

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในลำดับที่สอง ของจังหวัดปราจีนบุรี เนื่องจากจังหวัดปราจีนบุรีมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากมาย มีบุคลากรในวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและศักยภาพสูง มีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มรดกโลก โบราณสถานยุคทวารวดี วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตชุมชนที่ครบถ้วนสมบูรณ์ อาหารอร่อยและผลไม้หลากหลายเป็นที่ยอมรับและประทับใจของนักท่องเที่ยว เป็นแหล่งที่มาของรายได้และมูลค่าทางเศรษฐกิจ จากสถิตินักท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 500,000 คน ข้อมูล ณ ปี 2553 จาก สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ปราจีนบุรี

แต่เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจในประเทศชะลอตัว จึงมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศรวมทั้งสถานะของภัยธรรมชาติ ที่มีผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ทั่วโลกเกิดความเปลี่ยนแปลง ซึ่งทำให้หลายองค์กรได้มีการผนึกกำลังให้อนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นธุรกิจให้บริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงานกระจายรายได้ โดยได้ระบุนวัตกรรมประสังคมและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ กล่าวคือ ,พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และพัฒนารูปแบบบริการที่มีศักยภาพใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่น ซึ่งรวมถึง วิถีชีวิตสภาพแวดล้อมตาม ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีพื้นบ้าน ตลอดจนการส่งเสริมไทยเที่ยวไทย (กลุ่มพัฒนา มาตรฐานบริการท่องเที่ยว, สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว, 2548)

การท่องเที่ยวธรรมชาติและ การผจญภัย เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ที่เป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีรายได้ปานกลาง อยู่ในวัยที่แข็งแรง ชื่นชมนิยมชอบในการค้นหา แข่งขัน และท้าทาย ควบคู่ไปกับธรรมชาติที่สวยงามน่าค้นหา ให้ได้มาซึ่ง ความภาคภูมิใจที่ได้เป็นผู้พิชิตและสัมผัสสักครั้ง ดังนั้น การท่องเที่ยวธรรมชาติและ การผจญภัยใน จังหวัดปราจีนบุรีจึงเป็นเป้าหมายหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัยในจังหวัดปราจีนบุรีของนักท่องเที่ยวไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัยในจังหวัดปราจีนบุรี

ขอบเขตของงานวิจัย

1. มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัย ของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน
2. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ทำวิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในระยะเวลา 1 เดือน
3. เครื่องมือในการวิจัยได้อาศัยข้อมูลจากแหล่งที่สำคัญ คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์
4. วิธีเก็บข้อมูล
 - 4.1 ใช้แบบสอบถาม คอบด้วยตนเอง โดยใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 5-10 นาที
 - 4.2 ใช้แบบสอบถาม โดยนักท่องเที่ยวกรอกข้อมูล ตอบคำถาม

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย การศึกษา สถานภาพ
2. ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว
3. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. เพศที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัยจังหวัดปราจีนบุรี
2. อายุที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัยจังหวัดปราจีนบุรี

3. อาชีพที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว
ธรรมชาติและผจญภัยจังหวัดปราจีนบุรี

4. รายได้ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัยจังหวัดปราจีนบุรี

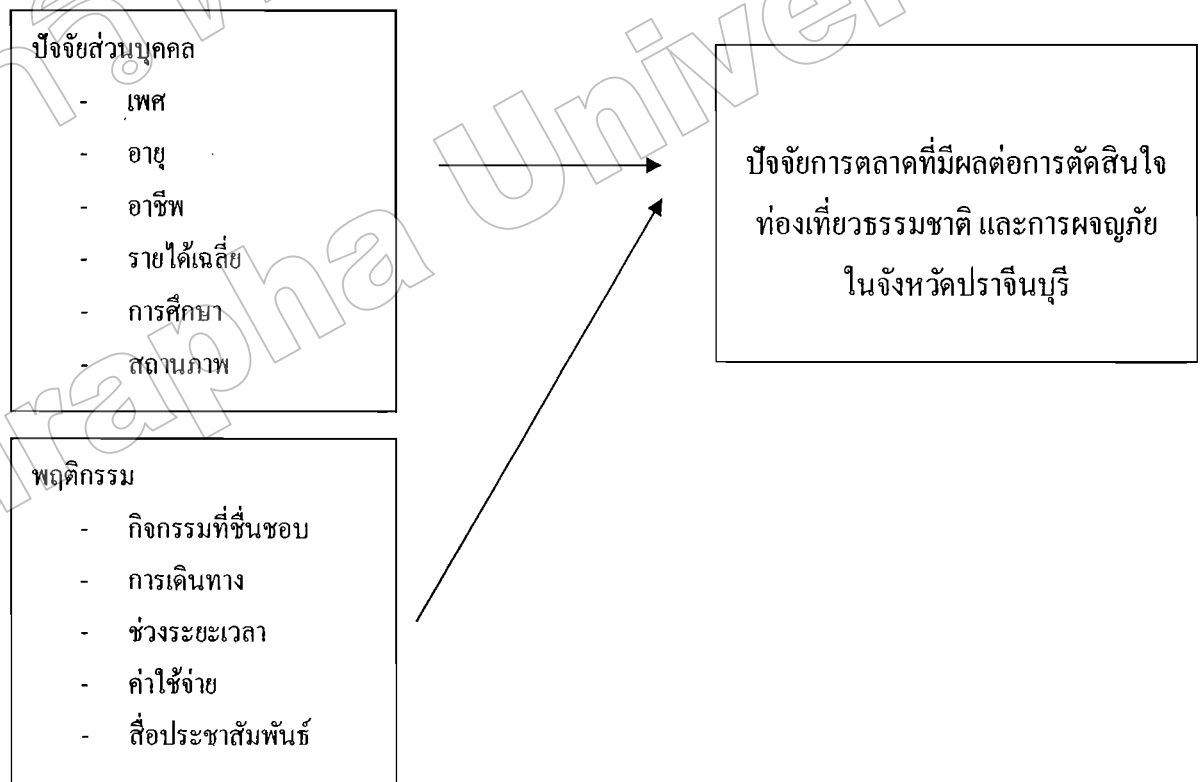
5. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัยจังหวัดปราจีนบุรี

6. สถานภาพที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัยจังหวัดปราจีนบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น เพื่อค้นหาความรู้

การท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ผู้พำนักอาศัยที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศและเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

การท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัย หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ และการค้นหา ค้นคว้า การผจญภัย ท้าทายความสามารถ

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปพักค้างยังอีกสถานที่หนึ่ง เพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ โดยไม่มีรายได้และค่าตอบแทนในการไปเยือนสถานที่นั้น ด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อื่นมิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ และเยี่ยมญาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง เหตุจูงใจที่ทำให้เกิด การตัดสินใจท่องเที่ยว โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสักระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวในการวิจัยครั้งนี้แบ่งสักระตุ้นออกเป็น ส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย การบริการ เช่น ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ คุณภาพ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ เช่นการออกกระบบเครือข่าย การจองที่สะดวก รวมไปถึงการส่งเสริมการขายอย่างแพร่หลาย ของสถานที่ท่องเที่ยว

การตลาดท่องเที่ยว หมายถึง การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว นั้น จะต้องมีการตลาดท่องเที่ยวเพื่อชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดท่องเที่ยวหมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนแล้ว ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

ทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือน