朋友。							
34	行善，拜佛，祭拜。							
35	與當地人交談。							
36	觀賞景點，或在景點標籤或代表當地特色的象徵處拍照做紀念							
37	做有關看護身體與心理的活動，如 SPA，泰式按摩，蒸汽烘等等以得到舒緩							
38	酒吧，夜總會，夜間娛樂場所							
39	沙灘派對/海灘活動，如夜生活的酒吧和俱樂部							
40	遊覽城市/喝咖啡/網絡。							
41	購物/購買食品，紀念品							
42	商場/逛百貨店，市場，夜市場。							
43	品嚐美味食品於各有名的餐廳							
44	酒店內或附近的休閒活動。 /私立的休息。							
2.2 對旅遊的興趣								
題	你對以下的旅遊型式的興趣如何	最多	多	比較多	中等	比較少	少	最少
		7	6	5	4	3	2	1
45	曾去過的旅遊景點，熟悉和安全。							
46	新景點，還沒去過的							
47	新景點，尚不被認識，有風險也不怕							
48	仍然維持最原始條件的景							

	點。							
49	著名的旅遊景點，廣受歡迎，口口相傳，在潮流中。							
50	依電影，電視劇，雜誌的蹤跡旅遊。							
51	國外旅遊							
52	在所住的國家旅遊							
53	生態旅遊或保護/與環境友好。							
54	健康旅遊，自我護理，例如水療。							
55	文化旅遊，考察當地人民的歷史，節慶和地方傳統生活的方式。							
56	旅行和結交新朋友，或參與社會。							
57	做善事，拜佛的旅遊							
58	人多，活潑有趣的旅遊氣氛							
59	安靜，人少的旅遊氣氛							
60	探險旅遊。令人興奮的挑戰。有風險的運動型式的旅遊							
61	有用力的活動的旅遊，但不是用力很多，沒有危險							
62	強調安全舒適的旅遊，不疲勞，有齊全的設施。							
63	有各種旅遊活動的旅遊，適合各種年齡，有適度的設施提供							
64	增強知識，技能，能力和經驗的旅遊，例如實地考察，旅遊，學習語言等。							
65	重點在觀光各旅遊景點，欣賞風景，或體驗大自然的美景和清新的空氣。							
66	在夜間海灘派對，酒吧和海灘的夜生活。							
67	只限制某些遊客組織的旅							

	遊，例如僅為高級的遊客而設者。							
2.3 旅遊消費的意見								
題	甲米的旅遊消費意見	最多	多	比較多	中等	比較少	少	最少
		7	6	5	4	3	2	1
你決定來甲米旅遊，以下的理由各佔多少份量								
68	為了放鬆/緩解工作壓力							
69	會議/研討會							
70	談判/業務聯絡							
71	為了參加/觀看體育比賽。							
72	為了研究社區生活/文化/傳統/當地宗教							
73	為了結交新朋友/社交。							
74	保持和恢復健康的身/心。							
75	為了學習/了解/研究/工作實習。							
76	拜訪親戚/朋友/與家人團聚。							
77	為了祭奠神聖。							
78	為了購物/選購貨品。							
79	為了體驗新奇的經驗/改變單調的日常生活。							
80	為了釋放自己/尋找真正的需求。							
81	為了使人欽佩/製造社會地位。							
你選擇在甲米旅遊的方式，以下的理由各佔多少份量?								
82	自己去 不買任何旅行團配套。							
83	自己去 但在各旅遊點買部份的配套							
84	與代理/旅行社一起去。							

85. 你會不會再回來甲米旅遊

☐ 1. 一定回來 ☐ 2. 可能會再回來 ☐ 3. 一定不回來 (請跳去做第 87 題)

86. 你會再回來甲米旅遊，最重要的理由是 (請只選一項)

☐ 1. 美麗的景點。 ☐ 2. 深刻的旅遊經驗印象

- ☐ 3. 花費值得其價值 ☐ 4. 朋友，親戚或家人的需求。
- ☐ 5. 多樣的食品 ☐ 6. 多樣的旅遊活動
- ☐ 7. 個人的深刻印象 ☐ 8. 其他,請註明.....

Part 4 回答調查問卷者的各人資料 (請答每一題)

87. 性別 ☐ 1. 男 ☐ 2. 女
88. 年齡.....歲
89. 月收入，約.....銖
90. 教育程度 ☐ 1. 小學或以下 ☐ 2. 中學或同等學歷
☐ 3. 專科或同等學歷 ☐ 4. 學士或同等學歷
☐ 5. 高於學士
91. 主要職業。 ☐ 1. 學生 ☐ 2. 職員 / 私人公司職員
☐ 3. 私人公司高級人員 ☐ 4. 官員/僱員。
☐ 5. 商人/商業/民營企業。 ☐ 6. 不工作/失業。
☐ 7. 僱員 ☐ 8. 退休
☐ 9 其他,請註明.....
92. 婚姻狀況 ☐ 1. 未婚 ☐ 2 結婚 ☐ 3. 喪偶，離婚，分居。
93. 住址 現在所住的縣市.....

研究員謝謝您幫忙實依答覆這份問卷。
 希望你享受這次的旅程。



Анкета для туристов Поведение туристов на Краби



Этот опрос является частью исследовательского проекта — «Факторы изменений в структуре рынка туризма и

поведении туристов в провинции Краби». Он ставит своей целью изучить поведение туристов на Краби для небольших групп туристов. Ваши персональные данные не подлежат разглашению. Эта анкета займёт у Вас примерно 15 — 20 минут. Мы хотели бы поблагодарить Вас за Ваше сотрудничество в предоставлении ответов на вопросы этой анкеты.

Если Вам нужна более подробная информация, просим обращаться в: Отдел потребления и самодостаточной устойчивой экономики, университет Валайлак, тел. 075-672292, e-mail: csekrabi56@gmail.com

Часть 1: Поведение туриста

Инструкция по заполнению: Укажите, пожалуйста, свою информацию и поставьте символ ☐ перед своим ответом. Давайте только один ответ, кроме случаев, когда в пункте стоит примечание о том, что «Вы можете ответить на более чем один вопрос».

1. Вы побывали в других популярных для туризма местах до того, как прибыли сюда?

☐ 1. Нет ☐ 2. Да Укажите, пожалуйста, свой конечный пункт.....

2. Вы планируете посетить другое популярное среди туристов место после Вашего визита к нам?

☐ 1. Нет ☐ 2. Да Укажите, пожалуйста, Ваш конечный пункт назначения

3. С кем Вы путешествуете?

☐ 1. Один (Одна) ☐ 2. С друзьями ☐ 3. Только с ужем/женой/партнёром
☐ 4. С семьёй и родственниками ☐ 5. Другой вариант. Укажите, с кем.....

4. Число участников этой поездки (включая Вас)..... человек(а)

5. Какие места Вы посетили и чем Вы занимались на Краби? (Вы можете выбрать более 1 варианта ответа)

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. Путешествие на 4 острова, Разделённые Моря, Краби (Разделённое Море, Ко Кай, Ко Пода и пещера Пхра Нанг) | |
| ☐ 2. Изумрудный Бассейн | ☐ 3. Пляж 75-миллионлетних окаменевших ракушек |
| ☐ 4. Клонг Сонг Нум | ☐ 5. Ко Пхи Пхи |
| ☐ 6. Пляж Ноппараттхара | ☐ 7. Пешеходная улица Краби |
| ☐ 8. Солёный горячий источник Клонг Том | ☐ 9. Туристическая община Ао Лак |
| ☐ 10. Пещера Викингов | ☐ 11. Тарн Бок Корани |
| ☐ 12. Нам Ток Рон, Клонг Том | ☐ 13. Ко Лунта |
| ☐ 14. Горный хребет Гаросе | ☐ 15. Туристическая община Клонг Прасонг |
| ☐ 16. Пляж горячего песка | ☐ 17. Свой вариант. Укажите, пожалуйста |

6. Сколько раз Вы посетили это место (в том числе этот раз)?

7. Каковы факторы, которые более всего повлияли на принятие Вашего решения посетить Юг Таиланда? (Выберите, пожалуйста, только 1 ответ)

☐ 1. Красота или очарование природных туристических достопримечательностей таких как моря, водопады и горы

☐ 2. Слава или репутация / Популярность / Узнали о туристических впечатлениях от знакомых

☐ 3. Лёгкость передвижения / Удобство доступности / Полный набор удобств

☐ 4. Реклама и туристическая информация для общественности

☐ 5. Разнообразие видов туристической активности

☐ 6. Расходы / Цены / Прожиточный уровень во время путешествия

☐ 7. Искусство и культура / Местные традиции / Фестивали

☐ 8. Тишина/Покой/Уединённость в релаксации

☐ 9. Вкус / Разнообразие блюд

☐ 10. Коммерческий прогресс / Торговые центры

☐ 11. Дружелюбие людей в Краби

☐ 12. Другое. Укажите, пожалуйста ...

8. Кто является самым влиятельным лицом в принятии Вашего решения в отношении путешествий? (Выберите, пожалуйста, только 1 ответ)

☐ 1. Турагентство / гид

☐ 2. Друзья

☐ 3. Семья и родственники

☐ 4. Туристическое Управление Таиланда

☐ 5. Вы сами

☐ 6. Муж/жена/партнёр

☐ 7. Средства массовой информации

☐ 8. Другое. Укажите, пожалуйста

9. В эту поездку, насколько вы остановитесь/планируете остановиться на Краби? дней

10. Где Вы остановились? (Вы можете отметить больше 1 одного варианта ответа)

☐ 1. Гостиница

☐ 2. Бунгало/курортный отель

☐ 3. Пансион

☐ 4. Дом родственников/друзей

☐ 5. Другое. Укажите, пожалуйста.....

11. Как Вы добирались до Краби?

☐ 1. Личный автомобиль

☐ 2. Самолёт

☐ 3. Автобус

☐ 4. Прокатный автомобиль

☐ 5. Поезд

☐ 6. Другое. Укажите, пожалуйста....

12. Как Вы перемещаетесь в пределах Краби? (Вы можете отметить больше 1 одного варианта ответа)

☐ 1. Личный автомобиль

☐ 2. Мотоцикл

☐ 3. Автобус

☐ 4. Прокатный автомобиль

☐ 5. Такси/ сонг тэв

☐ 6. Велосипед

☐ 7. Другое. Укажите, пожалуйста.....

13. Сколько Вы тратите в день во время своей поездки на Краби?.....
долл. США

Часть 2: Образ жизни туристов

2.1 Туристическая деятельность							
№	Во время этой поездки как часто Вы занимаетесь этими видами туристической деятельности? (или примерное число раз)	Более всего	Часто	Довольно часто	Средне	Менее часто	Реже
		7	6	5	4	3	2
14	Наслаждаетесь морской водой вдоль пляжа / Наслаждаетесь водопадом						

15	Ныряние / Подводное плавание с маской и дыхательной трубкой							
16	Подводное плавание с аквалангом (глубоководное плавание)							
17	Скоростная моторная лодка / Лодка банан							
18	Каное / Байдарка							
19	Наслаждаетесь тарзанкой/ пейнтболом/ картингом/ квадроциклами/ стрельбой							
20	Охотой на птиц / Рыбной ловлей							
21	Альпинизм / Восхождение на скалы							
22	Сплав на плоту / Ходьба пешком, пешеходный туризм, езда на горном велосипеде и изучение природы							
23	Езда на велосипеде							
24	Осмотр достопримечательностей на машине или автобусе							
25	Круиз / Осмотр достопримечательностей на корабле / Катание на плотах							
26	Поход в горы / Утёс / Скала / Пещера / Ущелье / Горячий источник							
27	Посещение мангровых лесов / Пляжные леса / Болотистые леса / Национальные парки / Парки / Сельскохозяйственные места или зоны / Фермы							
28	Посещение исторических туристических достопримечательностей или местных древних развалин, таких как музеи, памятники, храмы, религиозные места и др.							
29	Изучение образа жизни, культур, традиций и местных праздников местных жителей.							
30	Встреча или конференции / Семинары / Осмотровые экскурсии							
31	Экскурсии для учащихся / Наглядное образование / Обучающие экскурсии							
32	Мюзиклы / Шоу / Кабаре / Театры							
33	Посещение родственников / друзей							
34	Поклонение / дань уважения святыням (или изображениям Будды)							
35	Общение, тесные связи или дружба с местными жителями							
36	Посещение точек обзора, знаков или символов, представляющих собой индивидуальность города, и фото на память.							
37	Мероприятия для поддержания физического и психического здоровья, такие как массаж в спа, тайский массаж, сауна и т. д. для релаксации.							
38	Посещение пабов, баров, ночных клубов и караоке либо мест развлечений.							
39	Праздничная пляжная вечеринка / Ночные посещения баров и клубов							
40	Экскурсия по городу / посещение кофейни и пользование Wi-Fi (интернет)							

41	Покупка пищевых продуктов, подарков, сувениров и местных изделий.							
42	Покупки / Рассматривание витрин в универмагах, на ярмарке (рынок под открытым небом) или на пешеходной улице.							
43	Дегустация изысканных блюд знаменитых местных ресторанов.							
44	Наслаждение и релаксация в часы досуга в пределах Вашей гостиницы или недалеко от гостиницы. / Релаксация в уединённой, тихой и спокойной атмосфере.							

2.2 Туристические интересы								
№	Мнения о туристическом потреблении на Краби	В наибольшей степени	В большой мере	До некоторой степени	Более-менее	В меньшей степени	Почти не играет роли	В наименьшей степени
		7	6	5	4	3	2	1
45	Знакомые туристические достопримечательности, в которых Вы уверены, на которых Вы побывали ранее.							
46	Новые туристические достопримечательности, на которых Вы ещё ни разу не бывали.							
47	Поиск новых и невиданных туристических достопримечательностей, никому неизвестных, даже если при этом присутствует риск или опасность.							
48	Туристические достопримечательности, старинный/классический характер которых сохраняется и поддерживается — постоянно, насколько это возможно.							
49	Знаменитые, известные и популярные туристические достопримечательности (модные)							
50	Путешествие по следам фильмов, сериалов и по журналам.							
51	Путешествие за пределы Вашей страны / Международный туризм							
52	Поездки по моей стране / Внутренний туризм							
53	Экотуризм / Туризм, заботящийся об окружающей среде							
54	Оздоровительный туризм такой как посещение спа							
55	Культурный туризм, изучение образа жизни местного населения, изучение местной истории и традиций.							

56	Социальный туризм, который может помочь найти новых друзей либо общаться неформально.							
57	Путешествия во время поездки для поклонения святыням (религиозная поездка с целью принести дань уважения).							
58	Весёлое времяпрепровождение, развлечения и атмосфера большой толпы в путешествии.							
59	Уединённая, тихая и спокойная атмосфера в путешествии.							
60	Приключенческий туризм, захватывающий, трудный, но интересный, где нужна сила и старания, даже если присутствует риск. / Спортивный туризм							
61	Туризм с деятельностью, требующей некоторую силу и старание, но безопасный (без риска).							
62	Туризм, сосредоточенный на удобстве, комфорте, безопасности, при котором не устаёшь, и со всеми условиями.							
63	Туризм, который предоставляет разнообразные виды деятельности с целью ознакомиться со всеми группами людей разного возраста, при этом должны предоставляться удобства среднего уровня.							
64	Туризм, который даёт знания, умения, способности и впечатления, такой как поездки для учащихся, обзорные экскурсии и поездки для изучения языка.							
65	Туризм, ориентированный на осмотр достопримечательностей, красивые виды, красота природы и свежий воздух.							
66	Ночная жизнь на пляже и пляжные вечеринки, клубы, бары и дискотеки.							
67	Туризм, который ограничивается правами конкретной группы туристов, такой как представители высшего общества или только туристы с высоким уровнем дохода.							
2.3 Мнения о туристическом потреблении								
№	Мнения и туристическом потреблении на Краби	В наибольшей степени	В большой мере	До некоторой степени	Более-мее	В меньшей степени	Почти не играет роли	В наименьшей степени
		7	6	5	4	3	2	1

Как часто Вы посещаете Краби по этим причинам / со следующей целью?							
68	Для релаксации / Чтобы облегчить (снизить) стресс от работы						
69	Для проведения или участия конференции / семинара						
70	Для занятий бизнесом / коммерческие сделки / деловые переговоры						
71	С целью играть в спортивные игры или наблюдать за ними						
72	С целью изучения образа жизни, культур, традиций и религий местных жителей						
73	Чтобы подружиться с новыми друзьями / С целью неформального общения						
74	Для заботы, поддержания и обновления физического и психического здоровья						
75	Для учёбы (образование) / Для проведения исследований / Осмотровая экскурсия						
76	Посетить родственников или друзей / Провести время с членами семьи						
77	Для преклонения перед святынями						
78	Чтобы совершить покупки / шоппинг						
79	Чтобы получить новые впечатления / Поменять обстановку						
80	Чтобы освободиться / Искать то, что мне действительно нужно						
81	Чтобы получать восхищение других / создать мой социальный статус						
Как часто Вы бываете на Краби, используя эти стили путешествий?							
82	Путешествую один (одна), не покупаю никаких турпакетов						
83	Путешествую один (одна) и иногда покупаю турпакеты на некоторые туристические направления.						
84	Путешествую с тургруппой / турагентством						

85. Планируете ли Вы снова побывать на Краби?

☐ 1. Да, обязательно ☐ 2. Может быть ☐ 3. Категорически нет (Перейдите, пожалуйста, к пункту 87)

86. Что послужило самой значительной причиной того, что Вы планируете снова посетить Краби? (Пожалуйста, отметьте только один ответ)

☐ 1. Красота этих мест ☐ 2. Признательность за туристический опыт
☐ 3. Стоит потраченных денег ☐ 4. Желание друзей/Родственников/Семьи
☐ 5. Кулинарное разнообразие

- ☐ 6. Разнообразие видов туристической деятельности
☐ 7. Собственные впечатления ☐ 8. Другое. Укажите, пожалуйста.....

Часть 3: Биографические данные туристов (Ответьте, пожалуйста, на все вопросы)

87. Пол ☐ 1. Мужской ☐ 2. Женский
88. Возраст.....лет
89. Ваш месячный доход (приблизительно).....дол. США

90. Образование

- ☐ 1. Начальная школа или ниже
☐ 2. Средняя общеобразовательная школа или эквивалент
☐ 3. Диплом или эквивалент
☐ 4. Степень бакалавра или эквивалент
☐ 5. Выше степени бакалавра

91. Основной род занятий (только 1 ответ)

- ☐ 1. Студент ☐ 2. Работник частной компании
☐ 3. Руководитель частной компании
☐ 4. Правительственный служащий/работник государственного предприятия
☐ 5. Торговец/ Владелец фирмы ☐ 6. Безработный
☐ 7. Нештатный работник / Специалист общего профиля
☐ 8. Пенсионер ☐ 9. Незанятый
☐ 10. Другое (Укажите, пожалуйста).....

92. Статус

- ☐ 1. Неженат (не замужем) ☐ 2. Женат (замужем)
☐ 3. Разведен(а), проживаем отдельно

93. Страна постоянного местожительства

Мы хотели бы поблагодарить Вас за Ваше сотрудничество в заполнении этой анкеты. Хорошего путешествия!

ภาคผนวกที่ 3
แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว



แบบสอบถาม เรื่อง ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
คำชี้แจง



1. แบบสอบถามนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ใน
ธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ประกอบไปด้วย 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ปัญหาในการทำงานของพนักงานและความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในจังหวัดกระบี่

ตอนที่ 2 ข้อมูลกิจการ

2. ข้อมูลที่ได้รับจากท่าน ผู้วิจัยจะถือเป็นความลับ และนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวม โดยไม่มีผลกระทบ
ต่อท่านทั้งทางตรงและทางอ้อมจึงขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ใน
การกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ให้สามารถรองรับต่อการ
ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ: ผศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ หน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจ
ยั่งยืน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ โทร. 075-672292 email: csekrabi56@gmail.com

ตอนที่ 1 ปัญหาในการทำงานของพนักงานและความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในจังหวัดกระบี่

1. ท่านต้องพบกับปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานของพนักงานมากน้อยเพียงใด กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ใน
ช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน โดยมากที่สุด = 5 มาก = 4 ปานกลาง = 3 น้อย = 2 และน้อยที่สุด = 1

ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบจากการทำงาน	ระดับความสำคัญของปัญหาที่พบ				
	5	4	3	2	1
1. ไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เข้าใจเรื่อง					
2. ไม่เข้าใจพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยว					
3. นักท่องเที่ยวไม่พอใจการให้บริการของพนักงาน					
4. พนักงานขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบ					
5. พนักงานไม่เข้าใจกระบวนการทำงาน					
6. พนักงานปฏิบัติงานล่าช้า					
7. พนักงานไม่สามารถทำงานที่ท่านมอบหมายได้					
8. พนักงานขาดเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ นักท่องเที่ยว					
9. พนักงานขาดความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม					
10. พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าแก่ผู้ใช้บริการได้					
11. พนักงานขาดงาน ลางานบ่อย ทำให้การทำงานสะดุด ไม่ต่อเนื่อง					
12. พนักงานลาออกจากงานจำนวนมาก					
13. ขาดแคลนพนักงานหรือหาพนักงานมาทำงานกับองค์กรได้ยาก					
14. พนักงานไม่ชอบงานบริการ					
15. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
16. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

2. ธุรกิจของท่านกำลังประสบกับปัญหาการขาดแคลนพนักงานในแผนกใดบ้าง (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า
1 ข้อ)

☐ 1) แผนกต้อนรับ หรือดูแลลูกค้า (กรณีเป็น ธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่โรงแรม)	☐ 1.1) ระดับผู้จัดการ.....คน ☐ 1.3) ระดับปฏิบัติการ (ประจำ)..... คน	☐ 1.2) ระดับหัวหน้างาน.....คน ☐ 1.4) ระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว).....คน
---	---	--

☐ 2) แผนแม่บ้าน	☐ 2.1) ระดับผู้จัดการ.....คน ☐ 2.3) ระดับปฏิบัติการ (ประจำ).....คน	☐ 2.2) ระดับหัวหน้างาน.....คน ☐ 2.4) ระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว).....คน
☐ 3) แผนอาหารและเครื่องดื่ม	☐ 3.1) ระดับผู้จัดการ.....คน ☐ 3.3) ระดับปฏิบัติการ (ประจำ).....คน	☐ 3.2) ระดับหัวหน้างาน.....คน ☐ 3.4) ระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว).....คน
☐ 4) แผนขายและการตลาด	☐ 4.1) ระดับผู้จัดการ.....คน ☐ 4.3) ระดับปฏิบัติการ (ประจำ).....คน	☐ 4.2) ระดับหัวหน้างาน.....คน ☐ 4.4) ระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว).....คน
☐ 5) แผนธุรการและบัญชี	☐ 5.1) ระดับผู้จัดการ.....คน ☐ 5.3) ระดับปฏิบัติการ (ประจำ).....คน	☐ 5.2) ระดับหัวหน้างาน.....คน ☐ 5.4) ระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว).....คน
☐ 6) แผน IT	☐ 6.1) ระดับผู้จัดการ.....คน ☐ 6.3) ระดับปฏิบัติการ (ประจำ).....คน	☐ 6.2) ระดับหัวหน้างาน.....คน ☐ 6.4) ระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว).....คน
☐ 7) อื่น ๆ โปรดระบุ.....	☐ 7.1) ระดับผู้จัดการ.....คน ☐ 7.3) ระดับปฏิบัติการ (ประจำ).....คน	☐ 7.2) ระดับหัวหน้างาน.....คน ☐ 7.4) ระดับปฏิบัติการ (ชั่วคราว).....คน

3. กรุณาระบุคุณสมบัติที่จำเป็นในตำแหน่งงานแต่ละระดับ (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ระดับงาน	คุณสมบัติ	ระดับความจำเป็น					
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่จำเป็น
1) ระดับผู้จัดการ	☐ 1.1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ต้องรับผิดชอบ						
	☐ 1.2) ทักษะการทำงานที่จำเป็นในงานที่ต้องรับผิดชอบ						
	☐ 1.3) ทักษะที่ดีในการทำงานที่รับผิดชอบ						
	☐ 1.4) ภาษาต่างประเทศ (โปรดระบุ).....						
	☐ 1.5) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (โปรดระบุ)						
	☐ 1.6) ทักษะการแก้ไขปัญหา						
	☐ 1.7) ทักษะการวางแผนและบริหารจัดการ						
	☐ 1.8) ทักษะความเป็นผู้นำ						
	☐ 1.9) วุฒิการศึกษา (โปรดระบุ).....						
	☐ 1.10) อื่น ๆ โปรดระบุ.....						
2) ระดับหัวหน้างาน	☐ 2.1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ต้องรับผิดชอบ						
	☐ 2.2) ทักษะการทำงานที่จำเป็นในงานที่ต้องรับผิดชอบ						
	☐ 2.3) ทักษะที่ดีในการทำงานที่						

	รับผิดชอบ						
	☐ 2.4) ภาษาต่างประเทศ (โปรดระบุ).....						
	☐ 2.5) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (โปรดระบุ)						
	☐ 2.6) ทักษะการแก้ไขปัญหา						
	☐ 2.7) ทักษะการวางแผนและบริหารจัดการ						
	☐ 2.8) ทักษะความเป็นผู้นำ						
	☐ 2.9) วุฒิการศึกษา (โปรดระบุ).....						
	☐ 2.10) อื่น ๆ โปรดระบุ.....						
3) ระดับปฏิบัติการ	☐ 3.1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ต้องรับผิดชอบ						
	☐ 3.2) ทักษะการทำงานที่จำเป็นในงานที่ต้องรับผิดชอบ						
	☐ 3.3) ทักษะการตัดสินใจในการทำงานที่รับผิดชอบ						
	☐ 3.4) ภาษาต่างประเทศ (โปรดระบุ).....						
	☐ 3.5) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (โปรดระบุ)						
	☐ 3.6) ทักษะการแก้ไขปัญหา						
	☐ 3.7) ทักษะการวางแผนและบริหารจัดการ						
	☐ 3.8) ทักษะความเป็นผู้นำ						
	☐ 3.9) วุฒิการศึกษา (โปรดระบุ).....						
	☐ 3.10) อื่น ๆ โปรดระบุ.....						

ตอนที่ 2 ข้อมูลของกิจการ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด **เพียงข้อเดียว** เท่านั้น

4. กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่มาใช้บริการในธุรกิจหรือหน่วยงานของท่านเป็นคนชาติใดและมีสัดส่วนเท่าใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--|---|---|
| ☐ 1) รัสเซีย..... % | ☐ 2) จีน..... % | ☐ 3) ญี่ปุ่น..... % |
| ☐ 4) สหราชอาณาจักร..... % | ☐ 5) สแกนดิเนเวีย..... % | ☐ 6) เยอรมัน..... % |
| ☐ 7) ไทย..... % | ☐ 8) ออสเตรเลีย % | ☐ 9) เกาหลีใต้ % |
| ☐ 10) อื่น ๆ โปรดระบุ | | |

5. ประเภทของธุรกิจของท่าน

- | | | |
|--|---|--|
| ☐ 1) โรงแรม/ที่พัก | ☐ 2) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร | ☐ 3) บริษัทนำเที่ยว |
| ☐ 4) ร้านขายของที่ระลึก | ☐ 5) อื่น ๆ โปรดระบุ | |

6. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ต่อแนวทางการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

7. หากท่านต้องการข้อมูลจากรายงานการวิจัยฉบับนี้ กรุณาระบุอีเมลล์สำหรับส่งข้อมูลงานวิจัยให้ท่าน

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์

ภาคผนวกที่ 4
รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

รายชื่อผู้เข้าร่วม การประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว เรื่อง
ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

วันที่ 26 ตุลาคม 2556

ณ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาตั้น

ลำดับที่	ชื่อ – สกุล
1	นาง หนาม กายจนวโรตม
2	น.ส. สมศิริ กิ่งหมั่น
3	นาง สุดารัตน์ บุคโล
4	น.ส กาญจนา บุตรแขก
5	นาง มลดี ว่างพล
6	นาง ไมเคะ บุตรแขก
7	นาง สุมา แขวงหลี
8	น.ส วรัญญา บ่อหนา
9	น.ส. สุกัญญา สาโรจน์
10	น.ส. ญัฐริกา แขวงหลี
11	นาย บัญชา แขวงหลี
12	น.ส. สมจินตนา คุ่มภัย
13	นาย ชนุดม จันทรชุม
14	นาย สุชาติ ฉั่นสำราญ
15	ดร. พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์
16	ผศ.ดร ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์
17	ดร. ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์
18	น.ส. นันทยา สุขสม

รายชื่อผู้เข้าร่วม การประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว เรื่อง
ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
วันที่ 27 ตุลาคม 2556
ณ ไร่ปรีดา โฮมสเตย์ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

ลำดับที่	ชื่อ – สกุล
1	นาย คณิต นาคฤทธิ์
2	น.ส. อารยา อ่าวน้ำ
3	น.ส. พัชรี กิจการ
4	นาย สุชาติ ชาติพรรณ
5	นาย บัญชา เชื้อบ้านเกาะ
6	นาย นันทวุฒิ น้อย
7	นาย ทวีศักดิ์ อินทรวัฒน์
8	นาย สายชล โฉมสุข
9	นาย วิทยา ไหมหมาด
10	นาย อภิสิทธิ์ สุวรรณรัตน์
11	นาย นันทพงศ์ นาคฤทธิ์
12	นาย มนต์วุฒิ ชูแสง
13	นาย วีร
14	นาย สิทธิพงศ์ รื่นเรือง
15	ดร. สมจินตนา คุ่มภัย
16	อ. สุชาติ ฉันทสำราญ
17	ดร. พิมพภัฏฐ พงศกรรังศิลป์
18	ผศ.ดร. ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์
19	น.ส. นันทยา สุขสม

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมเพื่อหารือเกี่ยวกับงานวิจัย เรื่องผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง
การตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

13 พฤศจิกายน 2556

ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดกระบี่

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล
1	นายอมฤต ศิริพรจุฑากุล
2	นางวิยะดา ศรีรางกุล
3	นายอภิชัย อรัญญิก
4	นายวัฒน์ เจริญสมุทร
5	นางมณีเนตร แก้วสุกใส
6	นายชำนาญ ศรีสวัสดิ์
7	นางพันธ์ทิพย์ อิมบุญ
8	น.ส.สมจินตนา คุ่มภัย
9	ดร. พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์
10	นาย สุชาติ ฉันทสำราญ
11	ผศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์
12	น.ส.นันทยา สุขสม

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมเพื่อหารือเกี่ยวกับงานวิจัย เรื่องผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง
การตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

13 พฤศจิกายน 2556

ณ วิทยาลัยเทคนิค กระบี่

ลำดับที่	ชื่อ – สกุล
1	นาย ไสว จุลชู
2	นาย พิน นิลงาม
3	น.ส. สมจินตนา คุ่มภัย
4	ดร. พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์
5	ผศ.ดร. ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์
6	น.ส. นันทยา สุขสม

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม
ณ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่
วันที่ 19 ธันวาคม 2556
ห้องประชุมสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล
1	นาย ชำนาญ ศรีสวัสดิ์
2	นาย ชีระศักดิ์ ขนานใต้
3	นาย สมบูรณ์ หง้าฟ้า
4	นาย สมเกียรติ สืบเหตุ
5	นาย วัฒน์ เรืองสมุทร
6	น.ส. อัมพา ช่างเรือ
7	นาง หนูเรียม คงแก้ว
8	นาย อนันต์ เขียวจันทร์
9	นาย สมเกียรติ ขยันการ
10	นาย อุดลย์ หลังปุเต๊ะ
11	น.ส. ปภาดา พูลโภคผล
12	นาย อภินันท์ เองฉ้วน
13	น.ส. ธนิตา เรืองสงค์
14	นาย นันทพัทธ์ อ่อนสมุทร
15	นาย อภิวิชญ์ กองทอง
16	น.ส. เยาวเรศ เสี่ยงลิบ
17	นาย พิระพงศ์ กิ่งเกาะยาว
18	คุณ เอกวิทย์ ภิญโญธรรมโนทัย
19	คุณ สุวิภา สกลกิตติวัฒน์
20	คุณ เปล่งยศ สกลกิตติวัฒน์
21	ผู้แทน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่
22	นาง ศีรวิ วาเลาะ
23	นาย ชาญวิทย์ กองทอง
24	ดร. สมจินตนา คุ่มภัย
25	อ.สุชาติ ฉั่นสำราญ
26	น.ส. รัชพรรณ บ่อหนา
27	น.ส. แก้วรัษฎา ทองมากกุล
28	น.ส. มนัสนันท์ วุฒิพงศ์
29	น.ส. ภาวิณี ตรีเนตร
30	น.ส. นฤมล แซ่แห้ว
31	Ms Pamela Huxley

32	นาย กิตติ
33	นาย สมบูรณ์ โสภณ
34	น.ส. วิชพรรณ ศรีรักษา
35	น.ส. นันทยา สุขสม

การประชุมเพื่อหารือและให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
วันพุธที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 เวลา 10.00-12.00น.
ณ ห้องประชุมที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลคลองประสงค์

ที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน
1	คุณสุภาพร เวลาดี	ประธานอาหารทะเล
2	คุณประวิติ คลองร่ำ	ประธานกลุ่มชาวนา
3	คุณสมนึก พรยงค์	ร้านอาหารเขาขนานน้ำ
4	นางสาวจิราพร ยิ่งทุนดี	อบต.คลองประสงค์
5	นางสาวสมศรี ผิวดี	ส.อบต.คลองประสงค์
6	นายสุนทร สัยเชียง	ผอ.งานป้องกันและปราบปราม
7	นายสมบุญ หม่มบุตร	ประธานมอเตอร์ไซด์รับจ้าง
8	นายสุภาพ แก้วปรุง	กลุ่มสามล้อท่องเที่ยวเกาะกลาง
9	นายนิธิพนธ์ แก้วสว่างวิช	ร้านอาหารเกาะกลางซีฟู้ด
10	นายอ่อน ว้าล่ำม	เรือข้ามฝาก
11	นางสาวพรทิพย์ หน้าดี	กลุ่มท่องเที่ยวเชิงระบบนิเวศน์
12	นายสมศักดิ์ คลองร่ำ	สอ.บต.ม.2
13	นายสุชาติ ฉันทสำราญ	ม.วลัยลักษณ์
14	ดร.สมจินตนา คุ่มภัย	ม.วลัยลักษณ์
15	นางวิลาวัลย์ ดึงไทรย์ภพ	ม.วลัยลักษณ์
16	ดร.ปิยะ ปานผู้ทรัพย์	ม.วลัยลักษณ์
17	นายพิพัฑ พรหมมิสุก	ผู้ใหญ่บ้าน
18	นายลอน ลายแบน	แพทย์ประจำตำบลคลองประสงค์
19	นายวิรัตน์ อ้นบุตร	สมาชิก อบต.ม.2
20	นายทวีศักดิ์ ใจบุญ	สมาชิก อบต.
21	นายสมพร หมั่นคำ	ส อบต.ม.1
22	นางจงจิตร ใจใหญ่	ประธานกลุ่มไร่1แสน
23	นางสาววรรณภา หาเหม	กลุ่ม ไร่1แสน
24	นางละออง หมั่นคำ	กลุ่มไร่1แสน
25	นางฉวี เครือเครา	กลุ่มไร่1แสน
26	นางสาวโอลดา หมั่นคำ	จนท.ศูนย์อินทรี
27	นางสาวศุภรัตน์ มุขาร์	ม.วลัยลักษณ์
28	นางสาวนันทยา สุขสม	ม.วลัยลักษณ์

การประชุมเพื่อหารือผลกระทบการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง
 การตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
 วันพุธที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 เวลา 14.00-16.00น.
 ณ ห้องประชุมพนมเบญจา ศาลากลางจังหวัดกระบี่หลังเก่า

ที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน
1	นายชาติรี ภิรมย์	กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาม.กระบี่
2	นางอรพิน ยอดระบำ	สำนักงานจัดหางานจังหวัดกระบี่
3	นายอุดร เพชรรักษ์	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดกระบี่
4	คุณฉัตรเชษฐ์ ทองฤกษ์	กรมเจ้าท่าภูมิภาคจังหวัดกระบี่
5	นางเกสร กำเนิดเพชร	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกระบี่
6	นางสาวสุนันท์ทิพย์ อึ้งกุล	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่
7	นางจินดา ศรีศักดิ์	สำนักงานแรงงานจังหวัดกระบี่
8	นายวรวุฒิ มาอินทร์	สำนักงานขนส่งจังหวัดกระบี่
9	นางวิทวัส ภักดิ์สันติกุล	ท่าอากาศยานจังหวัดกระบี่
10	นางสาวจิราวดี อ่อนวงศ์	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่
11	อาจารย์สุชาติ ฉันทสำราญ	ม.วลัยลักษณ์
12	ดร.ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์	ม.วลัยลักษณ์
13	อาจารย์วิลาวัลย์ ดึงไทรย์ภพ	ม.วลัยลักษณ์
14	นางสาว ศุภรัตน์ มุซาร์	ม.วลัยลักษณ์
15	นางสาวนันทยา สุขสม	ม.วลัยลักษณ์

การประชุมเพื่อหารือและให้ข้อเสนอแนะต่อหลักสูตรฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านการโรงแรม
และการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

วันพุธ ที่ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๕๗ เวลา ๑๓.๐๐ น.

ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดกระบี่

ที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน
1	คุณวิยะดา ศรีรางกูล	ผู้อำนวยการสำนักงานการ ททท. สำนักงานจ.ก ระบี่
2	คุณอมฤต ศิริพรจุฑากุล	ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จ.กระบี่
3	คุณสุประวีณ์ เพ่งสมบูรณ์	นายกสมาคมผู้ประกอบการโรงแรมเกาะลันตา
4	คุณจินดา ศรีศักดิ์	สำนักงานแรงงานจังหวัดกระบี่
5	คุณเอกวิทย์ ภิญญธรรมโนทัย	ผู้จัดการโรงแรมพีชลาгуน่า
6	คุณธนิศ ขาวนวล	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรโรงแรมคริสตัล
7	คุณวัฒน์ เชิงสมุทร	เลขาธิการสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
8	ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	คณะวิจัยมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
9	ผศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์	คณะวิจัยมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
10	ดร.สมจินตนา คุ่มภัย	คณะวิจัยมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
11	อ.สุชาติ ฉันทสำราญ	คณะวิจัยมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
12	น.ส.นันทยา สุขสม	คณะวิจัยมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์