

ความสัมพันธ์ของกิจกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยว
ในประเทศไทย

THE RELATIONSHIP OF CHINESE TOURIST ACTIVITIES
IN THAILAND



สหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (สถิติประยุกต์)
ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ปีการศึกษา 2560
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

THE RELATIONSHIP OF CHINESE TOURIST ACTIVITIES
IN THAILAND



A COOPERATIVE EDUCATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENT FOR
THE DEGREE OF BACHELOR OF SCIENCE (APPLIED STATISTICS)
DEPARTMENT OF STATISTICS, FACULTY OF SCIENCE

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกหรือทำซ้ำของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ACADEMIC YEAR 2017

หัวข้อสหกิจศึกษา	ความสัมพันธ์ของกิจกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ชื่อนักศึกษา	นางสาวณัฐนิชา ศัพท์เสน รหัสนักศึกษา 57051100 นางสาวณัฐพร พุ่มพฤษณ์ รหัสนักศึกษา 57051103 นางสาวนิตานาถ เนตรสุวรรณ รหัสนักศึกษา 57051128
ปริญญา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สถิติประยุกต์)
ภาควิชา	สถิติ
คณะ	วิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัย	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.)
ปีการศึกษา	2560
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.สิทธิชัย เจริญเศรษฐศิลป์

บทคัดย่อ

การวิจัยสหกิจศึกษาคั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมักทำควบคู่กันเมื่อเดินทางมายังประเทศไทย และเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ในการศึกษาคั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งได้มาจาก วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างไม่มีสัดส่วน (Disproportional stratified random sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และพักค้างคืนในประเทศไทยอย่างน้อย 1 คืน ในปี พ.ศ.2559 จำนวน 411 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบความสัมพันธ์ของชุดกิจกรรมและข้อมูลส่วนตัว (Chi-square test for Multiple Response Categorical Data) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 34 ปี, มีสถานภาพโสด, มีอาชีพวิชาชีพ (เช่น แพทย์, อาจารย์, นักวิทยาศาสตร์ ฯลฯ) และ ผู้บริหาร ใกล้เคียงกัน โดยมีอาชีพวิชาชีพมากกว่าเล็กน้อย, ส่วนใหญ่รายได้ต่ำกว่า 20,000 USD, เดินทางเข้ามาประเทศไทยใกล้เคียงกันทุกไตรมาส แต่ไตรมาสที่ 4 มีจำนวนมากกว่าไตรมาสอื่น ๆ เล็กน้อย และส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมีจำนวนมากกว่าเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์หนึ่งเท่าตัว ในการหาความสัมพันธ์ของกิจกรรมนักท่องเที่ยว จะใช้กฎความสัมพันธ์ (Association Rules) โดยเลือกใช้วิธี Apriori ซึ่งกำหนดให้ 1 ชุดกิจกรรมประกอบด้วย 5 กิจกรรมย่อย พบว่ามี 2 ชุดกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ชุดกิจกรรมที่ 1 คือ กิจกรรมทางทะเลและชายหาด, ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, การรับประทานอาหารไทย, การเลือกซื้อสินค้า และ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง และ ชุดกิจกรรมที่ 2 คือ กิจกรรมทางทะเลและชายหาด, การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, การ

เอกสารรับประทานอาหารไทย, การเลือกซื้อสินค้า และ ความบันเทิงยามราตรี ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการทดสอบ Chi-Square Test for Multiple Response Categorical Data ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การเลือกทำชุดกิจกรรมขึ้นอยู่กับรายได้และประเภทการเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 USD ต่อปี และเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์จะเลือกทำชุดกิจกรรมที่ 1 มากกว่า ชุดกิจกรรมที่ 2 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่อปีตั้งแต่ 20,000 USD ขึ้นไป และเดินทางมาเองจะเลือกทำชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่า ชุดกิจกรรมที่ 1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	The relationship of chinese tourist activities in Thailand		
Students	Miss Natnicha Sabdasen	Student ID 57051100	
	Miss Natthaporn Pumpreuk	Student ID 57051103	
	Miss Nisanard Natesuone	Student ID 57051128	
Degree	Bachelor of Science (Applied Statistics)		
Department	Statistics		
Faculty	Science		
University	King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang (KMITL)		
Academic Year	2017		
Advisor	Asst.Prof.Dr. Sittichai Charoensettasilp		

Abstract

The objectives of this cooperative research are to analyze the relationship of Chinese tourist activities that often do when they are traveling in Thailand and to guide for relevant stakeholders for development tourism industry in Thailand.

In this study, secondary data was used. The sampling method using disproportional stratified random sampling. Traveling behavior questionnaires were used for instrument. The Chinese tourists sample are aged more than 15 years old and overnight in Thailand at least 1 night in 2016 amount of 411 people. Statistical analyzed are percentage, mean and test of relationship between activity group and demographics using Chi-square test for Multiple Response Categorical Data. The result revealed that the respondents were male and female are equal but female slightly more than male. Most of them are between 25-34 years old, Bachelor's Degree and have professional career (such as doctors, professors, scientists, etc.) and manager are equal, but professional career is little more than manager, annual income less than 20,000 USD, a arrivals to Thailand are equal in every quarter, but quarter 4 is slightly higher than other quarters and The tourists traveling with own arrangement is the most. The tourists traveling with group tour is half of tourists traveling with own arrangement.

To study the relationship of tourist activities, Apriori method was used for the Association Rules. The activity set was divided into 5 activities. There were 2 activity groups that were popular from the sample. The Activity group 1: Sea and beach, Spa & Wellness, Tasting Thai food, Shopping and Historical sites / City Tour. The activity group 2: Sea and beach, Spa & Wellness, Tasting Thai food, Shopping and Nightlife.

Based on the Chi-Square test for Multiple Response Categorical Data at significant level of 0.05 found that the annual income and the type of travel correlated with the decision to select activity group of Chinese tourists. For Chinese tourists who annual income less than 20,000 USD per year and traveling with group tour choose Activity group 1 more than Activity group 2. While a Chinese tourist who has annual income more than 20,000 USD and traveling on their own arrangement choose Activity group 2 more than Activity group 1.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

สหกิจศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย เจริญเศรษฐศิลป์ ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา กรุณาให้คำปรึกษา ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำสหกิจศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.วัลย์ลักษณ์ อัครธีรวงศ์ กรรมการในการสอบสหกิจศึกษา ที่ได้ให้ความรู้และข้อเสนอแนะในการทำสหกิจครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาสถิติประยุกต์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่สาขาสถิติประยุกต์และเจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ทุกท่านที่ได้ช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกและติดต่อเอกสารในการทำสหกิจศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณบริษัทกรณีศึกษา ที่ให้เข้าฝึกประสบการณ์ในการทำงานและอนุญาตให้นำข้อมูลมาใช้ในการทำสหกิจศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณพี่ๆ ในบริษัทกรณีศึกษาทุกท่านที่ดูแล เกื้อหนุน อบรม สั่งสอน และช่วยเหลือการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบุคคลที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวถึงมา ณ ที่นี้ด้วย และผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และญาติพี่น้องที่ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย พร้อมทั้งให้การสนับสนุนจนจบการปฏิบัติสหกิจศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ณัฐนิชา	ศัพทเสน
ณัฐพร	พุ่มพฤษ์
นิตานาด	เนตรสุวรรณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูป.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	3
1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	3
1.5 สมมติฐาน.....	3
1.6 ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	3
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1.1 การทำเหมืองข้อมูล (Data Mining).....	5
2.1.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	10
2.1.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	20
2.1.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว.....	22
2.1.5 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว.....	25
2.1.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
2.1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
2.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	39
2.2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics).....	39
2.2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics).....	39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	42
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
3.4 การเตรียมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์	45
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
บทที่ 4 ผลการวิจัยและการอภิปรายผล	46
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้วยโปรแกรม WEKA.....	49
4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวและการทำชุดกิจกรรม.....	56
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	63
5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	63
5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้วยโปรแกรม WEKA.....	64
5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวและการทำชุดกิจกรรม.....	64
5.4 แนวทางการนำไปใช้	65
เอกสารอ้างอิง.....	66
ภาคผนวก.....	69
ภาคผนวก ก	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม WEKA.....	70
ภาคผนวก ข	
การทดสอบสมมติฐาน	81

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตัวอย่างข้อมูล Transaction ของการซื้อขายสินค้า.....	8
2.2 ตัวอย่าง Itemsets ความถี่ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อมกัน.....	8
2.3 ตัวอย่างการคำนวณ Support, Confidence.....	9
4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อปี ไตรมาส และประเภทการเดินทาง.....	47
4.2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และเพศ.....	56
4.3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และช่วงอายุ.....	57
4.4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และสถานภาพ.....	58
4.5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และอาชีพ.....	59
4.6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และรายได้ต่อปี.....	60
4.7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และไตรมาส.....	61
4.8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และประเภทการเดินทาง.....	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด 4 อันดับแรก ปี 2556 ถึง 2559.....	1
1.2	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2548 ถึง 2558.....	2



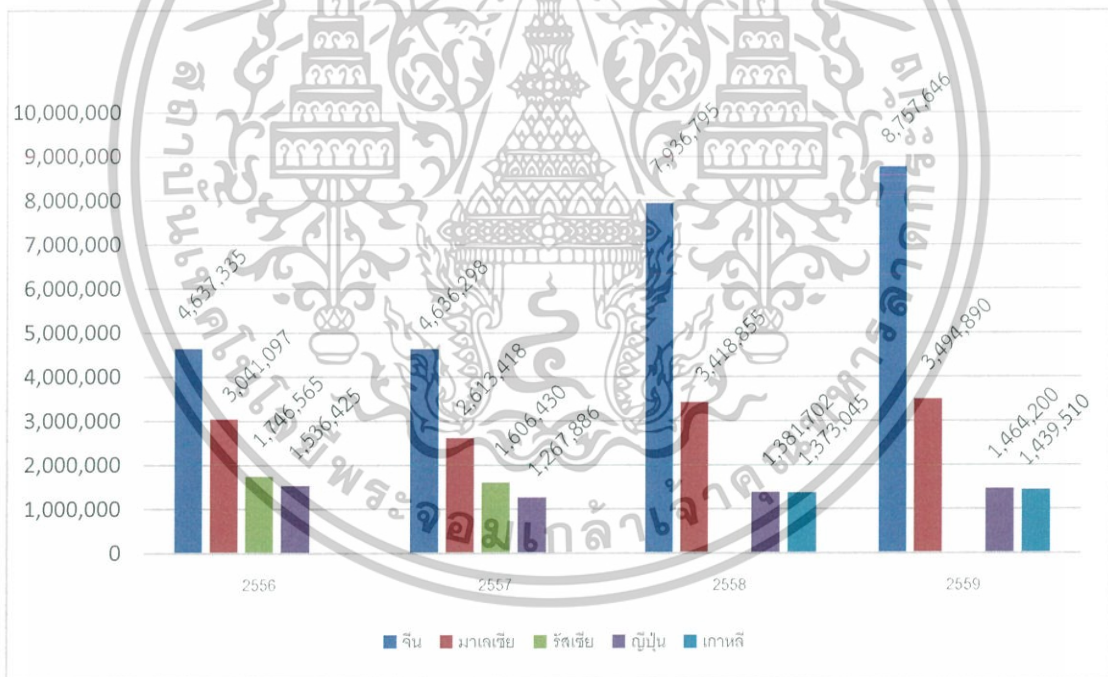
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ และเกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพ ยั่งยืน สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (สมาคมการตลาดท่องเที่ยวไทย สมาคมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว)



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รูปที่ 1.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด 4 อันดับแรก ปี 2556 ถึง 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะเห็นได้ว่า จีนเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง สอดคล้องกับในปี 2556 ถึง 2559 ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยในช่วงหกเดือนแรกของปี 2560 จำนวนมากที่สุด 3 ลำดับได้แก่ จีน อาเซียน ยุโรป ตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว)



ข้อมูล ปี 2544-2550 จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ปี 2551-2555 จากกรมการท่องเที่ยว และปี 2557-2558 กระทรวงการท่องเที่ยว

รูปที่ 1.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2548 ถึง 2558

จากรูปที่ 1.2 ดังกล่าวจะเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในแต่ละปี จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมาพบว่ามียุ่ราว 9 ล้านคน สามารถสร้างเม็ดเงินเข้าประเทศได้กว่า 400 ล้านบาท

ขณะที่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนเริ่มนิยมเดินทางแบบอิสระ หรือการท่องเที่ยวแบบ FIT (Free and Independent Traveler) คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 42% ของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางออกนอกประเทศทั้งหมด ซึ่งนักท่องเที่ยวในกลุ่ม FIT นี้จะมีพฤติกรรมเด่น ๆ คือ มักจะมีการค้นหาข้อมูลและวางแผนการเดินทางด้วยตนเองจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ก่อนเดินทางอยู่เสมอ (พัชรพร สิริทรัพย์วงศ์, ไปตู้ ประเทศไทย, 2561)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ที่ศึกษา

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์ชุดกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความนิยม

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนตัวกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนทำเมื่อเดินทางมายังประเทศไทย

1.2.3 เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปใช้พัฒนาประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1.3 ขอบเขตการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 411 คน จากข้อมูลทุติยภูมิที่ได้มาจากสำรวจโดยการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เก็บข้อมูลจากท่าอากาศยาน ด้านตรวจคนเข้าเมือง และท่าเรือ ทั้งสิ้น 14 ด้าน ซึ่งลักษณะของกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และพักค้างคืนในประเทศไทยอย่างน้อย 1 คืน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในปี พ.ศ. 2559

1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ มีดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

- เพศ
- สถานภาพ
- อายุ
- อาชีพ
- รายได้
- ช่วงเวลาที่เดินทางเข้ามา
- ประเภทการเดินทาง

ตัวแปรตาม คือ

ชุดกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 สมมติฐาน

1.5.1 เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ รายได้ ช่วงเวลาที่เดินทางเข้ามา และประเภทการเดินทาง มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกทำกิจกรรมที่ต่างกัน

1.6 ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ศึกษาถึงปัญหาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. กำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
3. เตรียมข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากบริษัทเพื่อนำมาวิเคราะห์
4. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม WEKA
5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS
6. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน
2. วิชาชีพ หมายถึง งานที่ตนได้ปฏิบัติงานว่าจะอุทิศตัวทำไปตลอดชีวิต เป็นงานที่ต้องได้รับการอบรมสั่งสอนมานาน เป็นงานที่มีขนบธรรมเนียมและจรรยาของหมู่คณะโดยเฉพาะ ได้แก่ แพทย์ พยาบาล เภสัชกร วิศวกร นักวิชาการ อาจารย์ นักวิทยาศาสตร์ สถาปนิก ทนายความ นักบัญชี นักกฎหมาย นักการทูต นักดนตรี นักข่าว
3. อาชีพพนักงาน หมายถึง บุคคลลากรที่ทำงานในสำนักงานทั่วไปทั้งส่วนราชการและเอกชน ประกอบด้วย ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เสมียน พนักงานขาย และเลขานุการ
4. ชุดกิจกรรม หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนทำประกอบด้วย 5 กิจกรรมย่อย

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมที่เลือกทำ
2. สามารถนำชุดกิจกรรมที่ได้จากการวิเคราะห์ให้พัฒนาและปรับปรุงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอเนื้อหาที่เน้นถึงทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดของเนื้อหาประกอบด้วยหัวข้อย่อย 2 หัวข้อ ดังนี้

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 การทำเหมืองข้อมูล (Data Mining)

การทำเหมืองข้อมูลคือการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแยกประเภท จำแนกรูปแบบและความสัมพันธ์ของข้อมูลจากฐานข้อมูลที่มีขนาดใหญ่หรือคลังข้อมูล โดยมีวิธีต่าง ๆ หลายวิธี ซึ่งรูปแบบการทำเหมืองข้อมูลนั้นได้รวบรวมความรู้จากหลายแขนงเข้าไว้ด้วยกันซึ่งประกอบด้วยระบบการเรียนรู้ของเครื่องจักร (Machine Learning) ร่วมกับวิทยาศาสตร์สารสนเทศ (Information Science) สถิติ (Statistic) และระบบฐานข้อมูล (Database System) โดยทั่วไปแล้ววิธีที่นำมาใช้ส่วนใหญ่มี 5 ประเภท (รุจิรา ธรรมสมบัติ, 2554)

- 1) วิธีการจำแนกกลุ่ม (Classification)
- 2) วิธีการค้นหากฎความสัมพันธ์ (Association Rule)
- 3) วิธีการจัดกลุ่ม (Clustering)
- 4) วิธีการหาค่าที่แตกต่างจากค่ามาตรฐาน (Deviation Detection)
- 5) วิธีการวิเคราะห์ลำดับ (Sequential Analysis)

ซึ่งในงานวิจัยเล่มนี้เลือกใช้วิธีการหาความสัมพันธ์ในการประมวลผลข้อมูล โดยเป็นการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลภายในกลุ่มข้อมูลเพื่อใช้ลักษณะของข้อมูลในกลุ่มเดียวกัน เช่น การระบุว่าในกลุ่มของลูกค้าที่ซื้อนม นั้น จะมีลูกค้า 64% ที่ซื้อขนมปังด้วย หรืออาจจะเป็นการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างกลุ่มข้อมูลก็ได้ เช่น ในทุก ๆ ครั้งที่ดัชนีของตลาดหุ้นหนึ่งลดลง 5% ดัชนีของตลาดหุ้นอื่นจะเพิ่มขึ้น 13% ภายในช่วง 2-6 เดือนหลังจากนั้น เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการหาความสัมพันธ์ ซึ่งลักษณะของการหาความสัมพันธ์นั้นอาจแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล (Association discovery) การหาความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของข้อมูล (Sequential Pattern discovery) และ การหาความสัมพันธ์ของข้อมูลกับช่วงเวลาใดๆ (Similar Time Sequence discovery)

การหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล (Association discovery) ผลลัพธ์ที่ได้เป็นกฎความสัมพันธ์ (Association Rule) สามารถเขียนได้ในรูปเซตของรายการที่เป็นเหตุ ไปสู่เซตของรายการที่เป็นผล ซึ่งมีรากฐานมาจากการวิเคราะห์ตะกร้าตลาด (Market Basket Analysis) เช่น ลูกค้าที่ซื้อผ้าอ้อมส่วนใหญ่จะซื้อเบียร์ด้วย เป็นการค้นหากฎความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยค้นหาความสัมพันธ์ของข้อมูลทั้ง 2 ชุด หรือมากกว่า 2 ชุดขึ้นไปไว้ด้วยกัน ความสำคัญของกฎทำการวัดโดยใช้ข้อมูล 2 ตัวด้วยกัน คือ

1. ค่าสนับสนุน (Support) เป็นค่าที่บ่งบอกว่าเหตุการณ์ A กับ B มีความถี่ในการเกิดขึ้นมากน้อยแค่ไหน

$$\text{Support} = P(A \cap B) = \frac{\text{จำนวน transaction ที่ปรากฏรายการทั้ง } A \text{ และ } B}{\text{จำนวน transaction ทั้งหมด}}$$

2. ค่าความเชื่อมั่น (Confidence) เป็นค่าที่บอกว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์ B แล้ว มีโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ A มากน้อยแค่ไหน

$$\text{Confidence} = P(B|A) = \frac{P(A \cap B)}{P(A)}$$

$$= \frac{\text{จำนวน transaction ที่ปรากฏรายการทั้ง } A \text{ และ } B}{\text{จำนวน transaction ที่ปรากฏรายการ } A}$$

จากสูตรดังกล่าว (Danie T. Larose, 2005) อธิบายได้ว่า หลังจากที่ได้คัดเลือกผลลัพธ์ (กฎความสัมพันธ์) ที่มีความน่าจะเป็นของการเกิดขึ้นพร้อมกันอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ นั่นคือ ผลลัพธ์ที่ผ่านเกณฑ์ค่าสนับสนุน (Support) แล้ว จะนำผลลัพธ์นั้นมาหาค่าความเชื่อมั่น (Confidence) เพื่อเป็นการตรวจสอบว่าผลที่ได้มีความเป็นจริงมากน้อยแค่ไหน ซึ่งผลลัพธ์ที่มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงว่า ผลลัพธ์นั้นมีความน่าเชื่อถือ สรุปได้ว่า ค่าสนับสนุน (Support) และค่าความเชื่อมั่น (Confidence) นั้น เป็นค่าที่บอกถึงความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลลัพธ์ (กฎความสัมพันธ์) ที่ได้นั่นเอง

ในการหากฎความสัมพันธ์นั้น จะมีขั้นตอนวิธีการหาหลายวิธีด้วยกัน แต่ขั้นตอนวิธีที่เป็นที่รู้จักและใช้อย่างแพร่หลาย คือ อัลกอริทึม Apriori เป็นอัลกอริทึมพื้นฐานที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยใช้หลักการค้นหาแบบวงกว้างก่อนนับทรานแซคชัน ซึ่งจะทำการสร้างและตรวจสอบเซตไอเท็มที่เกิดขึ้นบ่อยที่ละชั้น โดยเริ่มจากเซตไอเท็มที่มีจำนวนสมาชิกเท่ากับหนึ่งถ้าเซตไอเท็มใดมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าสนับสนุนน้อยกว่าค่าสนับสนุนที่กำหนดก็จะตัดเซตไอเท็มนั้นออก ไม่นำไปสร้างเซตไอเท็มในขั้นต่อไป การทำงานของอัลกอริทึมจะวนไปเรื่อยๆ จนกระทั่งไล่ทุกระดับชั้น หรือไม่เหลือเซตไอเท็มในขั้นต่อไป ในการนับจำนวนทรานแซกชันอัลกอริทึม Apriori จะทำการไล่ทรานแซกชันครั้งเดียวในแต่ละระดับชั้น ในการตรวจดูว่าทรานแซกชันนั้นบรรจุเซตไอเท็มใดบ้าง เพื่อความรวดเร็วจะเก็บเซตไอเท็มในแต่ละระดับชั้นทั้งหมดไว้ในโครงสร้าง Hash Tree จุดเด่นของอัลกอริทึมนี้อยู่ที่ความสามารถในความเร็วของการค้นหาไอเท็มเซตที่ปรากฏบ่อยด้วยการละเว้นการพิจารณาไอเท็มเซตที่ปรากฏซ้ำด้วยความถี่ที่ต่ำกว่าเกณฑ์

ลักษณะข้อมูลที่เหมาะสมกับการหาความสัมพันธ์

- 1) เป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมากกว่าหนึ่งสิ่งที่มีการบันทึกร่วมกันในหนึ่งแถวของข้อมูล
- 2) ข้อมูลที่นำมาใช้วิเคราะห์มักมีลักษณะเป็น Transaction กล่าวคือ หนึ่งระเบียบข้อมูลคือความสัมพันธ์ของลักษณะประจำ (ตัวแปร) หนึ่งรูปแบบ
- 3) การวิเคราะห์รูปแบบนี้ไม่มีลักษณะประจำเป้าหมาย
- 4) ลักษณะประจำนำเข้าเป็นตัวแปรทวิภาค หรือตัวแปรที่มีค่าไม่ต่อเนื่อง
- 5) ในกรณีที่ลักษณะประจำมีค่าที่ต่อเนื่อง โปรแกรมจำเป็นต้องแปลงเป็นค่าไม่ต่อเนื่องก่อนการคำนวณ ซึ่งอาจทำโดยมนุษย์หรือใช้เครื่องคอมพิวเตอร์แปลแบบอัตโนมัติ

ประโยชน์ของกฎความสัมพันธ์ (Association Rule)

1) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลในอดีต และปัจจุบันเพื่อหาความสัมพันธ์ของข้อมูล เช่นหาความสัมพันธ์ของสินค้าสองรายการ เพื่อให้ทราบการซื้อสินค้าที่ขึ้นต่อกันยอดขายสินค้าประเภทหนึ่ง อาจขึ้นอยู่กับกรขายสินค้าอีกประเภทหนึ่ง ผู้จัดการหรือเจ้าของร้านจะได้วางแผนในการจัดทำ Promotion สินค้า เพื่อส่งเสริมการขายได้อย่างถูกต้อง หรือเตรียมวางแผนในด้านการจัดชั้นวางสินค้า (Shelf) ได้อย่างเหมาะสม

- 2) สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ขั้นตอนการสร้างกฎความสัมพันธ์ (Association Rule)

- 1) เตรียมข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งอยู่ในลักษณะของ Transaction

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 แสดงตัวอย่างข้อมูล Transaction ของการซื้อสินค้า

Transaction	Items Purchased
1	Broccoli, green peppers, corn
2	Asparagus, squash, corn
3	Corn, tomatoes, beans, squash
4	Green peppers, corn, tomatoes, beans
5	Beans, asparagus, broccoli
6	Squash, asparagus, beans, tomatoes
7	Tomatoes, corn
8	Broccoli, tomatoes, green peppers
9	Squash, asparagus, beans
10	Beans, corn

2. หา Frequent Itemsets ซึ่งเป็น Itemsets ที่มีความถี่ของเหตุการณ์ที่สิ่งหนึ่งเกิดขึ้นพร้อมกันกับสิ่งหนึ่ง ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 แสดงตัวอย่าง Itemsets ความถี่ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อมกัน

Combination	Count	Combination	Count
Asparagus, beans	5	Broccoli, corn	2
Asparagus, broccoli	1	Broccoli, green peppers	4
Asparagus, corn	2	Broccoli, squash	1
Asparagus, green peppers	0	Broccoli, tomatoes	2
Asparagus, squash	5	Corn, green peppers	3
Asparagus, tomatoes	1	Corn, Squash	3
Beans, broccoli	3	Corn, tomatoes	4
Beans, corn	5	Green peppers, squash	1
Beans, green peppers	3	Green peppers, tomatoes	3
Beans, squash	6	Squash, tomatoes	2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) คำนวณหา Frequent Itemsets ที่มีความถี่ หรือค่าสนับสนุน (Support) มากกว่าหรือเท่ากับความถี่ขั้นต่ำ (Minimum Support) ซึ่งสามารถกำหนดได้เองในแต่ละครั้งของการวิเคราะห์ ส่วน Itemsets ที่มีความถี่น้อยกว่าค่าความถี่ขั้นต่ำ จะเรียกว่า Rare Itemsets

ตารางที่ 2.3 แสดงตัวอย่างการคำนวณ Support, Confidence

If Antecedent, then Consequent	Support	Confidence
If buy asparagus, then buy beans	$5/14 = 35.7\%$	$5/6 = 83.3\%$
If buy beans, then buy asparagus	$5/14 = 35.7\%$	$5/10 = 50\%$
If buy beans, then buy squash	$6/14 = 42.9\%$	$6/10 = 60\%$
If buy broccoli, then buy green peppers	$4/14 = 28.6\%$	$4/5 = 80\%$
If buy tomatoes, then buy corn	$4/14 = 28.6\%$	$4/6 = 66.7\%$
If buy asparagus and beans, then buy squash	$4/14 = 28.6\%$	$4/5 = 80\%$

จากตารางที่ 2.3 แสดงตัวอย่าง Frequent Itemsets ที่แสดงการคำนวณค่า Support และค่า Confidence โดยนำเสนอออกมาเป็นกฎ If.....then..... “ถ้าเงื่อนไขแล้วผลลัพธ์” เช่น

“If buy asparagus, then buy beans”

“If buy beans, then buy asparagus”

และทำการเลือกกฎที่มีค่า Support ที่มากกว่าหรือเท่ากับค่า Minimum support ที่กำหนดไว้

4) สร้าง Association จาก Frequent Itemset ที่ได้จากการดำเนินในขั้นตอนที่ผ่านมา และ จะยอมรับกฎความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นมาก็ต่อเมื่อกฎนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Confidence) มากกว่าหรือเท่ากับค่าความเชื่อมั่นขั้นต่ำ (Minimum Confidence).

ซึ่งจากตารางที่ 2.3 จะสามารถเลือกกฎที่มีค่ามากกว่า หรือเท่ากับค่าความเชื่อมั่นขั้นต่ำ (Minimum Confidence) ซึ่งกำหนดค่า Minimum Confidence $\geq 80\%$ ดังนั้น กฎที่ผ่านเกณฑ์ค่า ความเชื่อมั่นขั้นต่ำ ได้แก่

If buy asparagus, then buy beans

If buy broccoli, then buy green peppers

If buy asparagus and beans, then buy squash

หลังจากนั้น ก็จะได้กฎความสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ และนำไปเป็นองค์ความรู้ใหม่ในการ

ประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารในธุรกิจต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism หรือ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อสราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วน Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อไฝหาสุขารมณ์หรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้นคำว่า “ท่องเที่ยว” จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้าง มิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางนกระบวภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง ความหมายของการท่องเที่ยวนั้นอาจสรุปได้ในเงื่อนไข 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สอง ต้องเดินทางไปด้วยความสมัครใจ และประการสุดท้ายเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใด ๆ ก็ได้ ที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (วรรณ วลัยวนิช, 2539)

จี และโชว์ Gee & Choy (1989) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินสนุกสนาน โดยที่นักเดินทางนั้นคือนักท่องเที่ยวนั่นเอง

เศกสรรค์ ยวงนิษฐ์ (2541) ได้กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจตามวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นิคม จารุมณี (2544) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อหาการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคมจนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่าง ๆ

สรุปแนวความคิดต่าง ๆ และความหมายของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราวด้วยความสมัครใจตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ แต่ต้องมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

2.1.2.1 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

Douglas Foster ได้เขียนไว้ในหนังสือ “Travel and Tourism Management” ว่าความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทางสามารถแบ่งออกได้เป็น 9 อย่างคือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) เป็นการเดินทางในวันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไรร อันเป็นการขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion)

เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะนานาชาติในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่าง ๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติศาสนากิจ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational)

เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่ประเทศอินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป ไปบรรยายวิชาการท่องเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation)

เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น เช่น การชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาเขต การไปเล่นสกีในฤดูหนาว เป็นต้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกสนานบันเทิงใจ เช่น การเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ การชมทิวทัศน์ที่สวยงาม การไปชมการแสดงโอเปร่า การไปชมการแสดงคอนเสิร์ต เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests)

เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โครงกระดูกมนุษย์โบราณ เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies)

เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น ไปวาดรูปบนภูเขา ไปขี่ม้าที่ชายหาด ไปเล่นสกี เป็นต้น

7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend / Relation)

เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรอันเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น ไปเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ ไปเยี่ยมลูกที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business)

ในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และสหราชอาณาจักร ประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลัก จึงเปรียบเสมือนว่าธุรกิจกับการเดินทางคู่กันเสมอ

แม้ว่าการเดินทางเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ก็จัดเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้กับจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวไปเยือน และนักธุรกิจนั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่ ณ สถานที่นั้นเพื่อที่จะทำงานหารายได้อย่างเดียว หากต้องบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งหมายถึงการเข้าพักในโรงแรม การใช้

เอกสารนี้ให้บริการห้องประชุม ชื่อของฝากของที่ระลึกต่าง ๆ ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

8.1 การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular Business Travel) หมายถึง การเดินทางไปติดต่อประสานงาน หรือเซ็นสัญญาเกี่ยวกับธุรกิจ โดยอาจมีระยะเวลาในการหยุดพักผ่อน 2-3 วัน แทรกอยู่ในการเดินทางนั้น เช่น นักธุรกิจชาวอังกฤษเดินทางมาเซ็นสัญญาหุ้นส่วนโรงแรมในประเทศไทย หรือตัวแทนขายประกันเดินทางไปเยี่ยมลูกค้า

8.2 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive, conference / convention / congress and Exhibition : MICE) การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้กำลังได้รับความสนใจทั้งจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก โดยมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้อย่างจริงจัง เนื่องจากเห็นความสำคัญถึงภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กล่าวคือ ผู้ที่เดินทางมาในลักษณะดังกล่าวมักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และมีความสามารถในการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้แม้ว่าผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางที่เกี่ยวข้องในเชิงธุรกิจ แต่หากคนกลุ่มนี้มีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีต่อพื้นที่ที่ได้ไปเยือนเป็นครั้งแรก ก็อาจเดินทางกลับไปยังพื้นที่นั้นอีกครั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการหยุดพักผ่อนในรูปแบบอื่น ๆ อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นคนที่มีการศึกษาระดับสูงและมีผู้นำด้านความคิด หากเลือกที่จะมาแหล่งท่องเที่ยวใด ก็ย่อมจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวนั้น

สิ่งสำคัญที่นักธุรกิจแต่ละกลุ่มต้องการเหมือนกัน คือ ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง เนื่องจากบางครั้งอาจมีเวลาจำกัดในการติดต่อธุรกิจ และอาจต้องเดินทางหลายแห่งในคราวเดียวกัน รวมถึงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ เช่น ในโรงแรมมักจะมีห้องติดต่อธุรกิจ (Business center) ซึ่งมีบริการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นโทรสาร โทรศัพท์ ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องถ่ายเอกสาร หรือแม้กระทั่ง ผู้ช่วยส่วนตัว ไว้รองรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว

9. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ และเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่ประชุมสัมมนา เช่น เมืองพัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เจนีวา ปารีส เป็นต้น (Conference Congress)

วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวอาจแบ่งได้ 9 ข้อ ดังนี้

(ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2550)

1. เพื่อการพักผ่อน (Relaxation) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหรือผ่อนคลายจากภารกิจทั้งปวง ทั้งด้านงานและภาระอื่น ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง พร้อมฟื้นฟูความสดชื่นสมบูรณ์ ของร่างกายและจิตใจ เพื่อที่จะกลับมาปฏิบัติภารกิจต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เพื่อการนันทนาการ (Recreation) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อนันทนาการหาความรื่นรมย์สนุกสนาน โดยจุดหมายปลายทางอาจเป็นสถานที่ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม หรือแหล่ง บ้านเทิ่งต่าง ๆ ซึ่งประเทศท่องเที่ยวทั้งหลายต่างพยายามเสนอแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวประเภทนี้

3. เพื่อสุขภาพ (Health) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อฟื้นฟูหรือบำรุงสุขภาพ ซึ่งอาจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เอื้อให้สุขภาพสดชื่นแข็งแรง หรืออาจไปยังแหล่งที่ให้บริการ ฟื้นฟูดูแลสุขภาพโดยตรง ซึ่งปัจจุบันมีธุรกิจที่ให้บริการด้านสุขภาพ และมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มี จุดมุ่งหมายการเดินทางเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น

4. เพื่อการกีฬา (Sport) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อการกีฬาอาจจะเพื่อชมการแข่งขันกีฬา อาทิเช่น ฟุตบอลโลก เอเชียนเกมส์ โอลิมปิกเกมส์ ที่สามารถดึงดูดผู้สนใจ ด้านการกีฬาให้เดินทางมาชมจำนวนมาก หรืออาจเดินทางไปเล่นกีฬางานชนิดที่จำเป็นต้องใช้สถานที่เฉพาะหรือพิเศษ ซึ่ง ถ้าประเทศใดมีสถานที่เหมาะสมสำหรับการเล่นกีฬาแต่ละประเภท จะสามารถดึงดูดให้นักเดินทางเพื่อ จุดมุ่งหมายนั้นเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศ

5. เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร (Visiting) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนเครือญาติ หรือมิตรสหายที่อยู่ไกล แสดงถึงความรักความผูกพันที่มีต่อกันประเทศในแถบเอเชียยังคงยึดมั่นและเคร่งครัดในวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมจะมีการเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายในการเยี่ยมเยียนญาติมิตร มากกว่าจุดมุ่งหมายอื่น ๆ โดยเฉพาะในช่วงเวลาของเทศกาลประเพณี

6. เพื่อศาสนา (Religion) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อปฏิบัติศาสนกิจหรือเพื่อนมัสการสถานที่สำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนาตามความเชื่อถือหรือศรัทธา เช่น พุทธศาสนิกชนจะเดินทางไปปฏิบัติธรรม ทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ณ วัดต่าง ๆ หรือชาวมุสลิมทั่วโลกต่างพากันเดินทางไป ประกอบพิธีฮัจ ที่เมืองเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น

7. เพื่อธุรกิจ (Business) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจเป็นหลักแต่มี โอกาสได้ท่องเที่ยวด้วยในประเทศที่มีความเจริญด้านเศรษฐกิจจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวประเภทนี้มาก เพราะจะมีการเดินทางเข้ามาอย่างสม่ำเสมอได้เป็นช่วงเวลาหรือฤดูกาลเหมือน นักท่องเที่ยว ประเภทอื่น ๆ

8. เพื่อการประชุมสัมมนา (Convention and Conference) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา และมีการท่องเที่ยวประกอบด้วย การท่องเที่ยวรูปแบบนี้จะรวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อชมงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการต่าง ๆ ที่เรียกว่า Exhibition Tour มีการจัดให้นักท่องเที่ยว กลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) ถือเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาร่วมประชุมนานาชาติ จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงกว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ประมาณ 2 เท่า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อศาสนา เพื่อธุรกิจ และเพื่อการประชุมสัมมนา ล้วนเป็นการเดินทางที่มีความมุ่งหมายต่าง ๆ เป็นหลัก แต่ในการเดินทางเหล่านั้นได้จัดแบ่งเวลาสำหรับการท่องเที่ยวและนันทนาการไว้ด้วย ถือเป็นการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นไปตามวัฒนธรรม ความเชื่อทางศาสนา ธุรกิจ หรือประชุมสัมมนา

สรุปว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 9 ประเภท ได้แก่ 1. เพื่อพักผ่อน คือ ท่องเที่ยวเป็นผ่อนคลายจากการทำงาน 2. เพื่อนันทนาการ คือ การท่องเที่ยวเพื่อหาความสนุกสนาน 3. เพื่อสุขภาพ คือ การท่องเที่ยวในสถานที่ที่ส่งเสริมสุขภาพ 4. เพื่อการศึกษา คือ การท่องเที่ยวเพื่อชม หรือเล่นกีฬา 5. เพื่อเยี่ยมญาติ คือ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมครอบครัว 6. เพื่อศาสนา คือ การท่องเที่ยวเพื่อไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา 7. เพื่อธุรกิจ คือ การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ หรือมีเวลาเหลือจากการทำธุรกิจก็ไปเที่ยว 8. เพื่อประชุมสัมมนา คือ ไปท่องเที่ยวตามที่วางแผนหากมีเวลาเหลือจากการประชุมสัมมนา และ 9. เพื่อทำกิจกรรมที่นอกเหนือจากวัตถุประสงค์หลัก เช่น งานอดิเรก

2.1.2.2 รูปแบบของการท่องเที่ยว

ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)
2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)
3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (วาริชย์ มัชฌิมบุรุษ, 2553)

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศ

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศ

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหิน ทราย อุโมงค์ ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลกศึกษาธรรมชาติ ของหิน ดิน แร่ต่าง ๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ ได้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยว อย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการ

เอกสารนี้รักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม ต่อการจัดการการท่องเที่ยว ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชม และเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับ นับถือการเคารพ พิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ ผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยว ในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจ ได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษา

เอกสารนี้สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม ต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health, Beauty and Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาคำความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้านวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวภูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับความประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับความประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยว อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิต ในบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัย ที่ห้าของชีวิตคือการท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 - 4 ครั้งต่อปี คราวละนานๆ อย่างน้อย 1 เดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวน 3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive หรือ Travel) หมายถึง การจูงใจให้เที่ยวค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้น ๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจูงใจเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักแรมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับ ผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจูงใจการพักแรมตั้งแต่ 2 - 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=Meeting/ I= Incentive/ C=Conference / E=Exhibition) เป็นการจูงใจให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้จัดประชุม มีรายการจูงใจเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจูงใจการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจูงใจการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุม โดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักค้างแรม 2 - 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหาร และบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของผู้จัดการการท่องเที่ยว คัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจูงใจการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 - 7 วันหรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

สรุปได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีหลากหลายประเภทเนื่องด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศมีจำนวนมาก เช่น 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท

3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย การท่องเที่ยวเชิงกีฬาการท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล การท่องเที่ยวแบบประชุม การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

2.1.2.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

ได้อธิบายถึงประเภทของการท่องเที่ยว หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามที่มาของปลายทางของการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว ได้ 7 ประเภท คือ

เอกสารนี้ (ชิดจันทร์ หังสสุต, 2532) รับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุก นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันสวยงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอีกทีก็ครึกโครมและตีกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่มีผลเป็นความสนุก

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวพวกนี้จะใช้วันหยุดเพื่อพักโดยไม่ทำอะไร เพื่อขจัดความเมื่อยล้าทั้งหลาย ทั้งทางกายและทางจิตที่เกิดขึ้นในเวลาทำงานให้หมดสิ้นไปและเรียกพละกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนอาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย มักเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาการที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ ในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงหรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของเขา ก็จะท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้น ๆ เพื่อศึกษาพิจารณาความเป็นอยู่ในแม่่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญของวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมศิลปกรรม เพื่อรวมปฏิบัติในงานมหรกรรมและงานฉลอง เพื่อชมการแสดงทางศิลปะครั้งสำคัญ ๆ เช่น ดนตรี ละคร

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาแบ่งได้เป็น 2 ชนิด

4.1 การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาแหลมทอง การแข่งขันกีฬานี้ นอกจากจะดึงดูดพวกนักกีฬาที่เกี่ยวข้องให้ไปชม ผู้ติดตามและผู้สนใจยังตามไปชมมากกว่านักกีฬาที่แข่งขันเสียอีก

4.2 การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬาชนิดนั้น ๆ เช่น ในฤดูหนาวซึ่งมีหิมะตกมากก็ไปเล่นสกี ฤดูร้อนก็เล่นเรือใบ ในฤดูร้อนก็เป็นการปีนเขาและในฤดูอื่น ๆ ที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวก็จะเข้าป่ายิงสัตว์ ตกปลา ซึม้า เล่นกอล์ฟ ประเทศใดที่มีภูมิประเทศที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวให้ไปเล่นกีฬาเหล่านี้ นับได้ว่าเปรียบในการพัฒนาอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ มีข้อเท็จจริงอยู่ว่า นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจมักจะจัดเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจไว้สำหรับท่องเที่ยวแท้ ๆ ด้วย ซึ่งอาจจะเป็นเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวันหรือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน เมื่อสิ้นสุดการปฏิบัติธุรกิจแล้ว แม้นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจจะขาดคุณสมบัติที่ว่า การท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรี จึงไม่น่าจะนับเป็นการท่องเที่ยวก็จริง แต่นักท่องเที่ยวธุรกิจก็นำเงินตราต่างประเทศมาทิ้งไว้ในประเทศเจ้าบ้านมากเท่า ๆ กับนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ก็น่าจะอนุโลมให้นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเป็นประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยวด้วย

6. การท่องเที่ยวเพื่อประชุม สัมมนา ฯลฯ ใน พ.ศ.2510 ตามสถิติของ IUOTO ปรากฏว่า เอกสารนี้มีการประชุมประเภทต่าง ๆ ระดับโลกถึง 3,500 แห่ง ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามคงมีอยู่เรือนแสนการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และการประชุมดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมากและรวดเร็ว ในการจัดวาระการประชุมทั้งหลายเหล่านี้เกือบจะไม่มีใครยกเว้น ผู้จัดจะต้องมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบที่เดียว เมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้ว เช่น พัทยา ก็มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่ประชุม และโรงแรมในเมืองนั้นก็พยายามแข่งขันกันในเรื่องการปรับปรุงและการสร้างห้องประชุมให้สะดวกสบายสำหรับการประชุม

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา บุคคลที่เดินทางไปต่างประเทศเพื่อนำการวิจัยในด้านสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา และอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานับเดือน ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยที่เดินทางไปสอนในต่างประเทศโดยได้สิทธิหยุดพัก หรือนักศึกษาของมหาวิทยาลัยไปเป็นกลุ่มเพื่อเรียนวิชาพิเศษในต่างประเทศ ตลอดภาคเรียนเป็นเวลา 3-4 เดือน หรือนักเรียนที่รับทุนแลกเปลี่ยน หรือพวกหน่วยอาสาสมัครของอเมริกา อังกฤษ แคนาดาและฝรั่งเศส พวกที่ได้รับเชิญไปดูงาน พวกนักบรรยาย มีอาชีพที่ท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปศึกษาต่างประเทศ บุคคลเหล่านี้นับเป็นนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

พลอยศรี โปราณนท์ (2544) กล่าวถึง ประเภทของการท่องเที่ยวว่าขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย มี 8 ประเภท

1. การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน (Recreation Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการพักผ่อนและความเพลิดเพลิน เป็นการพักผ่อนคลายความเครียดจากหน้าที่การงาน หรือต้องการหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมที่เคยชินไปชั่วระยะหนึ่ง กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเภทนี้มักอยู่กักรูปแบบของการพักผ่อนจริง ๆ เช่น นอนพักริมชายหาด อาบแดด ในเวลากลางวัน มีนันทนาการช่วงเวลากลางคืน เช่น ไปเดินกินเพื่อความสนุกสนาน และผ่อนคลาย

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ที่ ต้องมีความรู้ หรือมีประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทนี้จะอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกัน ก็มีความเพลิดเพลินอยู่ด้วย เช่น มีประสบการณ์ด้านดนตรี การละเล่น การพ้อนรำ ที่เป็นวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ด้านสุขภาพเป็นหลัก เป็นการท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อว่าสามารถทำให้สุขภาพร่างกายดีขึ้นตามความเชื่อและความนิยมในสมัยนั้น เช่น การเดินทางไปยังสถานที่ที่มีน้ำแร่ที่มีชื่อเสียงในอดีตที่บุคคลสำคัญ ๆ ในเวลานั้นนิยมไปท่องเที่ยว เช่น สปาในประเทศเบลเยียม หรือการเดินทางไปยังสถานที่พักตากอากาศทางทะเลที่เกิดขึ้นมากมายในอังกฤษช่วงการปกครองของพระนางวิกตอเรีย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การท่องเที่ยวเพื่อเกมกีฬา (Sport Tourism) เป็นการเดินทางหรือท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในด้านการกีฬาเป็นหลัก ซึ่งอาจเป็นการไปชมกีฬา หรือไปเล่นกีฬา เป็นต้น การท่องเที่ยวประเภทนี้เริ่มมาตั้งแต่สมัยอาณาจักรกรุงศรีอยุธยา และในสมัยนั้นมีการแข่งขันกีฬา

5. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา (Conference Tourism) เป็นการเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการประชุมสัมมนา แต่ก่อนหรือหลังหรือระหว่างการประชุมสัมมนานั้นอาจจะมีกิจกรรมเชิงการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น การเดินทางไปชมสถานที่สำคัญ เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการความรู้หรือประสบการณ์ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่ไปเที่ยว เช่น การไปชมโบราณสถานต่าง ๆ เข้าชมพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

7. การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของมนุษย์ (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาหาความรู้ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับชาติพันธุ์ของมนุษย์ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น การไปเยี่ยมชมหมู่บ้านชาวเขาในภาคเหนือ หรือแม้แต่การกลับไปเยือนแผ่นดินแม่ของเยาวชนเชื้อสายเอเชียในสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

8. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการสัมผัสหรือได้อยู่ใกล้ชิดกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวแบบทัวร์ป่า หรือการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับธรรมชาติของป่าและบางโอกาสยังมีกิจกรรมขี่ช้าง ล่องแพ รวมอยู่ด้วย

สรุป ประเภทการท่องเที่ยวที่แบ่งได้จากวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว มีทั้งหมดทำธุระอื่น ๆ เป็นหลักแล้วท่องเที่ยวเป็นประเด็นรอง และตั้งใจมาเที่ยวโดยตรง ได้แก่ 1. การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน กิจกรรมมักเป็นการพักผ่อน 2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการประสบการณ์หรือความรู้จากการไปท่องเที่ยว 3. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ คือ ไปตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลดีต่อสุขภาพ 4. การท่องเที่ยวเพื่อเกมกีฬา คือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมหรือเล่นกีฬา 5. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา คือการท่องเที่ยวหลังหรือก่อนหรือระหว่างการประชุมสัมมนา 6. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นการท่องเที่ยวโบราณสถานหรือไปเที่ยวเพื่อหาข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ 7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปศึกษาเป็นเวลานานเป็นเดือน 8. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่สัมผัสธรรมชาติ แต่ในงานวิจัยนี้จะศึกษากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมมาทำในประเทศไทย

2.1.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่จำกัดความไว้ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522. มาตรา 4 ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าเป็น อุตสาหกรรมที่จัดให้มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง

- 1) ธุรกิจนำเที่ยว
- 2) ธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว
- 3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานทูตตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- 4) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- 5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
- 6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

ชุดิมา รุ่งประพันธ์ (2549) ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่า อุตสาหกรรมที่มรดการดำเนินงานในธุรกิจขนาดใหญ่ ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทางตรงและทางอ้อม ซึ่งต้องใช้การบริหารธุรกิจที่ดีต้องมีการจัดการวางแผนขององค์กร การดำเนินการ การประเมินผล และการพัฒนา ซึ่งใช้งบประมาณจำนวนมาก

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ไม่สามารถคาดการณ์และเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ทั้งยังกล่าวได้ถึงลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. เป็นอุตสาหกรรมที่จับต้องไม่ได้
2. ไม่สามารถจัดส่งให้แก่ผู้ซื้อถึงที่
3. ไม่มีขีดจำกัดในการผลิตและจำหน่าย
4. ควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตได้ยาก
5. มีลักษณะสูญเสีย
6. เป็นอุตสาหกรรมที่มีอุปสงค์ไม่แน่นอน
7. เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก

ฉันทข วรณถนอม (2552) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียดพร้อมกับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จากความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการบริการที่เชื่อมโยงกับการบริหารงานหลาย ๆ ส่วนเข้าไว้ด้วยกัน จึงทำให้ควบคุมได้ยากเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

2.1.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว

1. กิจกรรมทะเลและชายหาด (Sea and Beach) หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมีทะเลและชายหาดเป็น ทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด เล่นวอลเลย์บอลชายหาด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมถึง การท่องเที่ยวในสถานที่ธรรมชาติ การแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ ทำทาย โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ของคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ที่มีการดำเนินการด้วยความเข้าใจ และอนุรักษ์ธรรมชาติให้ยั่งยืนไปพร้อมกับการทำกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก อาทิ การส่องสัตว์ การดูนก การชมผีเสื้อ และการนั่งช้าง

3. กิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัย (Adventurous travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย และได้ประสบการณ์ใหม่ อาทิ กิจกรรมประเภทปีนเขา ไต่หน้าผา ไรด์ตัวพายเรือแคนู พายเรือคายัค การปั่นจักรยานเสือภูเขา การเที่ยวถ้ำ

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง (Historical site / City tour) หมายถึง การท่องเที่ยว เพื่อชมสิ่งที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรมประเพณี ศิลปะทุกแขนงและสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง สะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย

5. กิจกรรมที่ทำให้ได้สัมผัส เรียนรู้ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น (Learn the way of Living of Local Residence) หมายถึง กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาสังเกตแบบแผนการดำเนินชีวิต โดยภาพรวมของ บุคคล หรือกลุ่มบุคคลในพื้นที่ อันสามารถสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะและค่านิยมของบุคคลและสังคมในบริเวณนั้น หมายรวมถึงพฤติกรรมการบริโภค การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ การรับประทานอาหาร การหาความบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจใช้เวลาว่าง และการแต่งตัว หรือพฤติกรรมดำรงชีวิตอื่น ๆ เช่น การช่วยเหลือสังคม พฤติกรรมในการเข้าสังคม การดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Medical treatment) อาทิ การผ่าตัด เสริมความงามหรือทำศัลยกรรมพลาสติก การลดน้ำหนัก การตรวจสุขภาพเบื้องต้น การทำเลสิก การเข้าคอร์สทำ D-tox หรือล้างพิษ ในร่างกาย

7. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Spa & Wellness) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวโดยผนวกกิจกรรม ด้านสุขภาพ การบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิถีทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้าง 5 ภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สบายใจเป็นส่วนผสมของศาสตร์และศิลป์แห่งการบำบัดเพื่อสุขภาพ สปาในประเทศไทยมักถูกผสมผสานเข้ากับการนวดแผนไทย ซึ่งถือเป็นศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำชาติไทย มีหลายรูปแบบ เช่น Beauty Spa, Medical Spa, วารีบำบัด, พลังบำบัด การใช้สมุนไพร (เพชร, พลอย) และสมุนไพรไทยทำให้เกิดความคุ้มค่าในความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ หนึ่งในปัจจุบัน สปาในประเทศไทยยังหมายรวมถึงไปถึงเฉพาะการนวดแผนไทย ที่มีการใช้น้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรไทยเป็นองค์ประกอบ ครอบคลุมตั้งแต่การนวดเท้า การนวดตัว การนวดศีรษะ ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำทั่วประเทศไทย

8. กิจกรรมรับประทานอาหารไทย (Testing Thai Food) หมายถึง กิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่มีการกำหนดอาหารไทยเป็นหลักในส่วนหนึ่งของมื้ออาหารระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนอาหารไทย หมายถึงอาหารที่ประกอบด้วยรสเข้มข้นมีเครื่องปรุงหลายอย่าง รสชาติอาหารแต่ละอย่างมีรสเฉพาะตัวการใช้เครื่องปรุงรสต่าง ๆ อย่างพิถีพิถันประณีต มีขั้นตอนเพื่อให้อาหารน่ารับประทาน มีส่วนประกอบอาหารประเภท พริกแห้ง กุ้งแห้ง น้ำปลา กะปิ ส้มมะขาม กระเทียม หัวหอม รวมทั้งส่วนประกอบอาหารจำพวกผัก และ เนื้อสัตว์ นานาชนิด เพราะมีวิธีนำมาประกอบที่มีด้วยกันหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็น แกง ต้ม ผัด ยำ เช่น ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ไก่ใส่หน่อไม้ แกงเผ็ดเป็ดย่าง มัสมั่น น้ำพริกกะปิ ผัดไทย ผัดซีอิ๊ว เป็นต้น

9. กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี (Night Life) หมายถึง กิจกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมความบันเทิงในยามราตรี โดยเฉพาะนิยมไปที่เวียยังสถานบันเทิงต่าง ๆ ยามราตรี เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลินและทำให้มีโอกาสได้พบปะสังสรรค์ เช่น การไปเที่ยวผับ บาร์ คาราโอเกะ หรือการไปเข้าร่วมกิจกรรมฟูลมูนปาร์ตี้ เป็นต้น

10. กิจกรรมสวนสนุกและกิจกรรมเพื่อความบันเทิง (Theme Park / Entertainment) หมายถึง สถานที่ประเภท สวนสนุกที่ถูกจัดให้มีแนวคิดเฉพาะเพื่อความสนุกสนานบันเทิงในรูปแบบที่มีเรื่องราว ตำนาน เรื่องเล่าขาน

11. กิจกรรมเกี่ยวกับเทศกาล งานประเพณี งานแสดงเนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ (National / Special Events / Local Festival) หมายถึง การเข้าร่วมกิจกรรมในโอกาสพิเศษ ช่วงเทศกาล หรืองานประเพณีสำคัญ อาทิ วันปีใหม่ วันสงกรานต์ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมที่เน้น

เอกสารนี้เปิดเผยวัฒนธรรม ประเพณี อย่างมีความตั้งใจ การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. กิจกรรมดำน้ำลึก (Scuba Diving) หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลประเภทหนึ่ง ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใต้ทะเล หรือเพื่อดูปะการัง/พีชน้ำ และปลาสวยงามใต้น้ำ โดยต้องใช้เครื่องมือในการหายใจผ่านถังออกซิเจนที่ผูกติดไว้กับผู้ดำน้ำ

13. กิจกรรมดำน้ำตื้น (Snorkeling) หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลประเภทหนึ่ง ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวที่อยู่ใต้ทะเล หรือเพื่อดูปะการัง/พีชน้ำ และปลาสวยงามใต้น้ำ ระดับผิวน้ำ โดยใช้เครื่องมือช่วยการหายใจทางปาก (Snorkel) ผ่านท่อหายใจ ที่ปลายท่อด้านหนึ่ง ต้องโผล่พ้นระดับน้ำทะเล อยู่ตลอดเวลา

14. กิจกรรมเล่นกอล์ฟ (Golfing) หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเภทกีฬา กลางแจ้ง ในพื้นที่สนามขนาดใหญ่ ที่มีการกำหนดกติกาการเล่นอย่างเป็นทางการ เป็นที่นิยมและยอมรับกันทั่วโลก โดยปกติ 1 รอบประกอบด้วยการเล่นทั้งหมด 18 หลุม โดยผู้เล่นต้องจ่ายค่าเช่าใช้พื้นที่สนาม (Green fee) รวมถึงส่วนใหญ่ยังมีค่ารางวัลสำหรับแคดดี้ ซึ่งเป็นผู้ช่วยระหว่างการเล่นกอล์ฟที่คอยอำนวยความสะดวกด้านการถือถุงกอล์ฟและจัดเตรียมอุปกรณ์การตี

15. กิจกรรมเลือกซื้อสินค้า (Shopping) แบ่งเป็น 10 ประเภท ดังนี้

- 1) กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้า (Clothing Product)
- 2) กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง (Leather Product)
- 3) กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องเรือน หรือ เฟอร์นิเจอร์ (Furniture)
- 4) กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทของที่ระลึก (Souvenir)
- 5) กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องประดับ (Jewelry)
- 6) กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และเครื่องหอม (Cosmetics / Fragrance)
- 7) กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทผ้าไหม (Thai Silk)
- 8) กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อุปกรณ์ไฟฟ้า หรือ เครื่องใช้ไฟฟ้า (Electrical Home Appliances)
- 9) กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารไทย (Thai Food Product)
- 10) กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทงานหัตถกรรม (Handicraft)

16. กิจกรรมมวยไทย (Thai Boxing) หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่สะท้อนให้เห็นถึงศิลปะการต่อสู้ ศิลปะการป้องกันตัว ของคนไทย อันเป็นศาสตร์ที่แสดงได้ถึงการประยุกต์ใช้ร่างกายเกือบทุกส่วนเป็นอาวุธในการโจมตี เช่น หมัด ศอก เข่า หรือเท้า อย่างเหมาะสมตามสภาพการต่อสู้ รวมถึงยังเป็นศาสตร์ที่ฝึกให้เกิด ความเข้มแข็ง หัวหาญของจิตใจ พร้อมไปกับการให้เกียรติ และการให้อภัยคู่ต่อสู้ โดยกิจกรรมดังกล่าวนี้ หมายรวมถึงทั้งการเข้าชม และหรือการเข้าคอร์สที่จัดไว้โดยเฉพาะสำหรับฝึกมวยไทยเรียนมา

17. กิจกรรมเรียนทำอาหารไทย (Thai Cooking Class) หมายถึง กิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ เอกสารนี้และหรือฝึกฝนประสบการณ์ในการทำอาหารไทยอันเป็นศาสตร์การปรุงอาหารที่ผสมผสานความไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิธีพืชน์ในการเลือกใช้วัตถุดิบท้องถิ่นกับศิลปะการปรุงรสที่ละเอียดอ่อน เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ครอบคลุมทั้งการประกอบอาหารคาวหวาน โดยมีครูผู้ฝึกสอนคอยให้คำแนะนำในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ การสรรหาวัตถุดิบในการประกอบอาหาร การปรุงอาหาร การแกะสลัก การจัดสำรับอาหาร และ วัฒนธรรมการกินแบบไทย

2.1.5 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

เมื่อปี พ.ศ.2508 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยว ระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้ พิจารณาถึงความหมายของคำว่า นักท่องเที่ยว จึงเห็นสมควรกำหนดคำจำกัดความของคำว่า นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่ค้างคืนให้ครอบคลุมในความหมายที่กว้างขวางขึ้น และประกาศให้ทุก ประเทศทั่วโลกใช้ในความหมายเดียวกันเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดย กำหนดให้เรียกรวมนักท่องเที่ยวทั้งหมดว่า “ผู้มาเยือน” (visitor) ซึ่งหมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยัง ประเทศใดประเทศหนึ่งที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยของตนด้วยเหตุผลใดก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ดังนั้นคำว่า ผู้มาเยือน จึงหมายรวมถึง ผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ (ชนกฤต สังข์เฉย, 2550)

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอยู่ในประเทศที่มา เยือน อย่างน้อย 24 ชั่วโมง มีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี และเป็นการมาเยือน ด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การติดต่อธุรกิจ การศึกษา การประชุมสัมมนา เยี่ยมญาติ มิตร การศาสนา การกีฬา เป็นต้น แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ การหารายได้หรือไปอยู่ ประจำ ซึ่งได้แก่

1. ไม่มีถิ่นพำนักอยู่สถานที่ที่ไปเยือน
2. ผู้มีสัญชาติของประเทศนั้น หรือเดิมเป็นคนถิ่นนั้นแต่ปัจจุบันไม่ได้มีถิ่นพำนัก อยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้นแล้ว เช่น คนที่มีสัญชาติไทยแต่ไปอยู่สหรัฐอเมริกาและเดินทางกลับมา เที่ยวประเทศไทย เป็นต้น
3. ผู้ที่เป็นลูกเรือ พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินหรือเรือโดยสาร มิได้มีถิ่น พำนัก ณ สถานที่ที่ไปเยือน และเข้าไปพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้น

ประเภทที่ 2 นักทัศนาจร (Excursionist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่เข้าไปอยู่ในประเทศ ที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และมีได้พักค้างคืน ได้แก่

1. ผู้โดยสารเรือสำราญหรือเรือเดินสมุทร ซึ่งมาแวะพักชั่วคราว และไม่ได้พักค้างคืน
2. ผู้มาเยือนที่เดินทางออกจากสถานที่นั้นภายในวันเดียวกัน
3. ผู้ที่เป็นลูกเรือ พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินหรือเรือโดยสาร มิได้มีถิ่นที่อยู่ อาศัย ณ ประเทศหรือสถานที่นั้น และแวะพักเพียงชั่วคราว ในเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป นักท่องเที่ยว คือ บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นที่อยู่โดยปกติ ของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้

2.1.5.1 บทบาทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ท่ามกลางความราบรื่นและอุปสรรคนานาประการทั้งนี้เป็นที่ตระหนักว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศดั่งนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจัดเป็นสาขาการพัฒนาที่มีความสำคัญสูง อย่างไรก็ตามการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยยังมีปัญหาด้านความยั่งยืนอันเนื่องมาจากปัจจัยที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศสำหรับกระแสด้านการท่องเที่ยวของไทย พบว่ามีการนำเสนอแนวคิดและผลักดันกิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยึดกระแสหลักด้านเศรษฐกิจมาโดยตลอด อาทิ ในช่วงปี 2547-2549 มุ่งกระแสหลักด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ

ดั่งนั้น เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นเรื่องจำนวนคน และรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้คำนึงถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นภาคบริการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้กำหนดให้การท่องเที่ยวจัดอยู่ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการปรับโครงสร้างของการบริการบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 7 - 8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี สำหรับปี 2550 ได้มีปรากฏการณ์ที่เป็นกระแสหลักในสังคมไทย คือ บริษัทเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งได้รับการตอบสนองถึงขั้นเป็นวาระแห่งชาติ ดังจะพิจารณาได้จากเป้าหมายที่ระบุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 10 พ.ศ.2550-2555) นักท่องเที่ยวมีความสำคัญในภาคเศรษฐกิจที่จะได้รับประโยชน์สูงสุด ทั้งจากรายได้และจากการจ้างงานได้แก่ ภาคการค้าส่งและค้าปลีก (wholesale and retail sector) ตามมาด้วยภาคการให้บริการทางธุรกิจ ภาคเศรษฐกิจ

1. ก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรม บริการ และเป็นแหล่งสำคัญของการนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ โดยในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมการเจริญเติบโตให้แก่เศรษฐกิจโลกเป็นมูลค่าประมาณ 3,300 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐ ของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP)

2. เกิดการจ้างแรงงาน สร้างอาชีพ โดยในปี พ.ศ.2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างงานจำนวนประมาณ 200 ล้านตำแหน่งทั่วโลก สำหรับการจ้างงานในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการสร้างงานให้แก่ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอัตราร้อยละ 7.3 ของการจ้างงานโดยรวม หรือจำนวน 1 คน ต่อ 13.7 งาน ทั้งนี้คาดว่าในปี 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้มาเผยแพร่บนเว็บไซต์เป็นการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยในการจ้างงานในอัตราร้อยละ 7.6 ในจำนวนงาน 23 ล้านตำแหน่ง ซึ่งโดยเฉลี่ยจะมีอัตราส่งเสริมการจ้างงานร้อยละ 2.9 ต่อปี ระหว่างปี 2545- 2555 และเมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงทศวรรษหน้า คาดว่าส่วนแบ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ใน GDP และการสร้างงานจะเพิ่มขึ้นในประเทศในอาเซียนทั้งหกประเทศ ยกเว้นประเทศไทย ซึ่งจะคงเดิมที่อัตราร้อยละ 12 และร้อยละ 9.4 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวจะได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและผู้ที่เป็นมัคคุเทศก์ต้องได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการและอาชีพดังกล่าว เพื่อคุ้มครองนักท่องเที่ยวที่เปรียบเสมือนผู้บริโภคสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมิให้ถูกเอารัดเอาเปรียบและยังสามารถช่วยให้การดำเนินธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เป็นระเบียบและได้มาตรฐานซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องทุก ๆ ฝ่าย

นักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญยิ่งเพราะเป็นผู้เลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศไทยขณะนี้รวมทั้งบริการจากมัคคุเทศก์ซึ่งจากพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวจะทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการง่ายขึ้นเพราะนักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบก่อนใช้บริการได้และสามารถร้องเรียนความไม่ถูกต้อง หลังจากการใช้บริการไปแล้วได้เช่นกัน วิธีง่าย ๆ คือ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

1. พิจารณารายการนำเที่ยวที่บริษัทเสนอขาย
2. ตรวจสอบบริษัทที่จะใช้บริการว่ามีใบอนุญาตหรือไม่
3. สอบประวัติเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน
4. เมื่อตกลงใจว่าจะซื้อบริการบริษัทนำเที่ยวใดแล้ว ขอให้เก็บใบเสร็จที่ชำระค่าบริการ

เอกสารรายการนำเที่ยวให้ดีเพราะอาจจะมีคำจำเป็นต้องร้องเรียนภายหลังเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เพื่อเป็นการรักษาสิทธิของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อหน่วยงานโดยตรงซึ่งมีสำนักงานอยู่ในพื้นที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 มีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน และเพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน และให้เกิดการสร้างรายได้และกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้จึงได้มุ่งเน้นการป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในและต่างประเทศตามแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570 โดยน้อมนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนามาใช้ในการจัดทำแผน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้งรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน

ทั้งนี้ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ คาดหวังว่าแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เครื่องมือสำคัญที่จะใช้เป็นกรอบทิศทางในการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของทุกส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

2. ซึ่งจะช่วยลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยว การทำงานระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกันภายใต้การบูรณาการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. สามารถใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานของรัฐและองค์กรโดยนำกลยุทธ์ไปแปลงเป็นนโยบายและแผนปฏิบัติการในหน่วยงานองค์กรของตนเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขปัญหาที่ยังคงมีอยู่ใน โดยจะมีความสอดคล้อง ที่ยาว และแก้ไขปัญหาเร่งด่วนด้านการท่องเที่ยวภาคการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล

4. แก้ไขปัญหาในเชิงโครงสร้าง เพื่อสร้างความสมดุลและยั่งยืน สร้างระบบภูมิคุ้มกันให้กับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อให้ภาคประชาชน ภาคเอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้อยู่ในสภาพเสื่อมโทรม หรือถูกทำลาย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีระบบสาธารณสุขปลอดภัย สาธารณูปการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวก และบริการที่มีคุณภาพ เป็นต้น ความจำเป็นดังที่กล่าวมา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้เพื่อกำหนดกรอบทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวมและเกิดการบูรณาการการทำงานของทุกภาคส่วนที่ เกี่ยวข้องในการผลักดันให้มีการบริหารจัดการ

สรุปว่า ได้มีการตระหนักว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น จึงมีการนำเสนอแนวคิดและผลักดันกิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความสำคัญในภาคเศรษฐกิจที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดทั้งจากรายได้และจากการจ้างงาน ก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศเกิดการจ้างแรงงาน สร้างอาชีพ นักท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งเพราะเป็นผู้เลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศไทย

2.1.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

กระบวนการของการวิจัย เมื่อได้ออกแบบการวิจัยแล้ว จำเป็นต้องออกแบบเครื่องมือ แล้วสร้าง หรือพัฒนาเครื่องมือ ตลอดจนตรวจสอบเครื่องมือให้เหมาะสม นำเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับ แล้วจึงนำ เครื่องมือไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2.1.6.1 ประเภทของเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย จำแนกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1) เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย
- 2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย

เป็นส่วนที่จำเป็นสำหรับแบบการวิจัยและพัฒนา และแบบการวิจัยเชิงทดลอง ส่วนแบบการวิจัยเชิงสำรวจนั้นไม่จำเป็นต้องมีเครื่องมือในการดำเนินการวิจัย

โดยทั่วไปแล้วเครื่องมือในการดำเนินการวิจัย ถ้าเป็นการวิจัยเชิงทดลองจะครอบคลุมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการทดลอง เช่น ในการทดลองใช้ไบมันสำปะหลังกำจัดปลาช่อนในการเตรียมบ่อเลี้ยงปลา เครื่องมือในการดำเนินการวิจัยหรืออุปกรณ์ในการทดลอง อาจประกอบด้วย บ่อไบมันสำปะหลัง ถังหมักไบมันสำปะหลัง ถาดใส่ปลาช่อน กระชอนตักปลา นาฬิกาจับเวลา เครื่องวัดคุณภาพน้ำ เป็นต้น

ในกรณีที่แบบการวิจัยและพัฒนา เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย หมายถึง ชิ้นงานหรือสิ่งประดิษฐ์ที่ พัฒนาขึ้นและยังครอบคลุมถึงรูปแบบหรือแบบจำลองที่พัฒนาขึ้น

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ก็คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นชุดของคำถามที่ใช้ถามข้อเท็จจริง หรือความรู้สึกรู้สึกคิดตลอดจนความคิดเห็นต่าง ๆ ซึ่งส่วนมากแล้วใช้ในการสำรวจ โดยมีคำถามที่เตรียมไว้ถามเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมติฐาน ของการวิจัย ส่วนใหญ่จะมีโครงสร้างสำคัญ 3 ส่วน คือ (พิสนุ พงศ์ศรี, 2549), (จิตรนนท์ ศรีเจริญ, มปป.)

ส่วนที่ 1 คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม ที่ระบุจุดมุ่งหมายของการถามหรือการวิจัย อธิบาย ลักษณะของแบบสอบถามว่ามีกี่ตอน แต่ละตอนกล่าวถึงเรื่องอะไร มีคำถามกี่ข้อ และอธิบายวิธีการตอบพร้อมตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งก็คือตัวแปรอิสระที่จะศึกษานั้นเอง เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา เป็นต้น

ส่วนที่ 3 คำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการศึกษาเป็นความคิดเห็นหรือความสนใจหรือความต้องการในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งก็คือ ตัวแปรตามที่ต้องการศึกษานั้นเอง ที่ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นรายละเอียดของการวิจัย

แบบสอบถาม แบ่งย่อยออกเป็น 3 ลักษณะ (พิสนุ พงศ์ศรี, 2549)

1. แบบสอบถามปลายปิด (Closed form)

เป็นแบบที่เลือกตอบหรือเติมคำสั้น ๆ หรือให้เรียงลำดับความสำคัญ เป็นต้น ข้อดีคือ ได้ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นระบบ วิเคราะห์ง่าย แต่จะไม่ได้มุมมองใหม่ ๆ นอกเหนือไปจากกรอบที่กำหนด แบ่งย่อยเป็น 5 แบบ ได้แก่

1) แบบสอบถามให้เลือกตอบคำตอบเดียว (Dichotomous Question) โดยเลือกตอบ จากคำตอบที่กำหนดให้ 2 คำตอบ

2) แบบสอบถามให้เลือกตอบคำตอบเดียว (Multiple Choice Questions) โดยเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่กำหนดให้หลายคำตอบ

3) แบบสอบถามให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Response Questions or Checklist Questions) มีหลายคำตอบที่กำหนดให้เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

4) แบบประมาณค่า (Rating scale) ใช้ประเมินค่าสิ่งที่ต้องการวัด ซึ่งไม่อาจวัดออกมาเป็นตัวเลขได้อย่างชัดเจน

2. แบบสอบถามปลายเปิด (Opened form)

3. แบบผสม (Mixed opened – Closed Form)

ข้อดีของการใช้แบบสอบถาม

1. ประหยัดเวลาและเข้าใจง่าย
2. สะดวกในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก
3. ผู้ตอบมีอิสระในการตอบ ลดการเผชิญหน้า
4. ผู้ตอบมีเวลาในการคิด ไตร่ตรองคำตอบจึงมีความน่าเชื่อถือ
5. ไม่มีการลำเอียงในการสรุปข้อมูล
6. ข้อมูลมีลักษณะเดียวกันทำให้จัดการง่าย วิเคราะห์สะดวก

ข้อจำกัดของการใช้แบบสอบถาม

1. ใช้ได้กับกลุ่มตัวอย่างที่สามารถอ่านหรือเขียนได้เท่านั้น
2. ขาดความยืดหยุ่นในคำถาม
3. คำตอบที่กำหนดให้อาจไม่ครอบคลุมประเด็นที่ผู้ตอบอยากตอบ
4. ผู้ถามไม่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ตอบ

สรุป สำหรับเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้คือ แบบสอบถามวิธีการสัมภาษณ์ เป็นวิธีการรวบรวมข้อมูลที่มีการใช้กันอย่างกว้างขวางในงานวิจัยโดยทั่วไปที่ต้องการให้ข้อมูลในลักษณะเจาะลึกเป็นรายกรณี เพราะการสัมภาษณ์เป็นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งสามารถซักถามเพื่อขยายความในรายละเอียดได้อย่างลึกซึ้งและชัดเจน ในการวิจัยชั้นเรียนเหมาะที่ใช้การสัมภาษณ์กับนักเรียนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ความคิดเห็น หรือประเด็นอื่น ๆ ที่ครูต้องการข้อมูลที่มีรายละเอียดมาก ๆ และมีเวลาเพียงพอที่จะดำเนินการได้ (ประวัติ เอรารวรรณ์, 2545)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดแนวทางการศึกษา และเพื่อให้การวิเคราะห์ผลการวิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จึงเสนอเงื่อนไขวิธีการข้อมูลตามรายละเอียด และวิธีการที่เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ ดังนี้

1. Face to face interview เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่ได้รับการสุ่มเลือก โดยการสัมภาษณ์ของพนักงานที่ได้รับการฝึกฝนและทดสอบแล้วแบบซึ่งหน้า (F-T-F Interview)

2. Self Completion ในกรณีที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ได้รับการสุ่มเลือกไม่สะดวกที่จะให้สัมภาษณ์ แต่แสดงความยินดีที่จะขอตอบคำถามต่าง ๆ ด้วยตนเองโดยสนับสนุนหรือช่วยอธิบายขยายความ รวมถึงตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามของหัวหน้าทีมเก็บข้อมูลในบริเวณใกล้เคียง

อนึ่ง ในปีนี้ได้มีการพัฒนาวิธีการจัดเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยเครื่องมือรูปแบบใหม่โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีจัดเก็บข้อมูลบนอุปกรณ์ แท็บเล็ต ซึ่งสามารถเพิ่มอัตราความร่วมมือในกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มได้บ้าง อีกทั้งยังมีความสะดวกต่อการใช้งาน

ข้อดีของการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามวิธีการสัมภาษณ์

1. ผู้ตอบมีอิสระในการตอบ เป็นตัวของตัวเอง
2. ข้อมูลที่ได้มีลักษณะเดียวกัน สะดวกในการวิเคราะห์
3. ทำให้มีโอกาสซักถามหากเกิดข้อสงสัยมีการติดต่อระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูล
4. ได้ข้อมูลที่ไม่สามารถเขียนตอบโดยตรง
5. ระหว่างการสัมภาษณ์สามารถสังเกตความจริงใจในการตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์จากกิริยา ท่าทางได้
6. ทำให้ได้ข้อมูลโดยตรงจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ข้อเสียของการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามวิธีการสัมภาษณ์

1. สัมภาษณ์จำเป็นต้องฝึกอบรมพนักงาน
2. มักสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย แรงงาน และเวลา
3. เป็นปัญหายากในการขจัดความลำเอียงของผู้สัมภาษณ์
4. ถ้าใช้ผู้สัมภาษณ์หลายคน การควบคุมให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันย่อมทำได้ยาก

2.1.6.2 ชนิดของแบบสอบถาม แบบสอบถามที่ใช้ทั่วไปมี 2 ชนิด คือ

คำถามปลายเปิด (Open Ended Question) เป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้อย่างเต็มที่ ซึ่งคาดว่าจะได้คำตอบที่แน่นอน สมบูรณ์ตรงกับสภาพความเป็นจริงได้มากกว่าคำตอบที่จำกัดวงให้ตอบ คำถามปลายเปิดจะนิยมใช้กันมากในกรณีที่ผู้วิจัยไม่สามารถคาดเดาล่วงหน้าว่าคำตอบจะเป็นอย่างไร หรือใช้คำถามปลายเปิดในกรณีที่ต้องการคำตอบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามปลายปิด แบบสอบถามนี้มีข้อเสียคือมักจะถามได้ไม่มากนัก การรวบรวม

เอกสารนี้เพื่อความคิดเห็นและการแปลผลมักจะมีคามยุ่งยากศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำถามปลายปิด (Close Ended Question) เป็นคำถามที่ผู้วิจัยมีแนวคำตอบไว้ให้ผู้ตอบ เลือกตอบจากคำตอบที่กำหนดไว้เท่านั้น คำตอบที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ล่วงหน้ามักได้จากการทดลองใช้ คำถามในลักษณะที่เป็นคำถามในลักษณะที่เป็นคำถามปลายเปิด หรือการศึกษารอบแนวคิด สมมติฐานการวิจัยและนิยามเชิงปฏิบัติการ คำถามปลายปิดมีวิธีการเขียนได้หลาย ๆ แบบ เช่น แบบให้เลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่ง แบบให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว แบบผู้ตอบจัดลำดับความสำคัญหรือแบบให้เลือกคำตอบหลายคำตอบ

สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ได้ทำแบบสอบถามที่มีทั้งข้อคำถามปลายเปิดและปลายปิด ซึ่งข้อ ปลายเปิดเราต้องการคำตอบที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการแสดงความคิดเห็น และตอบได้อย่างเต็มที่ ตรงกับที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการตอบ ส่วนข้อปลายปิดเราต้องการคำตอบจากผู้ตอบ แบบสอบถามโดยที่คำตอบจะอยู่ในกรอบของการวิจัย

2.1.6.3 โครงสร้างของแบบสอบถาม

โครงสร้างของแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 3 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1. หนังสือนำหรือคำชี้แจง มักจะอยู่ส่วนแรกของแบบสอบถาม อาจมีจดหมายนำอยู่ด้านหน้า พร้อมคำขอบคุณ โดยคำชี้แจงมักจะระบุถึงจุดประสงค์ที่ให้ออกแบบสอบถาม การนำคำตอบที่ได้ไป ใช้ประโยชน์ คำอธิบายลักษณะของแบบสอบถาม วิธีการตอบแบบสอบถามพร้อมตัวอย่าง ชื่อ และที่อยู่ของผู้วิจัย ประเด็นที่สำคัญคือการแสดงข้อความที่ทำให้ผู้ตอบมีความมั่นใจว่าข้อมูลที่ตอบไป จะไม่ถูกเปิดเผยเป็นรายบุคคล จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบและมีการพิทักษ์สิทธิของผู้ตอบด้วย

2. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นต้น การที่จะถาม ข้อมูลส่วนตัวอะไรบางอย่างนั้นขึ้นอยู่กับกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยคำว่าตัวแปรที่สนใจจะศึกษานั้น มีอะไรบ้างที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว และควรถามเฉพาะข้อมูลที่จำเป็นในการวิจัยเท่านั้น

3. คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือตัวแปรที่จะวัด อาจเป็นคำถามปลายเปิดหรือปลายปิดก็ได้ อาจเป็นการแสดงความคิดเห็นที่ตนคิด หรือข้อเท็จจริงของแต่ละบุคคล

2.1.6.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) หมายถึง สมาชิกทุกหน่วยของสิ่งที่สนใจศึกษา ซึ่งไม่ได้หมายถึงคน เพียงอย่างเดียว ประชากรอาจเป็นสิ่งของ เวลา สถานที่ ฯลฯ เช่น ถ้าสนใจว่าความคิดเห็นของคนไทย ที่มีต่อการเลือกตั้ง ประชากรคือคนไทยทุกคน หรือถ้าสนใจอายุการใช้งานของเครื่องคอมพิวเตอร์ ยี่ห้อหนึ่ง ประชากรคือเครื่องคอมพิวเตอร์ยี่ห้อนั้นทุกเครื่อง แต่การเก็บข้อมูลกับประชากรทุกหน่วย อาจทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายที่สูงมากและบางครั้งเป็นเรื่องที่ต้องตัดสินใจภายในเวลาจำกัด การเลือกศึกษาเฉพาะบางส่วนของประชากรจึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็น เรียกว่า กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) หมายถึง สมาชิกบางส่วนของสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษา โดยที่บางส่วนของสมาชิกทั้งหมดนี้ เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด การเลือกตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัย มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการเลือกตัวอย่างจะต้องกระทำด้วยความรอบคอบโดยคำนึงถึง

เอกสารนี้เห็นหลัก 2 ประการ คือ 1. สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น 2. อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ความเป็นตัวแทน (Representative) หมายถึง ผู้ที่จะถูกเลือกมาเป็นตัวอย่าง จะต้องมีความคุณลักษณะและคุณสมบัติเหมือนหรือใกล้เคียงกับประชากรที่ต้องการศึกษา โดยคุณลักษณะและคุณสมบัติต่าง ๆ ของสมาชิกในตัวอย่างจะแทนคุณลักษณะและคุณสมบัติต่าง ๆ ของสมาชิกในประชากรทั้งหมด

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) จะต้องมีความจำนวนมากพอที่จะทดสอบความเชื่อมั่นทางสถิติได้ และมากพอที่จะอ้างสรุปไปสู่ประชากรที่ต้องการศึกษาโดย ถ้ากลุ่มตัวอย่างที่ได้เป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องการศึกษาแล้ว ค่าสถิติ (Statistic) จะใกล้เคียงกับค่าพารามิเตอร์ (Parameter) มากที่สุด

การสุ่มตัวอย่าง (Sampling) หมายถึง วิธีการได้มาของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นตัวแทนที่ดี โดยในการดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะมีวิธีการสุ่มที่หลากหลายที่นำมาใช้สอดคล้องกับคุณลักษณะของประชากรประชากรทั่วไปประชากรตามสมมุติฐาน

ประโยชน์ของการเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างคือ

1. ประหยัดเวลาค่าใช้จ่ายและแรงงาน
2. มีความสมบูรณ์และถูกต้องมากกว่าเพราะจำนวนน้อย
3. ควบคุมความคาดเคลื่อนได้ง่าย

ข้อเสียของกลุ่มตัวอย่างคือ ค่าที่ได้เป็นค่าประมาณการอาจทำให้เกิดความคาดเคลื่อนในการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง มี 2 แบบใหญ่ ๆ

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Non-Probability Sampling) มี 4 วิธี
 - 1.1 การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เก็บข้อมูลให้ครบตามต้องการโดยไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอน
 - 1.2 การสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) เป็นการกำหนดกลุ่มย่อยตามต้องการโดยอาศัยสัดส่วนขององค์ประกอบกลุ่มประชากรตามเพศ การศึกษาหรืออื่น ๆ
 - 1.3 การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มที่ผู้วิจัยใช้เหตุผลในการเลือกเพื่อความเหมาะสมในการวิจัย
 - 1.4 การสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวกในเรื่องที่ศึกษา เช่น ใกล้บ้าน
2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Probability Sampling) มี 4 วิธี
 - 2.1 การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) มีวิธีการจับฉลาก (Lottery)
 - 2.2 การสุ่มอย่างมีระบบ (Systematic Random Sampling)
 - 2.3 การสุ่มแบบเป็นชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยทั่วไปมีการกำหนดช่วงชั้น

ได้ 2 วิธีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) วิธีการสุ่มอย่างมีสัดส่วน (Proportional stratified random sampling) การสุ่มตัวอย่างแบบนี้ จะกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนในแต่ละช่วงชั้นต่อจากประชากรทั้งหมด

2) วิธีการสุ่มเชิงระบบอย่างมีสัดส่วน (Disproportional stratified random sampling) สำหรับการสุ่มตัวอย่างแบบนี้ เรากำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละช่วงชั้นอย่างไม่มีสัดส่วน เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีหลายกรณีด้วยกันที่ควรเลือกตัวอย่างโดยวิธีนี้ เช่น ผู้วิจัยต้องการเปรียบเทียบทัศนคติทางการเมืองระหว่างประชาชนที่นับถือศาสนาพุทธ อิสลาม และคริสต์ ว่ามีความแตกต่างหรือไม่ ในกรณีนี้ เราจะเห็นชัดเจนว่าเราจำเป็นต้องมีตัวอย่างในแต่ละกลุ่มจำนวนใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีประชากรน้อย จำเป็นจะต้องกำหนดสัดส่วนของตัวอย่างที่มากกว่ากลุ่มที่มีประชากรมาก ข้อควรคำนึงในการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเชิงช่วงชั้นอย่างไม่มีสัดส่วนมีดังนี้

1. ประชากรในแต่ละช่วงชั้นมีลักษณะเหมือนกันและไม่เหมือนกันเกี่ยวกับตัวแปรที่จะศึกษามากหรือไม่ เช่น ถ้าผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับเจตคติทางการเมืองของประชากรกลุ่มหนึ่ง แต่ปรากฏว่าบางช่วงชั้นของประชากรมีเจตคติใกล้เคียงกัน แต่บางช่วงชั้นของประชากรมีเจตคติต่างกันมาก ถ้าเป็นเช่นนี้น่าจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีนี้

2. การเก็บข้อมูลในแต่ละช่วงชั้นนั้นสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายไม่เหมือนกันบางชั้นสิ้นเปลืองกำลังคนและกำลังทรัพย์มาก ในกรณีเช่นนี้อาจจำเป็นต้องจำกัดจำนวนตัวอย่างให้น้อยลง แต่ต้องไม่ถึงกับเสียการเป็นตัวแทนที่ดี สำหรับช่วงชั้นที่ไม่ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูลมากนักจะใช้ตัวอย่างมากหน่อยก็ได้

2.4 การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ใช้การสุ่มหลายแบบเช่นแบ่งเป็นกลุ่ม แล้วแบ่งเป็นชั้นภูมิ แล้วสุ่มอย่างง่าย

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ดี ที่เป็นตัวแทนของประชากรได้นั้น ควรมีลักษณะดังนี้

1. มีขนาดพอเหมาะคือมีจำนวนหน่วยตัวอย่างไม่มากหรือน้อยเกินไปควรมีจำนวนพอเหมาะกับการทดสอบหาความเชื่อมั่นทางสถิติ หรือเพียงพอที่จะสรุป (Generalization) ไปยังกลุ่มประชากรทั้งหมดได้

2. มีลักษณะตรงกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างจะต้องมีลักษณะตามข้อตกลง หรือจุดมุ่งหมายของการวิจัยนั้น เช่น ถ้าต้องการศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ จะต้องเป็นนักศึกษาที่กำลังเรียนอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เป็นต้น

3. มีลักษณะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร กล่าวคือ ต้องมีลักษณะที่มีความสำคัญของประชากรที่จะศึกษา และต้องเลือกออกมา โดยให้หน่วยของตัวอย่างมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน (Probability) โดยปราศจากความลำเอียง (Bias) ใด ๆ ทั้งสิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ได้จากการสุ่มด้วยวิธีการที่เหมาะสม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นตัวแทนของ ประชากร ซึ่งผู้วิจัยสุ่มออกมาจากประชากรเพื่อใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ดี ควรได้จากการสุ่มด้วยวิธีการที่เหมาะสมกับลักษณะของประชากรและเรื่องที่วิจัยด้วย

สรุป เพื่อให้ได้มาถึงเป้าหมายจำนวนหน่วยตัวอย่าง นักท่องเที่ยวดังกล่าว จึงเสนอวิธีการสุ่มเลือกกลุ่มเป้าหมายเป็นแบบ “Disproportionate stratified random sampling” เพื่อให้จำนวนสมาชิกในกลุ่มย่อยมีจำนวนสูงสุด “เท่าที่เป็นไปได้” ตามกฎเกณฑ์ การคำนวณขนาดหน่วยตัวอย่าง (ใช้วิธีของ Yamane)

หมายเหตุ การสุ่มแบบนี้จะมีความเหมาะสมกับงานวิจัยที่สนใจความแตกต่างของลักษณะ ในระหว่างกลุ่มย่อย อย่างไรก็ตามการคำนวณภาพรวมไปยังประชากรเป็นไปได้ตามปกติ โดยใช้การถ่วงน้ำหนัก

สูตร Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย

n = ขนาดของตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรที่ทราบค่า

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ (allowable error เท่ากับ 0.05)

หมายเหตุ การคำนวณโดยใช้สูตรอื่น เช่น Cochran หรือ Krejcie & Morgan สำหรับกลุ่มประชากรจำนวนจำกัด ให้ผลใกล้เคียงกัน

2.1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา มณีแสงและคณะ (2551) ศึกษาเรื่องการปรับปรุงกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป เพื่อสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 7 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่าโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปให้เป็นทางเลือกใหม่ในการตอบสนองความต้องการด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันจำนวน 27 โปรแกรม เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัดในบางอย่าง เช่น มีสถานที่ท่องเที่ยว หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป มีสถานที่ท่องเที่ยวข้ามระหว่างเส้นทางท่องเที่ยวอีสานตะวันออกเฉียงเหนือ และเบญจบุรพาสวรรณภูมิที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต 3 เขต 4 เขต 5 เขต 8 ได้แนะนำไว้ในคู่มือท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป และเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระที่ผู้วิจัยได้สำรวจเส้นทางจริงในพื้นที่ท่องเที่ยวเกือบทุกเส้นทาง จึงคาดว่าจะเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปและเส้นทางท่องเที่ยว

เอกสารนี้สำหรับนักท่องเที่ยวอิสระสนใจและนำไปใช้ได้ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริพันธ์ รักเรียนรบ (2547) ทำการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” พบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากงานประจำและเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมจากที่เคยเป็นอยู่ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจน้อยที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเดินทาง ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังพบว่า การประชาสัมพันธ์ยังมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจที่จะมาท่องเที่ยวมากขึ้น

อัศวิน แสงพิบูล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรป” พบว่า แรงจูงใจผลักดัน (push factor) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวทั้งชาวเอเชียและชาวยุโรปมีลักษณะคล้ายกัน คือแรงจูงใจที่ต้องการพบเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ในสถานที่ต่าง ๆ (novelty seeking) ส่วนปัจจัยดึงดูด (pull factor) มีความแตกต่างที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปเดินทางมาประเทศไทย กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเพราะปัจจัยดึงดูดด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรประบุว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นปัจจัยดึงดูดหลักให้อยากเดินทางมาประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปมีความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น การวางแผนการเดินทาง ระยะเวลาพำนักกิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสาร

ไพรัตน์ สุระศิริานนท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ต่อการเลือกร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์นั้นได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยของระยะเวลาในการเดินทางและคำแนะนำจากเพื่อน และเว็บไซต์ในการเลือกไปยังร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ความใกล้สนามบิน และนอกจากนี้ยังได้เรียนรู้ถึงความต้องการของบริการที่แตกต่างวัฒนธรรมของคนไทย นั่นก็คือการบริการน้ำชูป และเมนูภาษาจีน เนื่องจากคนจีนนั้นมักจะมีชุปร้อน ๆ เป็นเครื่องเคียงเสมอในการรับประทานอาหารแต่ละมื้อ ซึ่งแม้จะเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวคนจีนเหล่านี้ก็ต้องการรับประทานน้ำชูปอยู่ในส่วนของเมนูภาษาจีนนั้นจากการออกภาคสนามโดยส่วนใหญ่แล้วคนจีนไม่สามารถที่จะสนทนาภาษาอังกฤษได้ดีมากนัก จึงเป็นเหตุผลที่เมนูภาษาจีนยังเป็นที่ต้องการสำหรับนักท่องเที่ยว โดยจากผลการวิจัยสามารถที่จะนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนารองรับต่ออุตสาหกรรมร้านอาหารในกรุงเทพมหานครได้อย่างแน่นอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีงสรพร ขาวสอาดและคณะ (2553) ได้ศึกษา “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ท่องเที่ยวในเมืองไทยเป็นครั้งแรก” ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่มีการศึกษาดีมาเที่ยวเดินทางมา พบว่า กับบริษัทนำเที่ยว ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจาก นิตยสารการท่องเที่ยวและสื่ออินเทอร์เน็ต สถานที่ท่องเที่ยวอดนิยมคือ กรุงเทพมหานคร พัทยาและภูเก็ต โดยมองว่าแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล วิถีความเป็นไทย ชีวิตยามราตรี สปา และความเป็นมิตรของคนไทยเป็น ภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทย

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้ศึกษา “พฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน” พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่วัยทำงาน มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีฐานะทางเศรษฐกิจดี และมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูง ปัจจุบันรูปแบบพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนไป โดยหันมาท่องเที่ยวแบบไปคนเดียวมากกว่ากรท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวคือต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของไทยที่โดดเด่นในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ โครงสร้างทางสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน วัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ภูมิอากาศที่ดี และที่ตั้งของประเทศไทย อยู่ไม่ไกลใช้เวลาเดินทางไม่นาน

ประสงค์ นิรินนกร (2545) ได้ศึกษา “พฤติกรรมกรท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสาธารณรัฐประชาชนจีน” พบว่า นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นเพศชายและหญิงในจำนวนใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และสมรสแล้ว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเป็นส่วนมากและมีค่าใช้จ่ายให้กับบริษัททัวร์มากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้งและค่าใช้จ่ายต่อวันสูงกว่าเพศหญิง นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางต่อครั้งสูงที่สุด นักท่องเที่ยวชาวจีนที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งสูงที่สุด นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นปัจจัยอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนและเพื่อหาความรู้และประสบการณ์วัฒนธรรมของประเทศไทย โปรแกรมทัวร์ที่ให้นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนส่วนใหญ่เป็นการเที่ยววัด-วัง ในกรุงเทพฯ ตามด้วยพัทยา ระยอง หรือกาญจนบุรี โดยผู้ประกอบการมีความคิดว่าควรกระจายแหล่งท่องเที่ยวให้หลากหลายมากขึ้นและเน้นด้านความสะอาดปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

กิริติ ตระการศิริวานิช (2552) ได้วิเคราะห์ “ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยและโอกาสทางการตลาดของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน” ไว้ว่า ภาพลักษณ์เชิงบวกของการท่องเที่ยวไทยคือ การมีทรัพยากร ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และอัยาศัยไมตรี ของคนไทยที่คงความเป็น

เอกสารนี้เือกลักษณะมีจนถึงปัจจุบัน ปรกอบกับร่างวัลด้ำนการท่องเที่ยวยที่ประเทศไทยได้รับ เป็นกรยืนยันการค้ำ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้เป็นอย่างดี และส่งผลต่อความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีการศึกษาดี มีฐานะทางเศรษฐกิจดี และมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูง โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเป็นทางเลือกใหม่ในพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน และได้มี 3 งานวิจัยกล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด แต่ในอีกงานวิจัยได้กล่าวว่า ปัจจัยดึงดูด (pull factor) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวเอเชียเดินทางมาประเทศไทย คือ แรงจูงใจที่ต้องการพบเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ในสถานที่ต่าง ๆ (novelty seeking) และกิจกรรมด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนอีกงานวิจัยกล่าวว่า วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวคือ ต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยของระยะเวลาในการเดินทาง และคำแนะนำจากเพื่อน และเว็บไซต์ ในการเลือกไปยังร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่มีการศึกษาดีมาเที่ยวเมืองไทยเป็นครั้งแรก เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยวและสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนอีกงานวิจัยได้กล่าวว่า ปัจจุบันรูปแบบพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนไปโดยหันมาท่องเที่ยวแบบไปคนเดียวมากกว่าการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ สำหรับภาพลักษณ์เชิงบวกของการท่องเที่ยวไทยสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน คือ การมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และอัธยาศัยไมตรีของคนไทยที่คงความเป็นเอกลักษณ์มาจนถึงปัจจุบัน

เรวดี ศักดิ์ดุยธรรม (2553) ได้วิเคราะห์ “การใช้เทคนิคดาต้าไมนิ่งในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการรักษาโรคนี้โรคในแบบต่างๆ ของคณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร” โดยการสร้างกฎความสัมพันธ์สำหรับการชื้อยา มีจำนวนข้อมูลผู้ป่วยที่ใช้ในการสร้างกฎจำนวน 775 คน กำหนดให้มีค่า Minimum Support = 10% และ Minimum Confidence = 80 % สร้างกฎความสัมพันธ์สำหรับการใช้เข็มเจาะที่ปลอดหุ้มเอ็น มีจำนวนข้อมูลผู้ป่วยที่ใช้ในการสร้างกฎ จำนวน 1,065 คน โดยกำหนดให้มีค่า Minimum Support = 10% และ Minimum Confidence = 70 % สร้างกฎความสัมพันธ์สำหรับการรักษาแบบผ่าตัดมีจำนวนข้อมูลผู้ป่วยที่ใช้ในการ สร้างกฎความสัมพันธ์จำนวน 116 คน โดยกำหนดค่า Minimum Support = 10 % และ Minimum Confidence = 80 %

วิวัฒน์ ชินนาทศิริกุล วิเคราะห์การทำเหมืองข้อมูล (“ตอนการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลด้วย Apriori algorithm”) ผู้วิเคราะห์ข้อมูล ต้องพิจารณาว่าต้องการสร้างความสัมพันธ์ของสินค้าที่รายการ ถ้าพิจารณาความสัมพันธ์ของสินค้า 2 รายการ เช่น {กาแฟ, ชาลาเปา} สามารถสร้างกฎความสัมพันธ์ จาก {กาแฟ, ชาลาเปา} เนื่องจากกำหนด Minimum Confidence = 80 % ดังนั้นกฎ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ได้รับได้ คือ ซาลาเปา, กาแฟ (50%, 100%) ซึ่งหมายความว่า มีลูกค้าซื้อซาลาเปาและกาแฟพร้อมกันอยู่ 50% ของคอนเซกชันทั้งหมด และถ้าลูกค้าซื้อซาลาเปาจะซื้อกาแฟด้วยมืออยู่ 100%

จากการศึกษาทางวิจัย การกำหนดค่า Minimum Support ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ระบบเป็นผู้กำหนดเองหรือผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้กำหนดให้ก็ได้ โดยกฎความสัมพันธ์ที่ได้นั้นจะต้องมีค่าสนับสนุน (Support) และค่าความเชื่อมั่น (Confidence) ไม่น้อยกว่าค่าขั้นต่ำที่ได้กำหนดเอาไว้

ดังนั้นการค้นคว้าเรื่องการหาความสัมพันธ์ของกิจกรรมนักท่องเที่ยวชาวเงินที่มาจากท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำเอาปัจจัยในด้านต่าง ๆ โดยอ้างถึงทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย

2.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

2.2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้ในการพรรณนาตัวแปรที่นำมาศึกษาทั้งหมด เพื่อให้เห็นถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษา (สุจิตรา สุกนธมัต, 2552)

2.2.1.1 สถิติที่ใช้ในการแจกแจงความถี่

ค่าร้อยละ (Percentage) คำนวณได้จากสูตร

$$\text{ร้อยละ} = \frac{x}{n} \times 100$$

เมื่อ X คือ จำนวนที่สนใจในตัวอย่าง

n คือ ขนาดตัวอย่าง

2.2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

เป็นสถิติที่ว่าด้วยการสรุปผลในสิ่งที่ต้องการศึกษาโดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากตัวอย่างที่ใช้ทฤษฎีทางด้านสถิติ

2.2.2.1 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์

การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test: χ^2 - test) เป็นสถิติที่ใช้เก็บข้อมูลที่เป็นความถี่หรือจำนวน ซึ่งจะมีประสิทธิภาพเมื่อเป็นไปตามข้อกำหนดเบื้องต้น (Assumption)

ข้อกำหนดเบื้องต้น (Assumption)

1. ค่าสังเกตแต่ละค่าจะต้องอยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้นและเป็นอิสระจากกัน
2. จำนวนความถี่ทั้งหมดควรมีขนาดใหญ่
3. ความถี่คาดหวังในแต่ละกลุ่มที่มีค่าต่ำกว่า 5 ต้องไม่เกินร้อยละ 20 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมด แต่ถ้าวางว่ามีกลุ่มคาดหวังต่ำกว่า 5 เกินร้อยละ 20 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมด แก้ไขได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ ห้ามนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยเป็นอย่างสูง และขอแจ้งให้ท่านทราบว่าเอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ในการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เพิ่มขนาดตัวอย่างให้มากขึ้น ในทางปฏิบัติขนาดตัวอย่างน้อยที่สุดที่ควรใช้ คำนวณได้จาก
นำ 5 คูณด้วยจำนวนกลุ่มทั้งหมด
 - รวมกลุ่มที่อยู่ติดกันเข้าด้วยกันจนทำให้ความถี่คาดหวังมีค่าต่ำกว่า 5 ไม่เกิน ร้อยละ 20
โดยการรวมกลุ่มกันต้องไม่ทำให้เสียความหมาย
4. ข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ควรเป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปความถี่
 5. ไคสแควร์ที่องศาแห่งความเป็นอิสระเท่ากับ 1 ต้องทำการปรับค่าตามวิธีของ Yate ดังนี้

$$\chi^2_{corrected} = \sum_{i=1}^k \frac{(|O_i - E_i| - 0.5)^2}{E_i}$$

การทดสอบไคสแควร์กรณีที่มีคำตอบมากกว่า 1 คำตอบ (Chi-Square Test for Multiple Response Categorical Data) (อุมาพร จันทศร, 2555)

ในบางสถานการณ์การตอบคำถามในบางปัญหาอาจจะมีคำตอบมากกว่า 1 คำตอบ เช่น สมมติว่า
ทำการสำรวจรสชาติไอศกรีมที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างชอบทาน และมีตัวเลือก คือ

1. สตอเบอร์รี่
2. ช็อคโกแลต
3. วานิลลา

ถ้าผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จะมีคำตอบที่เป็นไปได้ 8 คำตอบ
เราอาจจะแทนคำตอบเหล่านั้นในรูปแบบของ trivariate vectors ของ 0 และ 1 เช่น
(0, 0, 0) แทน ไม่มีรสชาติที่ชอบอยู่เลย

(1, 0, 0) แทน ชอบรสสตอเบอร์รี่แต่ไม่ชอบช็อคโกแลตและวานิลลา

(1, 1, 0) แทน ชอบรสสตอเบอร์รี่และช็อคโกแลตแต่ไม่ชอบวานิลลา

และอื่น ๆ เราจะเรียกข้อมูลแบบนี้ว่า Multiple Response Categorical Data

ในขณะที่ถ้ามีคำตอบได้เพียงคำตอบเดียวจะสามารถแทนได้ด้วยเวกเตอร์ (1, 0, 0), (0, 1, 0)
และ (0, 0, 1) เท่านั้น

เวกเตอร์คำตอบสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ h แทนด้วย $(X_{ih1}, X_{ih2}, \dots, X_{ihc})$ ซึ่ง $X_{ih1} = 1$ ถ้า
เป็นคำตอบที่เลือกตอบ คุณลักษณะที่ j สำหรับตัวอย่างที่ i ในกลุ่มที่ h และเป็น 0 เมื่อไม่เลือกตอบ
คุณลักษณะที่ j, $j=1, 2, \dots, n_j$, $h=1, 2, \dots, r$ (จำนวนระดับของตัวแปรอิสระ) $j=1, 2, \dots, c$ (จำนวนคำตอบที่
ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ) ในที่นี้เราสนใจที่มีคำตอบมากกว่า 1 คำตอบในคำถามที่จัดแสดงทางแถว
ตั้ง แต่จะมีคำตอบเดียวในแถวนอน เช่น ตัวอย่างข้างต้นจะสำรวจจากกลุ่มนักเรียนในช่วงอายุต่าง ๆ
คือ น้อยกว่า 8 ปี 8 – 12 ปี 13 – 15 ปี และ 15 – 18 ปี

วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ คือ ต้องการเปรียบเทียบคำตอบ (ที่สามารถเลือกตอบได้
มากกว่า 1 คำตอบ) ในระหว่างกลุ่มต่าง ๆ เช่น ตัวอย่างข้างต้นต้องการเปรียบเทียบว่ารสชาติที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์อันเป็นการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักเรียนชอบ จะเหมือนกันในทุกกลุ่มอายุหรือไม่ หรืออยากทราบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับรสชาติที่ชอบต่างกันหรือไม่

การทดสอบครั้งนี้ได้จากการคิดค้นของ Agresti & Liu (1999) และ Bilder (2000) ซึ่งจะสร้างตารางแบบ $r \times 2$ ขึ้นมาใหม่จำนวน c ตาราง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ถ้าพิจารณาคุณลักษณะที่ j จากตารางการจรรยาแบบ $r \times 2$ ที่สร้างขึ้นใหม่จะมี r แถวนอน เป็นกลุ่ม เป็นกลุ่มประชากรต่าง ๆ และ 2 แถวตั้ง จะแสดงการเลือกตอบ หรือไม่เลือกตอบ คุณลักษณะที่ j คำนวณค่าสถิติโคสแควร์ ด้วยสูตรโคสแควร์จากตาราง 2 ทางที่รู้จักกันทั่วไป ทำเช่นเดิมนี้กับตาราง $r \times 2$ อื่น ๆ ที่เหลืออีก $c - 1$ ตาราง

ให้ O_{hj1} และ E_{hj1} แทน จำนวนความถี่ที่สังเกตและความถี่คาดหวังสำหรับการไม่เลือกตอบคุณลักษณะที่ j และ O_{hj0} และ E_{hj0} แทน จำนวนความถี่ที่สังเกตและ ความถี่คาดหวัง สำหรับการไม่เลือกตอบคุณลักษณะที่ j สถิติที่ใช้ทดสอบคือ

$$\phi^2 = \sum_{j=1}^c \sum_{h=1}^r \left(\frac{(O_{hj1} - E_{hj0})^2}{E_{hj1}} + \frac{(O_{hj0} - E_{hj0})^2}{E_{hj0}} \right)$$

Bilder (2000) พบว่าการแจกแจงของค่า ϕ^2 เมื่อขนาดตัวอย่างใหญ่ ภายใต้สมมติฐานหลัก จะมีการแจกแจงแบบโคสแควร์ ที่ $df = c(r-1)$ ดังนั้น จะปฏิเสธ H_0 เมื่อ $\phi_{cal}^2 > \chi_{\alpha, c(r-1)}^2$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อสำรวจข้อมูลว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมักทำกิจกรรมใดด้วยกันบ้าง โดยการใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากแบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. เตรียมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อนำมาวิเคราะห์
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
3. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยใช้เครื่องมือทางสถิติคือ วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างไม่มีสัดส่วน (Disproportional stratified random sampling) สำหรับการสุ่มตัวอย่างแบบนี้ เรากำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละช่วงชั้นอย่างไม่มีสัดส่วน เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม WEKA เวอร์ชัน 3.8, SPSS เวอร์ชัน 24 และ Excel เวอร์ชัน 2010 ในการทำการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมักทำร่วมกัน โดยการสุ่มตัวอย่างจาก นักท่องเที่ยวชาวจีนเพศหญิงหรือเพศชาย ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและพักค้างคืน โดยต้องทำกิจกรรมอย่างน้อย 1 กิจกรรม ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างไม่มีสัดส่วน (Disproportional stratified random sampling)

กลุ่มตัวอย่าง ได้มาจากการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{8,779,196}{1 + (8,779,196 \times 0.05^2)} = 399.98 \geq 400$$

แต่เนื่องจากข้อมูลที่เก็บไว้มีทั้งสิ้นจำนวน 411 คน จึงเลือกใช้ข้อมูลทั้งหมด เพราะหน่วยตัวอย่างยิ่งมีมากจะทำให้ค่าที่ได้ใกล้เคียงกับค่าที่คำนวณจากประชากรมากที่สุด

โดย n = ขนาดหน่วยตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ (allowable error) เท่ากับ 0.05

(หมายเหตุ การคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณอื่น ๆ เช่น Cochran หรือ Krejcie & Morgan สำหรับกลุ่มประชากรจำนวนจำกัด ให้ผลใกล้เคียงกัน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 411 คนได้มาจากการคำนวณหาหน่วยตัวอย่างจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 8,779,196 คน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยใน จากสูตรของยามานะ จะได้จำนวนหน่วยตัวอย่างจำนวน 400 คน แต่จากการที่เราสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนได้ทั้งหมด 411 คน จึงเลือกใช้ทั้งหมดเนื่องจากจำนวนหน่วยตัวอย่างใกล้เคียงจำนวนประชากรมากเท่าไรจะให้ค่าที่ใกล้เคียงความจริงมากเท่านั้น

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างโดยบริษัทแห่งหนึ่ง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในงานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเพื่อคัดกรอง (Screening)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว (Demographic Profile)

(ทำภายหลังจากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกทำ) เพื่อสำรวจคุณลักษณะต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว โดยการสัมภาษณ์และอ่านแบบสอบถามให้ฟัง ประกอบด้วย

- 4.1 เพศ
- 4.2 อายุ
- 4.3 อาชีพ
- 4.4 สถานภาพสมรส
- 4.5 รายได้ส่วนตัวต่อปี
- 4.6 ไตรมาสที่เดินทางมาประเทศไทย
- 4.7 ประเภทการเดินทาง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกทำ (Activity)

(ทำภายหลังจากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว (Demographic Profile))

เพื่อสำรวจว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยทำกิจกรรมใดบ้าง โดยการสัมภาษณ์และอ่านแบบสอบถามให้ฟัง ประกอบด้วย กิจกรรมที่ได้ทำในประเทศไทย เพื่อสำรวจว่านักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมใดบ้างในประเทศไทย ซึ่งมีทั้งหมด 17 กิจกรรม

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสำรวจโดยเข้าไปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน จะมีการตรวจสอบความสอดคล้องกันของข้อมูล เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผลทางสถิติต่อไป โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

จากการค้นคว้าและศึกษาข้อมูลกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวจีน 17 กิจกรรม คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. กิจกรรมทะเลและชายหาด (Sea and beach) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมทะเลและชายหาด 304 คน คิดเป็น 73.97 เปอร์เซ็นต์

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (เช่น ภูเขา น้ำตก ขาฟารี อุทยานแห่งชาติ) (Eco-Tourism) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 76 คน คิดเป็น 18.49 เปอร์เซ็นต์

3. กิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัย (เช่น ล่องแพ พายเรือแคนู ปีนเขา) (Adventurous travel) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัย 40 คน คิดเป็น 9.73 เปอร์เซ็นต์

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง (เช่น พระราชวัง วัด พิพิธภัณฑ) (Historical sites) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง 206 คน คิดเป็น 50.12 เปอร์เซ็นต์

5. กิจกรรมที่ทำให้ได้สัมผัส เรียนรู้ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น (Learn the way of Living of Local Residents) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมที่ทำให้ได้สัมผัส เรียนรู้ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น 47 คน คิดเป็น 11.44 เปอร์เซ็นต์

6. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Medical Treatment) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ 17 คน คิดเป็น 4.14 เปอร์เซ็นต์

7. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Spa & Wellness) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ 254 คน คิดเป็น 61.80 เปอร์เซ็นต์

8. กิจกรรมรับประทานอาหารไทย (Tasting Thai food) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมรับประทานอาหารไทย 395 คน คิดเป็น 96.11 เปอร์เซ็นต์

9. กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี (Nightlife) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมความบันเทิงยามราตรี 177 คน คิดเป็น 43.07 เปอร์เซ็นต์

10. กิจกรรมสวนสนุกและกิจกรรมเพื่อความบันเทิง (Theme Park/Entertainment) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมสวนสนุกและกิจกรรมเพื่อความบันเทิง 86 คน คิดเป็น 20.93 เปอร์เซ็นต์

11. กิจกรรมเกี่ยวกับเทศกาล งานประเพณี งานแสดงเนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ (National/Special events/Local Festival) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปเผยแพร่ขอสงวนสิทธิ์ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมเกี่ยวกับเทศกาล งานประเพณี งานแสดงเนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ 38 คน คิดเป็น 9.25 เปอร์เซ็นต์

12. กิจกรรมดำน้ำลึก (Scuba Diving) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมดำน้ำลึก 40 คน คิดเป็น 9.73 เปอร์เซ็นต์

13. กิจกรรมดำน้ำตื้น (Snorkeling) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมดำน้ำตื้น 107 คน คิดเป็น 26.003 เปอร์เซ็นต์

14. กิจกรรมเล่นกอล์ฟ (Golfing) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมเล่นกอล์ฟ 5 คน คิดเป็น 1.22 เปอร์เซ็นต์

15. กิจกรรมเลือกซื้อสินค้า (Shopping) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า 362 คน คิดเป็น 88.08 เปอร์เซ็นต์

16. กิจกรรมมวยไทย (Thai Boxing) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมมวยไทย 7 คน คิดเป็น 1.70 เปอร์เซ็นต์

17. กิจกรรมเรียนทำอาหารไทย (Thai Cooking Class) จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 411 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมเรียนทำอาหารไทย 2 คน คิดเป็น 0.49 เปอร์เซ็นต์

3.4 การเตรียมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์

ก่อนที่จะนำข้อมูลทุติยภูมิมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ จะต้องมีการเตรียมข้อมูลดังนี้

1. นำคำตอบที่ได้มาจัดแยกเป็นกลุ่มๆ และสร้างรหัสคำตอบ (Code) เป็นตัวเลข โดยการกำหนดรหัสตัวเลขนั้นต้องไม่ซ้ำกันเพื่อสะดวกต่อการเรียกข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์
2. ตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อให้ข้อมูลสมบูรณ์ที่สุด หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ถูกต้อง ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลมาลงรหัสและทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ด้วยสถิติร้อยละและค่าเฉลี่ย
2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนตัวกับชุดกิจกรรม ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีกฎความสัมพันธ์ของวิชาการทำเหมืองข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธี Apriori เพื่อให้ได้กลุ่มการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ไปหาความสัมพันธ์กับข้อมูลส่วนตัว โดยใช้วิธี Chi-Square Test for Multiple Response Categorical Data ในโปรแกรม SPSS จะได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็นหัวข้อ ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้วยโปรแกรม WEKA

4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวและการทำชุดกิจกรรม

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อปี ช่วงเวลาที่เดินทางมา และประเภทการเดินทาง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	172	41.8
หญิง	239	58.2
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	102	24.8
25 – 34 ปี	250	60.8
35 – 44 ปี	49	11.9
45 – 54 ปี	9	2.2
55 – 64 ปี	1	0.2
ตั้งแต่ 65 ปี ขึ้นไป	0	0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อปี ช่วงเวลาที่เดินทางมา และประเภทการเดินทาง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	233	56.7
สมรสมีบุตร	96	23.4
สมรสไม่มีบุตร	82	20.0
อาชีพ		
วิชาชีพ	138	33.6
ผู้บริหาร	102	24.8
พนักงานทั่วไป	58	14.1
เกษตรกร (เป็นเจ้าของ)	13	3.2
ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐ	8	1.9
แม่บ้าน	7	1.7
นักเรียน / นักศึกษา	79	19.2
เกษียณ	2	0.5
ว่างงาน	4	1.0
รายได้ต่อปี		
น้อยกว่า 10,000 USD	123	29.9
10,000 – 19,999 USD	160	38.9
20,000 – 29,999 USD	54	13.1
30,000 – 39,999 USD	25	6.1
40,000 – 49,999 USD	20	4.9
50,000 – 59,999 USD	12	2.9
60,000 – 69,999 USD	8	1.9
70,000 – 79,999 USD	2	0.5
80,000 – 89,999 USD	2	0.5
90,000 – 99,999 USD	2	0.5
ตั้งแต่ 100,000 USD ขึ้นไป	3	0.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อปี ช่วงเวลาที่เดินทางมา และประเภทการเดินทาง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่เดินทางมา		
ไตรมาสที่ 1	95	23.1
ไตรมาสที่ 2	103	25.1
ไตรมาสที่ 3	94	22.9
ไตรมาสที่ 4	119	29.0
ประเภทการเดินทาง		
เดินทางเอง	275	66.9
เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์	136	33.1

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างมีจำนวนทั้งหมด 411 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยเพศหญิงมีจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 และเพศชายมีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างมากที่สุดคืออายุ 25 – 34 ปี มีจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาคือต่ำกว่า 25 ปี มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างมากที่สุดคือสถานภาพโสด มีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 ส่วนสถานภาพสมรสมีบุตรและสมรสไม่มีบุตรมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยสมรสมีบุตร มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และสมรสไม่มีบุตร มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างส่วนใหญ่คือ วิชาชีพ และผู้บริหาร มีจำนวน 138 และ 102 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 และ 24.8 ตามลำดับ รองลงมาคือ นักเรียน / นักศึกษา และพนักงานทั่วไป มีจำนวน 79 และ 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และ 14.1 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อปี พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,000 – 19,999 USD และน้อยกว่า 10,000 USD มีจำนวน 160 และ 123 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 และ 29.9 ตามลำดับ รองลงมาคือ 20,000 - 29,999 USD มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมา พบว่า ไตรมาสที่ 1 ถึง 4 มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างมากที่สุดคือ ไตรมาสที่ 4 มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือไตรมาสที่ 2 มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามประเภทการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างมากที่สุดคือ เดินทางเอง มีจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 66.9 รองลงมาคือเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้วยโปรแกรม WEKA

4.2.1 กิจกรรม (Activity) ทั้งหมด 17 แอททริบิวต์ ใช้วิธี Apriori โดยกำหนดให้

Delta	เป็น	0.05
LowerBoundMinSupport	เป็น	0.2
MetricType	เป็น	Confidence
minMetric	เป็น	0.8
numRules	เป็น	100
outputItemSets	เป็น	True

ผลลัพธ์จากโปรแกรม WEKA สามารถอ่านผลได้ดังนี้

1. แสดงขนาดของ frequent 1-itemsets หมายความว่า มี 1-itemsets จำนวน 8 itemsets ที่ผ่านเกณฑ์ minimum support 20% ได้แก่

1. กิจกรรมทะเลและชายหาด ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทำทั้งสิ้น 304 คน
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 206 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 254 คน

4. กิจกรรมรับประทานอาหารไทย ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 395 คน

5. กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 177 คน

6. กิจกรรมสวนสนุกและกิจกรรมเพื่อความบันเทิง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 86 คน

7. กิจกรรมดำน้ำตื้น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 107 คน

8. กิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 362 คน

2. แสดงขนาดของ frequent 2-itemsets หมายความว่า มี 2-itemsets จำนวน 19 itemsets ที่ผ่านเกณฑ์ minimum support 20% ได้แก่

1. กิจกรรมทะเลและชายหาด และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 140 คน

2. กิจกรรมทะเลและชายหาด และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 199 คน

3. กิจกรรมทะเลและชายหาด และกิจกรรมรับประทานอาหารไทย ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 296 คน

4. กิจกรรมทะเลและชายหาด และกิจกรรมความบันเทิงยามราตรี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 144 คน

5. กิจกรรมทะเลและชายหาด และกิจกรรมดำน้ำตื้น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 106 คน

6. กิจกรรมทะเลและชายหาด และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารเที่ยวชมเมือง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 269 คน มุ่งอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 136 คน

8. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง และกิจกรรมรับประทานอาหารไทย ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 197 คน

9. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง และกิจกรรมความบันเทิงยามราตรี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 89 คน

10. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 185 คน

11. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมรับประทานอาหารไทย ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 245 คน

12. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมความบันเทิงยามราตรี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 121 คน

13. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 228 คน

14. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมความบันเทิงยามราตรี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 168 คน

15. กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมสวนสนุกและกิจกรรมเพื่อความบันเทิง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 82 คน

16. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมดำน้ำตื้น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 104 คน

17. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 349 คน

18. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 149 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

19. กิจกรรมดำนํ้าตื้น และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 94 คน

3. แสดงขนาดของ frequent 3-itemsets หมายความว่า มี 3-itemsets จำนวน 21 itemsets ที่ผ่านเกณฑ์ minimum support 20% ได้แก่

1. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 102 คน

2. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง และกิจกรรมรับประทานอาหารไทย ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 136 คน

3. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 128 คน

4. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมรับประทานอาหารไทย ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 194 คน

5. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมความบันเทิงยามราตรี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 103 คน

6. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 180 คน

7. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมความบันเทิงยามราตรี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 140 คน

8. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมดำนํ้าตื้น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 103 คน

9. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 262 คน

10. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 125 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมดำน้ำตื้น และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 93 คน
12. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมรับประทานอาหารไทย ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 132 คน
13. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 121 คน
14. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมความบันเทิงยามราตรี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 84 คน
15. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 177 คน
16. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมความบันเทิงยามราตรี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 116 คน
17. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 221 คน
18. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 109 คน
19. กิจกรรมรับประทานอาหารไทย, กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 142 คน
20. กิจกรรมรับประทานอาหารไทย, กิจกรรมดำน้ำตื้น และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 92 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. แสดงขนาดของ frequent 4-itemsets หมายความว่า มี 4-itemsets จำนวน 10 itemsets ที่ผ่านเกณฑ์ minimum support 20% ได้แก่

1. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมรับประทานอาหารไทย ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 100 คน

2. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 93 คน

3. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และ กิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 124 คน

4. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมความบันเทิงยามราตรี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 101 คน

5. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 176 คน

6. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 95 คน

7. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย, กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 121 คน

8. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย, กิจกรรมดำน้ำตื้น และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 91 คน

9. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 118 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ซึ่งการเข้าถึงเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย, กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเลือกทำทั้งสิ้น 105 คน

5. แสดงขนาดของ frequent 5-itemsets หมายความว่า มี 5-itemsets จำนวน 2 itemsets ที่ผ่านเกณฑ์ minimum support 20% ได้แก่

1. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า 91 คน

2. กิจกรรมทะเลและชายหาด, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, กิจกรรมรับประทานอาหารไทย, กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี และกิจกรรมเลือกซื้อสินค้า 93 คน

ซึ่งจากการศึกษาจำนวนกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนทำ เมื่อเดินทางมายังประเทศไทย พบว่า โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเลือกทำประมาณ 5 กิจกรรมต่อครั้งของการมาท่องเที่ยว เราจึงเลือกชุดกิจกรรมที่มี 5 กิจกรรม ได้แก่

1. กิจกรรมทะเลและชายหาด, การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, การรับประทานอาหารไทย การเลือกซื้อสินค้า และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง

2. กิจกรรมทะเลและชายหาด, การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, การรับประทานอาหารไทย, การเลือกซื้อสินค้า และความบันเทิงยามราตรี

เพื่อนำไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีน และชุดกิจกรรมทั้ง 2 ชุด โดยสถิติทดสอบ Chi-Square Test for Multiple Response Categorical Data

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวและการทำชุดกิจกรรม

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และเพศ

เพศ	ชุดกิจกรรม	
	ชุดกิจกรรมที่ 1	ชุดกิจกรรมที่ 2
ชาย	29 (48.3)	31 (51.7)
หญิง	62 (50.0)	62 (50.0)
รวม (ร้อยละ)	91 (49.5)	93 (50.5)
$\phi^2 = 1.076, df = 2, p\text{-value} = 0.584$		

จากตารางที่ 4:2 เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างเพศชาย เลือกชุดกิจกรรมที่ 1 และ 2 ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยเพศชายจะเลือกชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 5

แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างเพศหญิง จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 1 และ 2 สัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

เมื่อทดสอบไคสแควร์กรณีที่มีค่าตอบมากกว่า 1 คำตอบ จะได้ $\phi^2 = 1.076$ ที่ $df = 2$ และค่า $p\text{-value} = 0.584$ สรุปว่า สัดส่วนการเลือกทำชุดกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในแต่ละเพศ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ชุดกิจกรรม	
	ชุดกิจกรรมที่ 1	ชุดกิจกรรมที่ 2
ต่ำกว่า 25 ปี	23 (52.3)	21 (47.7)
25 ปี - 34 ปี	57 (47.1)	64 (52.9)
ตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป	11 (57.9)	8 (42.1)
รวม (ร้อยละ)	91 (49.5)	93 (50.5)
$\phi^2 = 3.412, df = 4, p - value = 0.491$		

จากตารางที่ 4.3 เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างในทุกช่วงอายุ จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 1 และ 2 ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยช่วงอายุที่ต่ำกว่า 25 ปี และช่วงอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 1 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 52.3 และ 57.9 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างในช่วงอายุ 25 ปี - 34 ปี จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่า ชุดกิจกรรมที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 52.9

เมื่อทดสอบไคสแควร์กรณีที่มีคำตอบมากกว่า 1 คำตอบ จะได้ $\phi^2 = 3.412$ ที่ $df = 4$ และค่า $p - value = 0.491$ สรุปว่า สัดส่วนการเลือกทำชุดกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในแต่ละช่วงอายุไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และสถานภาพ

สถานภาพสมรส	ชุดกิจกรรม	
	ชุดกิจกรรมที่ 1	ชุดกิจกรรมที่ 2
โสด	46 (48.4)	49 (51.6)
สมรสมีบุตร	18 (48.6)	19 (51.4)
สมรสไม่มีบุตร	27 (51.9)	25 (48.1)
รวม (ร้อยละ)	91 (49.5)	93 (50.5)
$\phi^2 = 0.976, df = 4, p - value = 0.913$		

จากตารางที่ 4.4 เมื่อจำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างในทุกสถานภาพ จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 1 และ 2 ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยสถานภาพโสด และสมรสมีบุตร จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 51.6 และ 51.4 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างสถานภาพสมรสไม่มีบุตร จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 51.9

เมื่อทดสอบไคสแควร์กรณีที่มีคำตอบมากกว่า 1 คำตอบ จะได้ $\phi^2 = 0.976$ ที่ $df = 4$ และค่า $p - value = 0.913$ สรุปว่า สัดส่วนการเลือกทำชุดกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในแต่ละสถานภาพไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และอาชีพ

อาชีพ	ชุดกิจกรรม	
	ชุดกิจกรรมที่ 1	ชุดกิจกรรมที่ 2
วิชาชีพ	34 (50.0)	34 (50.0)
ผู้บริหาร	18 (38.3)	29 (61.7)
พนักงาน	14 (56.0)	11 (44.0)
เกษตรกร	5 (71.4)	2 (28.6)
ไม่ได้ทำงาน	20 (54.1)	17 (45.9)
รวม (ร้อยละ)	91 (49.5)	93 (50.5)
$\phi^2 = 14.867, df = 8, p - value = 0.062$		

จากตารางที่ 4.5 เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างในกลุ่มอาชีพวิชาชีพ จะเลือกทั้งชุดกิจกรรมที่ 1 และชุดกิจกรรมที่ 2 ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างในกลุ่มอาชีพผู้บริหาร พนักงาน เกษตรกรและไม่ได้ทำงาน จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 1 และ 2 ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยอาชีพผู้บริหาร จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 61.7 ส่วนอาชีพพนักงาน เกษตรกร และไม่ได้ทำงาน จะเลือกทั้งชุดกิจกรรมที่ 1 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 56.0, 71.4 และ 54.1 ตามลำดับ

เมื่อทดสอบไคสแควร์กรณีที่มีคำตอบมากกว่า 1 คำตอบ จะได้ $\phi^2 = 14.867$ ที่ $df = 8$ และค่า $p - value = 0.062$ สรุปว่า สัดส่วนการเลือกทำชุดกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในแต่ละกลุ่มอาชีพไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และรายได้ต่อปี

รายได้ต่อปี	ชุดกิจกรรม	
	ชุดกิจกรรมที่ 1	ชุดกิจกรรมที่ 2
น้อยกว่า 10,000 USD	24 (60.0)	16 (40.0)
10,000 – 19,999 USD	36 (52.2)	33 (47.8)
20,000 – 29,999 USD	13 (38.2)	21 (61.8)
30,000 – 39,999 USD	6 (46.2)	7 (53.8)
40,000 – 49,999 USD	6 (46.2)	7 (53.8)
ตั้งแต่ 50,000 USD เป็นต้นไป	6 (40.0)	9 (60.0)
รวม (ร้อยละ)	91 (49.5)	93 (50.5)
$\phi^2 = 22.797, df = 10, p\text{-value} = 0.012$		

จากตารางที่ 4.6 เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ต่อปี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างในกลุ่มรายได้ทุกกลุ่ม จะเลือกทำชุดกิจกรรมที่ 1 และชุดกิจกรรมที่ 2 ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มรายได้น้อยกว่า 10,000 USD และ 10,000 – 19,999 USD จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 1 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 60.0 และ 52.2 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างในกลุ่มรายได้ 20,000 – 29,999 USD, 30,000 – 39,999 USD, 40,000 – 49,999 USD และ ตั้งแต่ 50,000 USD เป็นต้นไป จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 61.8, 53.8, 53.8 และ 60.0 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อทดสอบไคสแควร์กรณีที่มีคำตอบมากกว่า 1 คำตอบ จะได้ $\phi^2 = 22.797$ ที่ $df = 10$ และค่า $p - value = 0.012$ สรุปว่า สัดส่วนการเลือกทำชุดกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในแต่ละกลุ่มรายได้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมา

ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมา	ชุดกิจกรรม	
	ชุดกิจกรรมที่ 1	ชุดกิจกรรมที่ 2
ไตรมาสที่ 1	21 (53.8)	18 (46.2)
ไตรมาสที่ 2	21 (45.7)	25 (54.3)
ไตรมาสที่ 3	20 (47.6)	22 (52.4)
ไตรมาสที่ 4	29 (50.9)	28 (49.1)
รวม (ร้อยละ)	91 (49.5)	93 (50.5)
$\phi^2 = 2.313, df = 6, p - value = 0.889$		

จากตารางที่ 4.7 เมื่อจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างในไตรมาสที่ 1 ถึง 4 จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 1 และชุดกิจกรรมที่ 2 ใกล้เคียงกัน โดยไตรมาสที่ 1 และ 4 จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 1 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 53.8 และ 50.9 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างในไตรมาสที่ 2 และ 3 จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 54.3 และ 52.4 ตามลำดับ

เมื่อทดสอบไคสแควร์กรณีที่มีคำตอบมากกว่า 1 คำตอบ จะได้ $\phi^2 = 2.313$ ที่ $df = 6$ และค่า $p - value = 0.889$ สรุปว่า สัดส่วนการเลือกทำชุดกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในแต่ละ

เอกสารนี้ใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกชุดกิจกรรม และประเภทการเดินทาง

ประเภทการเดินทาง	ชุดกิจกรรม	
	ชุดกิจกรรมที่ 1	ชุดกิจกรรมที่ 2
เดินทางเอง	42 (41.6)	59 (58.4)
เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์	49 (59.0)	34 (41.0)
รวม (ร้อยละ)	91 (49.5)	93 (50.5)
$\phi^2 = 17.374, df = 2, p - value = 0.000$		

จากตารางที่ 4.8 เมื่อจำแนกตามประเภทการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างเดินทางเองและเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 1 และชุดกิจกรรมที่ 2 ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างเดินทางเอง จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 58.4 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ จะเลือกชุดกิจกรรมที่ 1 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 59.0

เมื่อทดสอบไคสแควร์กรณีที่มีค่าตอบมากกว่า 1 คำตอบ จะได้ $\phi^2 = 17.374$ ที่ $df = 2$ และค่า $p - value = 0.000$ สรุปว่า สัดส่วนการเลือกทำชุดกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในแต่ละสถานภาพแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา “ความสัมพันธ์ของกิจกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย” ที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ชุดกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความนิยม เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนตัวกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนทำเมื่อเดินทางมายังประเทศไทย และ เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปใช้พัฒนาประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาในประเทศไทยเป็นประชากร และ ใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแผนการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ Disproportional stratified random sampling ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 411 คน โดยต้องเป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป พักอาศัยอยู่ในประเทศไทยอย่างน้อย 1 คืน และกำลังจะเดินทางกลับ ณ ท่าอากาศยาน ด่านตรวจคนเข้าเมือง และท่าเรือ และใช้แบบสอบถามวิธีการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามที่ได้ มีดังนี้

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

นักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างมีจำนวนทั้งหมด 411 คน เป็นเพศหญิงและเพศชายใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 34 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพวิชาชีพ (เช่น แพทย์, อาจารย์, นักวิทยาศาสตร์ ฯลฯ) และ ผู้บริหาร ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 USD ต่อปี เดินทางเข้ามาประเทศไทยใกล้เคียงกันทุกไตรมาส โดยไตรมาสที่ 4 (ช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม) มีจำนวนค่อนข้างมาก และส่วนใหญ่เดินทางเป็นแบบเดินทางมาเอง และการเดินทางมาเองมากกว่าเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์หนึ่งเท่าตัว

จากการวิเคราะห์หากภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมทำในประเทศไทย พบว่า โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเลือกทำกิจกรรมประมาณ 5 กิจกรรมย่อยต่อครั้งของการมาท่องเที่ยว เราจึงเลือกชุดกิจกรรมที่มี 5 กิจกรรมย่อย ซึ่งชุดกิจกรรมที่มี 5 กิจกรรมย่อย ที่ได้รับความนิยมมี 2 ชุด คือ

1. กิจกรรมทางทะเลและชายหาด, การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, การรับประทานอาหาร

ไทย, การเลือกซื้อสินค้า และ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักศึกษาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กิจกรรมทางทะเลและชายหาด, การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, การรับประทานอาหารไทย, การเลือกซื้อสินค้า และ กิจกรรมความบันเทิงยามราตรี

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

จากการทดสอบ Chi-Square Test for Multiple Response Categorical Data พบว่า รายได้ และประเภทการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตกเป็นตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 USD ต่อปี และเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์จะเลือกทำชุดกิจกรรมที่ 1 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 2 และนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่อปีตั้งแต่ 20,000 USD ขึ้นไป และเดินทางมาเองจะเลือกทำชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่าชุดกิจกรรมที่ 1

เมื่อพิจารณาชุดกิจกรรม 2 ชุด พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตกเป็นตัวอย่างที่เลือกทำชุดกิจกรรมชุดที่ 2 มากกว่าชุดที่ 1 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรสไม่มีบุตร อาชีพพนักงาน เกษตรกร และไม่ได้ทำงาน รายได้ต่ำกว่า 19,999 USD เดินทางมาช่วงไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 4 และเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ ส่วนใหญ่เลือกชุดกิจกรรมที่ 1 ในขณะที่เพศชาย อายุ 25 – 34 ปี สถานภาพโสด และ สมรสมีบุตร อาชีพผู้บริหาร รายได้ตั้งแต่ 20,000 USD ขึ้นไป เดินทางเข้าประเทศไทยช่วงไตรมาสที่ 2 และไตรมาสที่ 3 และเดินทางเอง ส่วนใหญ่เลือกชุดกิจกรรมที่ 2 สำหรับเพศหญิง อาชีพวิชาชีพ (เช่น แพทย์, อาจารย์, นักวิทยาศาสตร์ ฯลฯ) เลือกชุดกิจกรรมทั้ง 2 ชุดในสัดส่วนที่เท่ากัน

5.3 สรุปผลตามวัตถุประสงค์

1. จากการวิเคราะห์กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความนิยม พบว่า มี 2 ชุดกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ชุดกิจกรรมที่ 1 คือ กิจกรรมทางทะเลและชายหาด, การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, การรับประทานอาหารไทย, การเลือกซื้อสินค้า และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเที่ยวชมเมือง และชุดกิจกรรมที่ 2 คือ กิจกรรมทางทะเลและชายหาด, การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, การรับประทานอาหารไทย, การเลือกซื้อสินค้า และความบันเทิงยามราตรี

2. จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การเลือกทำชุดกิจกรรม ขึ้นอยู่กับรายได้และประเภทการเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 USD ต่อปี และเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์จะเลือกทำชุดกิจกรรมที่ 1 มากกว่า ชุดกิจกรรมที่ 2 และนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่อปีตั้งแต่ 20,000 USD ขึ้นไป และเดินทางมาเองจะเลือกทำชุดกิจกรรมที่ 2 มากกว่า ชุดกิจกรรมที่ 1

3. รูปแบบของการทำวิจัย จะเสนอต่อให้บริษัท คณะวิทยาศาสตร์ อาจารย์ หรือหน่วยงานที่สนใจเพื่อนำไปพัฒนาประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

5.4 แนวทางการนำไปใช้

การวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ได้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีความต้องการทำกิจกรรมย่อย 5 กิจกรรมต่อครั้งของการมาท่องเที่ยว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555-2559). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กาญจนนา มณีแสง, วดี เขียวอุไร, ณิชพร อิฐสุวรรณ. (2551). การปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 7 จังหวัดภาคตะวันออก. มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สถานการณ์ และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยว แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. จาก <http://www.attm.biz/news/326755/www.mots.go.th>
- ฉันทซ์ วรรณถนอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สามลดา.
- ชิตจันทร์ หังสสุต. (2532). หลักการและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชุตินา รุ่งประพันธ์. (2549). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). รวบรวมความวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย-นานาชาติ ปี พ.ศ. 2550. (พิมพ์ครั้งที่ 2). สถาบันวิจัยพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวไทย
- ชนกฤต สังข์เฉย. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ. เพชรบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี.
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ โอ. เอส. พรินติ้งเฮาส์.
- บุญญสิทธิ์ วรจันทร์ (2560) เอกสารประกอบการสอนวิชา CATEGORICAL DATA ANALYSIS ภาควิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประวิต เอราวรรณ์. (2545). การวิจัยปฏิบัติการ: การเรียนรู้ของครูและการสร้างพลังร่วมในโรงเรียน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้าวิชาการ.
- ประสงค์ นิธินวรร. (2545). พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. วิทยานิพนธ์ บธ.บ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2522). สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.
- พลอยศรี โปราณานนท์. (2548). ผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชรพร สิริทรัพย์วงศ์. (2561). จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/baidu-inform-social-media-powerfull-china-tourist/>
- ไพรัตน์ สุระศิริานนท์. (2556). การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ต่อการเลือกร้านอาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มีงสรรพ์ ขาวสอาด, สุธเมธ พุกฤษ์ฤดี, จักริ เตชะวาริ, เกษรินทร์ พรหมเป็ง และอาภาภรณ์ สุนทรหม. 2553. รายงานการสำรวจพฤติกรรม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ: ตลาดตะวันออก (แผนงานวิจัยการพัฒนาเชิงบูรณาการของ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ปี 2551: ตลาดใหม่และความท้าทาย). เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรรณ วังษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วาริษฐ์ มัชยมนุช. (2556). การตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาว ในจังหวัดเชียงใหม่. พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.
- วิกร ตันทาทูโตม. เครื่องมือในการวิจัย จาก <file:///C:/Users/User/Downloads/Documents/4-2-e0b980e0b884e0b8a3e0b8b7e0b988e0b8ade0b887e0b8a1e0b8b7e0b8ade0b897e0b8b5e0b988e0b983e0b88ae0b989e0b983e0b899e0b881e0b8b2e0b8a31.pdf>
- ศิริพันธ์ รักเรียนรบ. (2547). แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. สาขาวิชาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศุภชัย ประคองศิลป์. (2551). การออกแบบและพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจในการ
อนุมัติลูกบ้านเข้าโครงการโดยใช้เทคนิคต้นไม้ตัดสินใจ กรณีศึกษา มูลนิธิที่อยู่อาศัยเพื่อ
มนุษยชาติ. ปัญหาพิเศษปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
พระนครเหนือ.

เศกสรรค์ ยวงวิชัย. (2541). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2).

ขอนแก่น: ภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สายชล สีนสมบูรณ์ทอง. (2558). การทำเหมืองข้อมูล. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.

สุจิตรา สุนธมัตติ. (2552). เอกสารประกอบการสอนวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ.

ภาควิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง.

อัศวิน แสงพิบูล. (2552). การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยว
ชาวเอเชียและยุโรป. ศูนย์บริการวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อุมาพร จันทศร. (2557). เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาสถิติที่ไม่ใช่พารามิเตอร์.

ภาควิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง.

Danie T. Larose. (2005) Discovering knowledge in data : an introduction to data
mining. Canada: John Wiley & Sons

Gee, C, Makens, J. & Choy, D. (1989). The travel industry, 2nd ed., Van Nostrand
Reinhold, New York.

Han J, Kamber M. (2006). Data Mining: Concept and Techniques. (2nd ed). San
Francisco: Morgan Kaufmann Publishers

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลจากโปรแกรม WEKA ที่ใช้ในงานวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Apriori เพื่อหาความสัมพันธ์ของข้อมูล
ได้ผลลัพธ์ ดังนี้

=== Run information ===

Scheme: weka.associations.Apriori -I -N 100 -T 0 -C 0.8 -D 0.05 -U 1.0 -M 0.2 -S -
1.0 -c -1

Relation: ใช้ทำweka-weka.filters.unsupervised.attribute.NumericToNominal-Rfirst-
last

Instances: 411

Attributes: 17

Sea&Beach

Eco-Tourism

AdventureTravel

HistoricalSites

WayofLiving

MedicalTreatment

Spa&Wellness

TastingFood

Nightlife

ThemePark

Festival

Diving

Snorkeling

Golfing

Shopping

Boxing

Cooking

=== Associator model (full training set) ===

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Apriori

=====

Minimum support: 0.2 (82 instances)

Minimum metric <confidence>: 0.8

Number of cycles performed: 16

Generated sets of large itemsets:

Size of set of large itemsets L(1): 8

Large Itemsets L(1):

Sea&Beach=1 304

HistoricalSites=1 206

Spa&Wellness=1 254

TastingFood=1 395

Nightlife=1 177

ThemePark=1 86

Snorkeling=1 107

Shopping=1 362

Size of set of large itemsets L(2): 19

Large Itemsets L(2):

Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 140

Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 199

Sea&Beach=1 TastingFood=1 296

Sea&Beach=1 Nightlife=1 144

Sea&Beach=1 Snorkeling=1 106

Sea&Beach=1 Shopping=1 269

HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 136

HistoricalSites=1 TastingFood=1 197

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

HistoricalSites=1 Nightlife=1 89
 HistoricalSites=1 Shopping=1 185
 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 245
 Spa&Wellness=1 Nightlife=1 121
 Spa&Wellness=1 Shopping=1 228
 TastingFood=1 Nightlife=1 168
 TastingFood=1 ThemePark=1 82
 TastingFood=1 Snorkeling=1 104
 TastingFood=1 Shopping=1 349
 Nightlife=1 Shopping=1 149
 Snorkeling=1 Shopping=1 94
 Size of set of large itemsets L(3): 20
 Large Itemsets L(3):
 Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 102
 Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 TastingFood=1 136
 Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Shopping=1 128
 Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 194
 Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 Nightlife=1 103
 Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 Shopping=1 180
 Sea&Beach=1 TastingFood=1 Nightlife=1 140
 Sea&Beach=1 TastingFood=1 Snorkeling=1 103
 Sea&Beach=1 TastingFood=1 Shopping=1 262
 Sea&Beach=1 Nightlife=1 Shopping=1 125
 Sea&Beach=1 Snorkeling=1 Shopping=1 93
 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 132
 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 Shopping=1 121
 HistoricalSites=1 TastingFood=1 Nightlife=1 84
 HistoricalSites=1 TastingFood=1 Shopping=1 177
 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Nightlife=1 116
 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Shopping=1 221
 Spa&Wellness=1 Nightlife=1 Shopping=1 109
 TastingFood=1 Nightlife=1 Shopping=1 142
 TastingFood=1 Snorkeling=1 Shopping=1 92

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของโรงเรียนเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Size of set of large itemsets L(4): 10

Large Itemsets L(4):

Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 100

Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 Shopping=1 93

Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 TastingFood=1 Shopping=1 124

Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Nightlife=1 101

Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Shopping=1 176

Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 Nightlife=1 Shopping=1 95

Sea&Beach=1 TastingFood=1 Nightlife=1 Shopping=1 121

Sea&Beach=1 TastingFood=1 Snorkeling=1 Shopping=1 91

HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Shopping=1 118

Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Nightlife=1 Shopping=1 105

Size of set of large itemsets L(5): 2

Large Itemsets L(5):

Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Shopping=1 91

Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Nightlife=1 Shopping=1 93

Best rules found:

1. Snorkeling=1 107 ==> Sea&Beach=1 106 <conf:(0.99)> lift:(1.34) lev:(0.07) [26]
conv:(13.93)

2. TastingFood=1 Snorkeling=1 104 ==> Sea&Beach=1 103 <conf:(0.99)> lift:(1.34)
lev:(0.06) [26] conv:(13.54)

3. Snorkeling=1 Shopping=1 94 ==> Sea&Beach=1 93 <conf:(0.99)> lift:(1.34)
lev:(0.06) [23] conv:(12.24)

4. TastingFood=1 Snorkeling=1 Shopping=1 92 ==> Sea&Beach=1 91 <conf:(0.99)>
lift:(1.34) lev:(0.06) [22] conv:(11.98)

5. Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 Nightlife=1 103 ==> TastingFood=1 101

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ซึ่งงานนี้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 102 ==> TastingFood=1 100
<conf:(0.98)> lift:(1.02) lev:(0) [1] conv:(1.32)
7. Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 Nightlife=1 Shopping=1 95 ==> TastingFood=1 93
<conf:(0.98)> lift:(1.02) lev:(0) [1] conv:(1.23)
8. Snorkeling=1 Shopping=1 94 ==> TastingFood=1 92 <conf:(0.98)> lift:(1.02)
lev:(0) [1] conv:(1.22)
9. Sea&Beach=1 Snorkeling=1 Shopping=1 93 ==> TastingFood=1 91 <conf:(0.98)>
lift:(1.02) lev:(0) [1] conv:(1.21)
10. Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 Shopping=1 93 ==>
TastingFood=1 91 <conf:(0.98)> lift:(1.02) lev:(0) [1] conv:(1.21)
11. Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 Shopping=1 180 ==> TastingFood=1 176
<conf:(0.98)> lift:(1.02) lev:(0.01) [3] conv:(1.4)
12. HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 Shopping=1 121 ==> TastingFood=1 118
<conf:(0.98)> lift:(1.01) lev:(0) [1] conv:(1.18)
13. Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 199 ==> TastingFood=1 194 <conf:(0.97)>
lift:(1.01) lev:(0.01) [2] conv:(1.29)
14. Sea&Beach=1 Shopping=1 269 ==> TastingFood=1 262 <conf:(0.97)> lift:(1.01)
lev:(0.01) [3] conv:(1.31)
15. Sea&Beach=1 304 ==> TastingFood=1 296 <conf:(0.97)> lift:(1.01) lev:(0.01) [3]
conv:(1.31)
16. Sea&Beach=1 Nightlife=1 144 ==> TastingFood=1 140 <conf:(0.97)> lift:(1.01)
lev:(0) [1] conv:(1.12)
17. Snorkeling=1 107 ==> TastingFood=1 104 <conf:(0.97)> lift:(1.01) lev:(0) [1]
conv:(1.04)
18. Sea&Beach=1 Snorkeling=1 106 ==> TastingFood=1 103 <conf:(0.97)> lift:(1.01)
lev:(0) [1] conv:(1.03)
19. Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 140 ==> TastingFood=1 136 <conf:(0.97)>
lift:(1.01) lev:(0) [1] conv:(1.09)
20. HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 136 ==> TastingFood=1 132 <conf:(0.97)>
lift:(1.01) lev:(0) [1] conv:(1.06)
21. Spa&Wellness=1 Shopping=1 228 ==> TastingFood=1 221 <conf:(0.97)>
lift:(1.01) lev:(0) [1] conv:(1.11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

22. Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Shopping=1 128 ==> TastingFood=1 124
<conf:(0.97)> lift:(1.01) lev:(0) [0] conv:(1)
23. Snorkeling=1 Shopping=1 94 ==> Sea&Beach=1 TastingFood=1 91
<conf:(0.97)> lift:(1.34) lev:(0.06) [23] conv:(6.58)
24. Sea&Beach=1 Nightlife=1 Shopping=1 125 ==> TastingFood=1 121
<conf:(0.97)> lift:(1.01) lev:(0) [0] conv:(0.97)
25. Spa&Wellness=1 254 ==> TastingFood=1 245 <conf:(0.96)> lift:(1) lev:(0) [0]
conv:(0.99)
26. Shopping=1 362 ==> TastingFood=1 349 <conf:(0.96)> lift:(1) lev:(0) [1]
conv:(1.01)
27. Spa&Wellness=1 Nightlife=1 Shopping=1 109 ==> TastingFood=1 105
<conf:(0.96)> lift:(1) lev:(0) [0] conv:(0.85)
28. Snorkeling=1 107 ==> Sea&Beach=1 TastingFood=1 103 <conf:(0.96)> lift:(1.34)
lev:(0.06) [25] conv:(5.99)
29. Spa&Wellness=1 Nightlife=1 121 ==> TastingFood=1 116 <conf:(0.96)> lift:(1)
lev:(-0) [0] conv:(0.79)
30. HistoricalSites=1 Shopping=1 185 ==> TastingFood=1 177 <conf:(0.96)> lift:(1)
lev:(-0) [0] conv:(0.8)
31. HistoricalSites=1 206 ==> TastingFood=1 197 <conf:(0.96)> lift:(1) lev:(-0) [0]
conv:(0.8)
32. ThemePark=1 86 ==> TastingFood=1 82 <conf:(0.95)> lift:(0.99) lev:(-0) [0]
conv:(0.67)
33. Nightlife=1 Shopping=1 149 ==> TastingFood=1 142 <conf:(0.95)> lift:(0.99)
lev:(-0) [-1] conv:(0.73)
34. Nightlife=1 177 ==> TastingFood=1 168 <conf:(0.95)> lift:(0.99) lev:(-0.01) [-2]
conv:(0.69)
35. HistoricalSites=1 Nightlife=1 89 ==> TastingFood=1 84 <conf:(0.94)> lift:(0.98)
lev:(-0) [-1] conv:(0.58)
36. Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 Nightlife=1 103 ==> Shopping=1 95
<conf:(0.92)> lift:(1.05) lev:(0.01) [4] conv:(1.36)
37. Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Nightlife=1 101 ==> Shopping=1
93 <conf:(0.92)> lift:(1.05) lev:(0.01) [4] conv:(1.34)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

38. Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 140 ==> Shopping=1 128 <conf:(0.91)> lift:(1.04)
lev:(0.01) [4] conv:(1.28)
39. Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 TastingFood=1 136 ==> Shopping=1 124
<conf:(0.91)> lift:(1.04) lev:(0.01) [4] conv:(1.25)
40. Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 102 ==> Shopping=1 93
<conf:(0.91)> lift:(1.04) lev:(0.01) [3] conv:(1.22)
41. Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 100 ==>
Shopping=1 91 <conf:(0.91)> lift:(1.03) lev:(0.01) [2] conv:(1.19)
42. Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 194 ==> Shopping=1 176
<conf:(0.91)> lift:(1.03) lev:(0.01) [5] conv:(1.22)
43. Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Nightlife=1 116 ==> Shopping=1 105
<conf:(0.91)> lift:(1.03) lev:(0.01) [2] conv:(1.15)
44. Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 199 ==> Shopping=1 180 <conf:(0.9)> lift:(1.03)
lev:(0.01) [4] conv:(1.19)
45. Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 Nightlife=1 103 ==> TastingFood=1 Shopping=1
93 <conf:(0.9)> lift:(1.06) lev:(0.01) [5] conv:(1.41)
46. Spa&Wellness=1 TastingFood=1 245 ==> Shopping=1 221 <conf:(0.9)>
lift:(1.02) lev:(0.01) [5] conv:(1.17)
47. Spa&Wellness=1 Nightlife=1 121 ==> Shopping=1 109 <conf:(0.9)> lift:(1.02)
lev:(0.01) [2] conv:(1.11)
48. HistoricalSites=1 TastingFood=1 197 ==> Shopping=1 177 <conf:(0.9)> lift:(1.02)
lev:(0.01) [3] conv:(1.12)
49. HistoricalSites=1 206 ==> Shopping=1 185 <conf:(0.9)> lift:(1.02) lev:(0.01) [3]
conv:(1.12)
50. Spa&Wellness=1 254 ==> Shopping=1 228 <conf:(0.9)> lift:(1.02) lev:(0.01) [4]
conv:(1.12)
51. HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 TastingFood=1 132 ==> Shopping=1 118
<conf:(0.89)> lift:(1.01) lev:(0) [1] conv:(1.05)
52. Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 102 ==> TastingFood=1
Shopping=1 91 <conf:(0.89)> lift:(1.05) lev:(0.01) [4] conv:(1.28)
53. HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 136 ==> Shopping=1 121 <conf:(0.89)>
lift:(1.01) lev:(0) [1] conv:(1.01)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

54. Sea&Beach=1 HistoricalSites=1 140 ==> TastingFood=1 Shopping=1 124
<conf:(0.89)> lift:(1.04) lev:(0.01) [5] conv:(1.24)
55. Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Nightlife=1 Shopping=1 105 ==> Sea&Beach=1
93 <conf:(0.89)> lift:(1.2) lev:(0.04) [15] conv:(2.1)
56. Sea&Beach=1 TastingFood=1 296 ==> Shopping=1 262 <conf:(0.89)> lift:(1)
lev:(0) [1] conv:(1.01)
57. Sea&Beach=1 304 ==> Shopping=1 269 <conf:(0.88)> lift:(1) lev:(0) [1]
conv:(1.01)
58. TastingFood=1 Snorkeling=1 104 ==> Shopping=1 92 <conf:(0.88)> lift:(1)
lev:(0) [0] conv:(0.95)
59. Sea&Beach=1 Spa&Wellness=1 199 ==> TastingFood=1 Shopping=1 176
<conf:(0.88)> lift:(1.04) lev:(0.02) [7] conv:(1.25)
60. TastingFood=1 395 ==> Shopping=1 349 <conf:(0.88)> lift:(1) lev:(0) [1] conv:(1)
61. Sea&Beach=1 TastingFood=1 Snorkeling=1 103 ==> Shopping=1 91
<conf:(0.88)> lift:(1) lev:(0) [0] conv:(0.94)
62. Snorkeling=1 107 ==> Shopping=1 94 <conf:(0.88)> lift:(1) lev:(-0) [0]
conv:(0.91)
63. Sea&Beach=1 Snorkeling=1 106 ==> Shopping=1 93 <conf:(0.88)> lift:(1) lev:(-0)
[0] conv:(0.9)
64. TastingFood=1 Snorkeling=1 104 ==> Sea&Beach=1 Shopping=1 91
<conf:(0.88)> lift:(1.34) lev:(0.06) [22] conv:(2.57)
65. Spa&Wellness=1 Nightlife=1 Shopping=1 109 ==> Sea&Beach=1 95
<conf:(0.87)> lift:(1.18) lev:(0.03) [14] conv:(1.89)
66. Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Nightlife=1 116 ==> Sea&Beach=1 101
<conf:(0.87)> lift:(1.18) lev:(0.04) [15] conv:(1.89)
67. Spa&Wellness=1 254 ==> TastingFood=1 Shopping=1 221 <conf:(0.87)>
lift:(1.02) lev:(0.01) [5] conv:(1.13)
68. Snorkeling=1 107 ==> Sea&Beach=1 Shopping=1 93 <conf:(0.87)> lift:(1.33)
lev:(0.06) [22] conv:(2.46)
69. Sea&Beach=1 Nightlife=1 144 ==> Shopping=1 125 <conf:(0.87)> lift:(0.99)
lev:(-0) [-1] conv:(0.86)
70. Spa&Wellness=1 Nightlife=1 121 ==> TastingFood=1 Shopping=1 105
<conf:(0.87)> lift:(1.02) lev:(0.01) [2] conv:(1.07)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ซึ่งสงวนเพื่อการใช้งานที่ถูกต้องเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

71. HistoricalSites=1 Spa&Wellness=1 136 ==> TastingFood=1 Shopping=1 118
<conf:(0.87)> lift:(1.02) lev:(0.01) [2] conv:(1.08)
72. Sea&Beach=1 TastingFood=1 Nightlife=1 140 ==> Shopping=1 121
<conf:(0.86)> lift:(0.98) lev:(-0.01) [-2] conv:(0.83)
73. Sea&Beach=1 304 ==> TastingFood=1 Shopping=1 262 <conf:(0.86)> lift:(1.01)
lev:(0.01) [3] conv:(1.07)
74. Snorkeling=1 107 ==> TastingFood=1 Shopping=1 92 <conf:(0.86)> lift:(1.01)
lev:(0) [1] conv:(1.01)
75. HistoricalSites=1 206 ==> TastingFood=1 Shopping=1 177 <conf:(0.86)>
lift:(1.01) lev:(0.01) [2] conv:(1.04)
76. Sea&Beach=1 Snorkeling=1 106 ==> TastingFood=1 Shopping=1 91
<conf:(0.86)> lift:(1.01) lev:(0) [0] conv:(1)
77. Spa&Wellness=1 Nightlife=1 Shopping=1 109 ==> Sea&Beach=1 TastingFood=1
93 <conf:(0.85)> lift:(1.18) lev:(0.04) [14] conv:(1.79)
78. TastingFood=1 Nightlife=1 Shopping=1 142 ==> Sea&Beach=1 121
<conf:(0.85)> lift:(1.15) lev:(0.04) [15] conv:(1.68)
79. Spa&Wellness=1 Nightlife=1 121 ==> Sea&Beach=1 103 <conf:(0.85)> lift:(1.15)
lev:(0.03) [13] conv:(1.66)
80. Snorkeling=1 107 ==> Sea&Beach=1 TastingFood=1 Shopping=1 91
<conf:(0.85)> lift:(1.33) lev:(0.06) [22] conv:(2.28)
81. TastingFood=1 Nightlife=1 168 ==> Shopping=1 142 <conf:(0.85)> lift:(0.96)
lev:(-0.01) [-5] conv:(0.74)
82. Nightlife=1 177 ==> Shopping=1 149 <conf:(0.84)> lift:(0.96) lev:(-0.02) [-6]
conv:(0.73)
83. Sea&Beach=1 Nightlife=1 144 ==> TastingFood=1 Shopping=1 121
<conf:(0.84)> lift:(0.99) lev:(-0) [-1] conv:(0.91)
84. Nightlife=1 Shopping=1 149 ==> Sea&Beach=1 125 <conf:(0.84)> lift:(1.13)
lev:(0.04) [14] conv:(1.55)
85. Spa&Wellness=1 Nightlife=1 121 ==> Sea&Beach=1 TastingFood=1 101
<conf:(0.83)> lift:(1.16) lev:(0.03) [13] conv:(1.61)
86. TastingFood=1 Nightlife=1 168 ==> Sea&Beach=1 140 <conf:(0.83)> lift:(1.13)
lev:(0.04) [15] conv:(1.51)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

87. Nightlife=1 177 ==> Sea&Beach=1 144 <conf:(0.81)> lift:(1.1) lev:(0.03) [13]
conv:(1.36)

88. Nightlife=1 Shopping=1 149 ==> Sea&Beach=1 TastingFood=1 121
<conf:(0.81)> lift:(1.13) lev:(0.03) [13] conv:(1.44)

89. Nightlife=1 177 ==> TastingFood=1 Shopping=1 142 <conf:(0.8)> lift:(0.94) lev:(-
0.02) [-8] conv:(0.74)

90. Spa&Wellness=1 TastingFood=1 Nightlife=1 116 ==> Sea&Beach=1 Shopping=1
93 <conf:(0.8)> lift:(1.22) lev:(0.04) [17] conv:(1.67)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

1.1 สมมติฐาน

H_0 : เพศของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

H_1 : เพศของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

ตารางที่ 1.ข ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ Chi - Square ความสัมพันธ์ของเพศกับชุดกิจกรรม

Chi - Square	df	P - value
1.076	2	0.584

จากตารางพบว่า ค่าสถิติ Chi - Square = 1.076 และ P - value = 0.584 > 0.05

จึงไม่สามารถปฏิเสธ H_0

สรุปได้ว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.2 สมมติฐาน

H_0 : อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

H_1 : อายุของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

ตารางที่ 2.ข ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ Chi - Square ความสัมพันธ์ของอายุกับชุดกิจกรรม

Chi - Square	df	P - value
3.412	4	0.491

จากตารางพบว่า ค่าสถิติ Chi - Square = 3.412 และ P - value = 0.491 > 0.05

จึงไม่สามารถปฏิเสธ H_0

สรุปได้ว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 สมมติฐาน

H_0 : สถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

H_1 : สถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

ตารางที่ 3.ข ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ Chi - Square ความสัมพันธ์ของสถานภาพสมรสกับชุดกิจกรรม

Chi - Square	df	P - value
0.976	4	0.913

จากตารางพบว่า ค่าสถิติ Chi - Square = 0.976 และ P - value = 0.913 > 0.05

จึงไม่สามารถปฏิเสธ H_0

สรุปได้ว่า สถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.4 สมมติฐาน

H_0 : อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

H_1 : อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

ตารางที่ 4.ข ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ Chi - Square ความสัมพันธ์ของอาชีพกับชุดกิจกรรม

Chi - Square	df	P - value
14.867	8	0.062

จากตารางพบว่า ค่าสถิติ Chi - Square = 14.867 และ P - value = 0.062 > 0.05

จึงไม่สามารถปฏิเสธ H_0

สรุปได้ว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 สมมติฐาน

H_0 : รายได้ต่อปีของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

H_1 : รายได้ต่อปีของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

ตารางที่ 5.ข ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ Chi - Square ความสัมพันธ์ของรายได้ต่อปีกับชุดกิจกรรม

Chi - Square	df	P - value
22.797	10	0.012

จากตารางพบว่า ค่าสถิติ Chi - Square = 22.797 และ P - value = 0.012 < 0.05

จึงปฏิเสธ H_0

สรุปได้ว่า รายได้ต่อปีของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.6 สมมติฐาน

H_0 : ช่วงเวลาที่เดินทางมาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

H_1 : ช่วงเวลาที่เดินทางมาของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

ตารางที่ 6.ข ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ Chi - Square ความสัมพันธ์ของช่วงเวลาที่เดินทางมากับชุดกิจกรรม

Chi - Square	df	P - value
2.313	6	0.889

จากตารางพบว่า ค่าสถิติ Chi - Square = 2.313 และ P - value = 0.889 > 0.05

จึงไม่สามารถปฏิเสธ H_0

สรุปได้ว่า ช่วงเวลาที่เดินทางมาของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 สมมติฐาน

H_0 : ประเภทการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

H_1 : ประเภทการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรม

ตารางที่ 1.ข ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ Chi - Square ความสัมพันธ์ของประเภทการเดินทางกับชุดกิจกรรม

Chi - Square	df	P - value
17.374	2	0.000

จากตารางพบว่า ค่าสถิติ Chi - Square = 17.374 และ P - value = 0.000 < 0.05

จึงไม่สามารถปฏิเสธ H_0

สรุปได้ว่า ประเภทการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับชุดกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้