



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลีชัย ปญญาวงศ์งาม

Factors influencing Tourism Industry in Bangkok

Leechai Panyawongngam

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok.

*Corresponding Author. E-mail address: leechaip@hotmail.com

Received 20 July 2011; accepted 31 August 2011

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มีต่อปัจจัยสำคัญ คือ ที่พัก อาหาร การบริการ แหล่งท่องเที่ยว บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 700 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 700 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถาม 2 ชุด คือ แบบสอบถามความคิดเห็น (ภาษาไทย 350 ชุด และ ภาษาอังกฤษ 350 ชุด) และแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (ภาษาไทย 350 ชุด และ ภาษาอังกฤษ 350 ชุด) ในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนมิถุนายน 2553 ณ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร คือ เกาะรัตนโกสินทร์ วัดพระแก้ว วัดอรุณราชวรารามวชิรวิหาร ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดนัดจตุจักร ศูนย์การค้ามาบุญครอง สีลม และถนนข้าวสาร โดยศึกษาปัจจัยสำคัญ 5 ด้าน คือ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

ผลการศึกษาพบว่า 1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทั้ง 5 ด้านเรียงลำดับจากสูงสุดไปน้อยสุดได้ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านอาหาร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทั้ง 5 ด้านเรียงลำดับจากสูงสุดไปน้อยสุดได้ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านบรรยากาศการท่องเที่ยว 2. นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านอาหาร ด้านที่พัก ด้านบริการ และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบริการ ด้านอาหาร ด้านที่พัก และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ สรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญทั้ง 5 ด้านที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติเล็งเห็นความสำคัญและพึงพอใจต่อปัจจัยทั้งหมด ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเล็งเห็นความสำคัญและพึงพอใจต่อปัจจัยต่าง ๆ ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: ปัจจัย ความคิดเห็น ความพึงพอใจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

Abstract

The Study project of factors influencing tourism industry in Bangkok was aimed at 1) To study the perception of Thai tourists and foreign tourists toward vital factors namely accommodation, food, services, attraction and climate as well as surroundings influencing tourism industry in Bangkok 2) To study satisfaction of Thai tourists and foreign tourists during their visit Bangkok. Sampling data was employed through specific sampling and accidental sampling. 700 Thai tourists and 700 foreign tourists were studied via 2 types of questionnaires; Perception survey and Satisfaction survey (350 for Thai version and 350 for English version) during March– June of 2010 at various outstanding tourist spots in Bangkok namely Rattanakosin island, The Emerald Buddha Temple, Temple of Dawn, Taling Chan floating market, Weekend market, MBK center, Silom and Kaosan road. The following five vital factors were considered namely Accommodation, Food, Services, Tourist attraction, and Climate.

The findings revealed that 1. Thai tourists' perception was found and ranked from the first to the last as follows; Tourist attraction, Services, Accommodation and Climate respectively whereas foreign tourists' perception were found as follows; Tourist attraction, Food, Services, Accommodation and Climate respectively. 2. Thai tourists' satisfaction was observed from the highest to the least rank orders namely Tourist attraction, Food, Accommodation, Services and Climate respectively while foreign tourists' satisfaction was observed as follows; Tourist attraction, Services, Food, Accommodation and Climate respectively. It could be concluded that the five vital factors influenced both Thai and foreign tourists; however, foreign tourists perceived and were satisfied with all factors whereas Thai tourists perceived and were satisfied with all factors at moderate level.

Keywords: Factors, perception, satisfaction, tourism industry, Bangkok

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงทางด้านประวัติศาสตร์ที่น่าประทับใจ มันมีค่าและมีวัฒนธรรมที่มีชีวิตชีวา หาดทรายสวยงาม ธรรมชาติน่าดึงดูดใจ และผู้คนมีความสุข อ่อนโยน และเป็นมิตรอย่างแท้จริง การศึกษาการท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ.2533-2534 จากบริษัททัวร์ 1,450 บริษัท 40 เมือง 26 ประเทศ พบว่าประเทศไทยเป็นประเทศแรกๆ จัดอยู่ในประเทศที่มีความอบอุ่นและเป็นมิตร มีที่พักราคาประหยัดกลางและมีแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่น่าดึงดูดใจอยู่ในอันดับที่ 4 ในประเภทของอาหารยอดเยี่ยม รองจากฝรั่งเศสอิตาลีและฮ่องกง อีกทั้งประเทศไทยถูกจัดให้เป็น

อันดับที่ 2 รองจากออสเตรเลียในเรื่องของเสน่ห์ดึงดูดในด้านภาพรวม

ผู้บริโภคนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดเพราะนักท่องเที่ยวคือเหตุผลที่ทำให้สินค้าและบริการยังดำรงอยู่ได้ ทุกคนที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวต้องแน่ใจว่านักท่องเที่ยวเป็นรากฐานของธุรกิจทุกประเภท แผนการตลาดดึงดูดใจของผู้บริโภคนั้นมีหลายเรื่องมากมาย เช่น จะใช้จ่ายเงินอย่างไรในช่วงเวลาพักผ่อน จะเลือกทำกิจกรรมประเภทไหน จากนั้นจะตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางที่จะไปและคิดว่าจะเดินทางไปที่นั่นได้อย่างไร จะทำการจองที่พักด้วยวิธีใดบ้าง

ตารางที่ 1 รายได้ที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2546 - 2550

Year	International						
	Tourist		Average	Average Expenditure		Revenue	
	Number	Change	Length of Stay	/person/day	Change	Million	Change
	(Million)	(%)	(Days)	(Baht)	(%)	(Baht)	(%)
2546	10.00	- 7.36	8.19	3,774.50	+ 0.55	309,269	- 4.39
2547	11.65	+ 16.46	8.13	4,057.85	+ 7.51	384,360	+ 24.28
2548	11.52	- 1.51	8.20	3,890.13	- 4.13	367,380	- 4.42
2549	13.82	+ 20.01	8.62	4,048.22	+ 4.06	482,319	+ 31.29
2550	14.46	+ 4.65	9.19 ^{/P}	4,120.95 ^{/P}	+ 1.80	547,782 ^{/P}	+ 13.57

Year	Domestic						
	Thai Visitor		Average	Average Expenditure		Revenue	
	Trip	Change	Length of Stay	/person/day	Change	Million	Change
	(Million)	(%)	(Days)	(Baht)	(%)	(Baht)	(%)
2546	69.36	+ 12.20	2.61	1,824.38	+ 7.98	289,986.81	+ 23.22
2547	74.80	+ 7.84	2.60	1,852.33	+ 1.53	317,224.62	+ 9.39
2548	79.53	+ 6.33	2.73	1,768.87	- 4.51	334,716.79	+ 5.51
2549	81.49	+ 2.46	2.65	1,795.09	+ 1.48	322,533.71	+ 8.41
2550	83.23	+ 2.14	2.63	1,767.35	- 1.55	380,417.10	+ 4.15

(ททท. 2551)

จากตารางที่ 1 จำนวนของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากปี พ.ศ.2541 ถึง พ.ศ.2550 ในปี พ.ศ.2550 ประเทศไทยรับรายได้สูงสุดถึง 547,782 ล้านบาท และการท่องเที่ยวในประเทศสร้างรายได้ถึง 380,417.10 ล้านบาท นั้นแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้อย่างมหาศาลเลยทีเดียว นิตยสาร Conde Nast Traveler รายงานว่ากรุงเทพฯ ได้รับการยกย่องให้เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวของโลก เป็นเมืองที่ดีที่สุดในโลกของเอเชียในปี 2550 และ Travel and Leisure

ได้รายงานผลการสำรวจ World's Best Award ในปี 2551 ว่ากรุงเทพฯ เป็นเมืองที่ดีที่สุดสำหรับการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลักของประเทศไทยซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนมากมีเป้าหมายมาเยี่ยมชมกรุงเทพฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหวังที่จะมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวประมาณ 15 ล้านคนในปี 2550 ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 11.6 ล้านคนในปี 2548 กรุงเทพมหานครที่มีนักท่องเที่ยวที่สวยงามทางประวัติศาสตร์มากมาย เช่น วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

และวัดอรุณราชวรารามซึ่งมีมากมายหลายโครงการที่จะบำรุงรักษาคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของกรุงเทพฯไว้ในที่ตั้งของเกาะรัตนโกสินทร์และมีวัฒนธรรมอันเก่าแก่ซึ่งมีเสน่ห์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม ทำให้กรุงเทพฯ เป็นที่รู้จักกันทั่วโลก

กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศ มีความสำคัญในระดับชาติและนานาชาติ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ต้องศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ตระหนักในความสำคัญของการศึกษาการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่เศรษฐกิจผันผวน หากไม่มีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอย่างจริงจังจะทำให้ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ เปลี่ยนไป ผู้วิจัยจึงศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยต่างๆ และวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อหาจุดเด่นต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและแก้ปัญหาจุดด้อยที่นักท่องเที่ยวกล่าวถึง ผลการศึกษานี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มีต่อปัจจัยสำคัญ 5 ด้าน คือ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
- 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งสำรวจและศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและบังเอิญนักท่องเที่ยวจำนวน 700 คน แบ่งเป็นชาวไทยจำนวน 350 คนและชาวต่างประเทศจำนวน 350 คน ระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนมิถุนายน 2553 ณ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ดังนี้คือ

ในระหว่างการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนมิถุนายน 2553 ณ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ดังนี้คือ

- วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือวัดพระแก้ว
- วัดอรุณราชวราราม หรือวัดแจ้ง
- เกาะรัตนโกสินทร์
- ถนนข้าวสาร
- สีลม
- ศูนย์การค้ามาบุญครอง
- ตลาดนัดจตุจักร

- ตลาดนัดจตุจักร

ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือ เป็นแบบสอบถาม 2 ชุด ได้แก่

1. แบบสอบถามความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
 2. แบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
- ศึกษาปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ดังนี้คือ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ (Statistical Package for the Social Sciences) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดิบ โดยใช้ค่า ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1

นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศแสดงความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ด้านข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพทางสังคม ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันเล็กน้อย คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ศึกษาแบ่งเป็นชายได้ ร้อยละ 43.7 และเป็นหญิง ร้อยละ 56.3 โดยมีอายุเฉลี่ยสูงสุดระหว่าง 21-30 ปี นักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสด มากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ศึกษาเป็นชาย ร้อยละ 54.6 และเป็นหญิง ร้อยละ 45.4 สำหรับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวพบมากที่สุดคือ เป็นมีอายุระหว่าง 21-30 ปี นักท่องเที่ยวส่วนมาก สถานภาพทางสังคมเป็นโสด มากที่สุด นักท่องเที่ยวมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมาได้มีการศึกษาระดับปริญญาโท

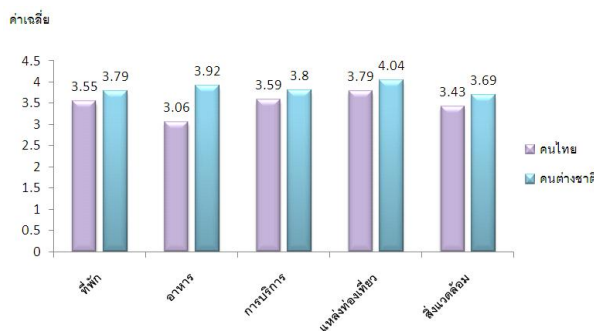
ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ พบว่า มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันเล็กน้อย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพราะว่ามีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ มากที่สุด รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยประสบ พบว่า ปัญหาสินค้าและบริการมีราคาแพงมากที่สุด รองลงมาคือ มลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยวแต่นักท่องเที่ยว ข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ความสะอาดและสาธารณสุข ได้รับการเสนอแนะให้พัฒนามากที่สุด รองลง

มากคือ ป้ายบอกทาง ร้อยละ ความปลอดภัย การอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวกรุงเทพมหานครเพราะความหลากหลายของกิจกรรม มากที่สุด รองลงมาคือ เทศกาลและวัฒนธรรมประสบปัญหาด้านมลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก ปัญหาสินค้าและบริการมีราคาแพง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ควรพัฒนาการขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า มากที่สุด รองลงมาคือป้ายบอกทาง และที่พัก

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้คือ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านที่พัก พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยได้ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านอาหาร ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยและสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยได้ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านบรรยากาศการท่องเที่ยว ตามลำดับ



รูปที่ 1 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

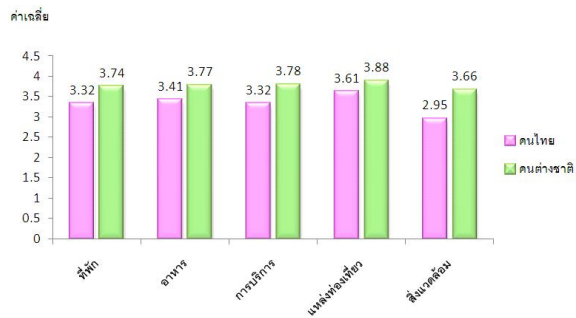
จากรูปที่ 1 สรุปการศึกษาครั้งนี้ได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นอันดับมากที่สุดเหมือนกัน แต่ปัจจัยอื่น ๆ รองลงมาแตกต่างกันดังนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เหลือน้อยกว่าจากมากไปน้อยได้ดังนี้ คือ ด้านการบริการ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและปัจจัยด้านอาหารตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ด้านข้อมูลส่วนตัว นักท่องเที่ยวชาวไทยแบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 40.9 และ เพศหญิง ร้อยละ 59.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด รองลงมา มีอายุน้อยกว่า 21 ปี นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนมาก เป็นโสด ระดับการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมา มัธยมศึกษาตอนปลาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่าเป็นเพศชายร้อยละ 50 และเพศหญิง ร้อยละ 50 เท่ากันมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุดคือ รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี พบเป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมากที่สุด และ รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากเป็นโสด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมา ระดับต่ำกว่าอนุปริญญา

ด้านข้อมูลการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากกว่า 3 ครั้งต่อปี มากที่สุด ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมมากที่สุด รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม สำหรับการหาข้อมูลในการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวหาข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวหาข้อมูลจากเพื่อน นักท่องเที่ยวประสบปัญหาด้าน สินค้าและบริการมีราคาแพง มากที่สุด รองลงมาคือ ปัญหาด้านมลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล นักท่องเที่ยวชาวไทยเสนอแนะให้พัฒนาด้าน ความสะอาดและสาธารณสุข มากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าพบนักท่องเที่ยวมาเที่ยวกรุงเทพฯ ครั้งแรกมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ ได้ข้อมูลจากเพื่อนนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประสบปัญหาระหว่างการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับปัญหามลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล พบมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก สินค้าและบริการมีราคาแพง ของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนมากเสนอแนะให้พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะมากที่สุด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครต่อปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศรู้สึกพึงพอใจต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในมหานครเหมือนกัน แตกต่างกันเล็กน้อย และสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านอาหาร ด้านที่พัก ด้านบริการ และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัย ด้านแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด เหมือนนักท่องเที่ยวชาวไทย รองลงมาคือ ด้านบริการ ด้านอาหาร ด้านที่พัก และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ



รูปที่ 2 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

รูปที่ 2 สรุปผลการศึกษานี้ได้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดเหมือนกัน แต่แตกต่างกันในปัจจัยที่เหลือ สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

การอภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ต่างประเทศที่มีต่อปัจจัยสำคัญ 5 ด้าน

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เหมือนกันและแตกต่างกัน ทั้งคนไทยและคนต่างชาตินิยมใช้เวลาว่างช่วงวันหยุดด้วยการเดินทางท่องเที่ยวแต่แตกต่างกันที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับของคนไทยที่นิยมแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ใช้เวลาท่องเที่ยวไม่มากแต่คนต่างชาตินิยมความหลากหลายของกิจกรรมและใช้เวลาท่องเที่ยวมากพอสมควรซึ่งนับว่าแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย ซึ่งสืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมความเป็นอยู่และค่านิยม การดำเนินชีวิตที่ไม่เหมือนกัน ด้วยระยะทางที่ไกลกันทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จูฑาภา ตาดพริ้ง (2545) พณิดา ฤตินิรมาน (2550) นนทพร กริชกำจร (2551) กัญญาพร จิตรจำนง (2550) รุ่งกาญจน์ สว่างกาญจน์ (2550)

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคิดเห็นตรงกันว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักของการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก เพราะนักท่องเที่ยวส่วนมากมักจะเลือกสถานที่พักผ่อนหรือท่องเที่ยวก่อนอื่น ซึ่งอาจเป็นเพราะว่ากรุงเทพมหานครได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวที่สุดแห่งหนึ่งของโลกจากการจัดอันดับของ Conde Nast Traveler Magazine ประจำปี 2551 ส่วนระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อปัจจัยทั้งห้าแตกต่างกัน

กันเล็กน้อย เพราะนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมกรุงเทพมหานครต่างมีความต้องการและคาดหวังต่อการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จูฑาภา ตาดพริ้ง (2545) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (2544) กรุงเทพโพลล์ (2547) Sharpley Richard (2549) ธุรกิจบัณฑิตยโพลล์ (2550) เนื่องจากกว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วย การบริการ กิจกรรมท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร และบรรยากาศ ที่นักท่องเที่ยวหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการได้รับระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องเสียค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องคำนึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งที่พัก อาหาร การบริการ และบรรยากาศการท่องเที่ยวให้เหมาะสมและคุ้มค่ามากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องเดินทางไกลและเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการเดินทางแต่ละครั้ง ปัจจัยเหล่านี้จึงสำคัญต่อการพิจารณาอย่างละเอียดของนักท่องเที่ยว ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมการบริการที่ประกอบด้วยทั้งบรรยากาศและตัวสินค้า เพราะฉะนั้น ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านบรรยากาศการท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยหลักและสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นการหาค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นทั้งหมดที่แสดงให้เห็นว่าเกี่ยวข้องกับความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ดังนี้คือ ควรจะพัฒนาการขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า มากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จูฑาภา ตาดพริ้ง (2545) กรุงเทพโพลล์ (2547) นันทรินทร์ นามบุรี (2549) พณิดา ฤตินิรมาน (2550) และ นนทพร กริชกำจร (2551)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติพิจารณาก่อนตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวและกรุงเทพมหานครก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างสูงดังเห็นได้จากการได้รับการยกย่องว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในทวีปเอเชีย และเป็นี่สามของโลก ประจำปี 2549 ต่อมาในปี 2551 Conde Nast Traveler Magazine ได้ยกย่องกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลกเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถชื่นชมสถานที่สำคัญในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ เกาะรัตนโกสินทร์ ประเพณีวันสงกรานต์ วันลอยกระทง เป็นต้น นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนต่างๆ เลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง หัตถกรรม ราคาเหมาะสม ทั้งราคาปลีก ราคาส่ง จากตลาดนัดจตุจักร เฟลิตเฟลินชีวิตไทยๆ จากตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศูนย์วิจัยกรุงเทพ

โพลล์ (2547) กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) เยาวภา จันทรสร (2550) พนิดา ฤตินิรมาน (2550) Chinese National Tourism Administration (2552) หลังจากนั้น นักท่องเที่ยวจะพิจารณาปัจจัยอื่นๆ เช่น ด้านอาหาร ด้าน การบริการ ด้านที่พัก และด้านบรรยากาศและ สิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์และเรียนรู้จากแหล่งท่องเที่ยว ตรงกับความต้องการ ความสนใจของนักท่องเที่ยวเอง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถชื่นชมวัฒนธรรมการบริการ ของไทยซึ่งมีหลากหลายรวมทั้งมาตรฐานสากลในระดับ โรงแรมและมีบรรยากาศท้องถิ่นในชุมชน นักท่องเที่ยวที่ นิยมอาหารไทยมีให้เลือกหลายอย่าง เช่น อาหารมังสวิรัต อาหารทะเล อาหารจีน ฯลฯ ร้านอาหารระดับภัตตาคาร ระดับโรงแรมและระดับท้องถิ่นให้เลือก มีที่พักให้เลือก หลากหลายรูปแบบและราคา และมีบรรยากาศและสิ่ง แวดล้อมที่ดีเหมาะสม อย่างไรก็ตามจะสังเกตได้ว่านัก ท่องเที่ยวต่างชาติแสดงความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการ บริการ เป็นอันดับรองลงมา ติดตามด้วยปัจจัยด้านอาหาร ด้านที่พัก และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม แต่นัก ท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจต่อปัจจัยด้านอาหาร เป็นอันดับ รองลงมา ติดตามด้วย ด้านที่พัก ด้านบริการ และด้าน บรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเพราะนักท่องเที่ยวส่วน มากรู้สึกดีต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับ ทางตรงกันข้าม หากได้รับการบริการที่ไม่ดีก็มักจะมีทัศนคติลบ อาหาร ไทยมีหลากหลายและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างๆ และมีให้เลือกหลายประเภท หลายระดับราคา เช่นเดียวกับ ที่พักในกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวสามารถเลือกพัก ได้ตั้งแต่ระดับเกสเฮาส์ จนถึงโรงแรมระดับห้าดาว ซึ่ง กระจายกันอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เช่น ถนนข้าวสาร บางลำภู สาทร หรือริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ทั้ง ฝั่งพระนครและธนบุรี เป็นต้น สำหรับบรรยากาศและสิ่ง แวดล้อมที่ดีเหมาะสม เป็นที่ยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยว ต่างๆ เพราะกรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงที่มีกิจกรรม ต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินและเรียนรู้สม่ำเสมอ เช่น งานวันสงกรานต์ในฤดูร้อน งานวันเฉลิมพระชนมพรรษา ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ในเดือนสิงหาคม งานวันเฉลิม พระชนมพรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในเดือน ธันวาคม พิธีสำคัญทางพุทธศาสนาต่างๆ เช่น วันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา เป็นต้น ซึ่ง ททท (2551) กล่าวว่า กรุงเทพ มหานครได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ โลกเพราะกรุงเทพฯ มีทุกอย่างที่นักท่องเที่ยวต้องการ ตั้งแต่สาธารณูปโภคทันสมัย การบริการที่มีมาตรฐานสากล อุดมด้วยวัฒนธรรมประเพณีและความหลากหลายของ อาหารและโภชนาการ สอดคล้องกับองค์ประกอบหลัก ของการจัดการท่องเที่ยว ของ Charkes R. Goeldner and J.R. Brent Ritchie (2549) และการศึกษาของ รูปนั สุวรรณฉัตรชัย (2542) ฐฤกัจฉัตติโพลล์ (2544) จุฑาภา ตาดพริ้ง (2545) ใจพร เศรษฐวิจิตรกุล (2544) Christian Hofmann et al (2546) และ Richard (2548) เพราะความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ขึ้นอยู่กับการณ์นักท่องเที่ยวมีความสุขกับวันหยุดพักผ่อน ได้ทำกิจกรรมที่สนใจในช่วงการท่องเที่ยว ใช้เวลาการเดินทางที่เหมาะสมและสมหวังกับการท่องเที่ยว

การศึกษาค้นคว้าพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่าง ชาติแสดงความคิดเห็นตรงกันเกี่ยวกับปัจจัยด้านแหล่ง ท่องเที่ยวว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทาง มาท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งกรุงเทพมหานคร นักท่อง เที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อแหล่ง ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากที่สุดเหมือนกัน นักท่อง เที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัย ด้านบริการ ในระดับเห็นด้วย ส่วนปัจจัยด้านอาหาร และ ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่เหลือทั้งสี่ด้านในระดับปาน กลาง ซึ่งอาจจะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยเคยชินกับ อาหารไทยและสิ่งแวดล้อมของกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นและความพึง พพอใจต่อปัจจัยทั้งห้าด้าน ในระดับเห็นด้วยและพึงพอใจ ทั้งหมด ซึ่งเป็นเพราะว่าการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในต่างประเทศ นักท่องเที่ยวต้องศึกษาแล้วว่าสอดคล้อง กับความคาดหวัง ความสนใจ หรือตามคำแนะนำทั้งจาก เพื่อน ญาติ และสื่อต่างๆ อย่างรอบคอบ และเมื่อได้มา ท่องเที่ยวแล้ว รู้สึกประทับใจ สมปรารถนดังที่ได้คาดหวัง สำหรับปัญหาความไม่สงบนั้น นักท่องเที่ยวต่างชาติเชื่อว่า ประเทศไทยไม่ได้เป็นเป้าหมายหลักของผู้ก่อการร้ายและ ปัญหาการเมืองเกิดขึ้นได้กับทุกประเทศ

ผลการศึกษาค้นคว้าสรุปได้ว่าความคิดเห็นและความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อ ปัจจัยสำคัญคือ กรุงเทพฯเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด ปัจจัยด้านอาหารการกิน ปัจจัยด้านโรงแรมที่พัก ปัจจัย ด้านการบริการ และปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญอันดับรองของนักท่องเที่ยวในการเดิน ทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดการท่องเที่ยวในกรุงเทพ มหานครเพื่อรักษามาตรฐานให้สอดคล้องกับความคิดเห็น และความพึงพอใจสำหรับนักท่องเที่ยว

1. ควรศึกษาปัญหาของของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครเป็นประจำทุกปี
 2. ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการจัดกิจกรรม ต่างๆ ในกรุงเทพมหานครสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง
- ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

1. ควรศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของนัก ท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวที่ สำคัญอื่นๆ เช่น พัทยา เกาะสมุย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น
2. ควรศึกษานักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจในแหล่ง

ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย นักท่องเที่ยวชาวยุโรป นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กัญญาพร จิตต์จำนงค์. (2550). การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบบ่อยได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย. ค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2552, จาก www.huso.kku.ac.th/thai/research/abstract48/abstract48.html

กัมปนาท ผุดผ่อง. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา เขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

เกตุศิริ เจริญวิศาล และอำพร วิริยะโกศล. (2547). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติตะรุเตา. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

จุฑาภา ตาดพริ้ง. (2545). การเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ใจพร เศรษฐาภิวัตกุล. (2544). การเปิดรับข่าวสารพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก. ค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2552, จาก <http://www.thaithesis.org/detail.php?id=1082544001177>

รูปณี สุวรรณจักรชัย. (2542). การแสวงหาข่าวสารการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย.

ททท. (2546-2553). ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2552, จาก <http://thai.tourismthailand.org/about-tat/>

ธุรกิจบัณฑิตโพลล์. (2544). สัมภาษณ์ความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2552, จาก <http://www.dpu.ac.th/researchcenter/poll.php?act=view&id=1>

ธุรกิจบัณฑิตโพลล์. (2550). สัมภาษณ์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลก. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2552, จาก <http://www.ryt9.com/s/dpup/85225>

นนท์ณพัทธ์ เตยตระกูล. (2006). The comparison of western tourist's satisfaction between original Thai Food in Thailand and fusion Thai Food abroad Independent Study M.B.A มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

นนทพร กริชกำจร. (2551). การตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมในเขตเทศบาลตำบลป่าตองอำเภอกระบี่ จังหวัดภูเก็ต. ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2552, จาก <http://www.gotoknow.org/blog/nonthaporn/170444>

นันทรัตน์ นามบุรี. การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 14 จังหวัดภาคใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2553, จาก <http://www.ttresearch.org/pdf/040908/4.pdf> http://en.wikipedia.org/wiki/Self-perception_theory#Further_evidence "Maslow's hierarchy of needs

ประเสริฐ. (2552). รายงานจาก ททท วิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ. ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2552, จาก <http://mingtourism.wordpress.com/2009/02/>

พนิดา ฤตินิรมาน. (2006). Tourist satisfaction in Chiangmai. Independent Study M.B.A มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

เยาวภา จันทรสอน. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ (ศศ.ม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์. (2551). ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์. (2547). พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2552, จาก <http://research.bu.ac.th/poll/result/poll269.php?pollID>

ลธิชัย ชีวะโรส. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจท่องเที่ยว: กรณีศึกษา เขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

Conde Nast Traveler Magazine. (2007). Retrieved October, 10, 2009, from http://www.tatnews.org/tourism_news/3554.asp

Goeldner, Charles R. & Richi Brent JR. (2006). *Tourism Principles, Practices, Philosophies 10th.* editions John Wiley and son Inc. New Jersey US.

Hofmann, Christian, Kriengtape Weeranathanaphan & Littmann, Michael "Tourist satisfaction" Expectation and Satisfaction of German Tourists toward the Information Services Provided in German by Thai Tourist Guides. *Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University*, 24(1), 65-87.