ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

ชลกร ศรีใหม่

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2559

FACTORS THAT AFFECT THE SATISFACTION OF THAI TOURISTS TRAVELING TO JAPAN

Chollakone Srimai

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Business Administration Program

in Japanese Business Administration

Graduate School

Thai-Nichi Institute of Technology

Academic Year 2016

หัวข้อสารนิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น
โดย	ชลกร ศรีใหม่
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจญี่ปุ่น
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้นับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วุฒิ สุขเจริญ)

..... กรรมการ

(ดร. นฤตย์รำภา ทรัพย์ไพบูลย์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์)

ชลกร ศรีใหม่ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น. อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์, 98 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ1.เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวญี่ปุ่น 2. เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่น 3. เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดกิจกรรมหรือรูปแบบการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นให้ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามแบบกระดาษและออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม

ผลการทดสอบพบว่า 1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่สนใจรูปแบบการท่องเที่ยวแบบซื้อของและเยี่ยมชมสถานที่ประวัติศาสตร์ วัด ศาลเจ้า ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเตอร์เน็ตมากสุด ระยะเวลาท่องเที่ยว 4-6 วัน เดินทางพร้อมญาติหรือครอบครัว มีงบค่าใช้จ่ายที่พักแบบโรงแรม คืนละ1,500-3,500 บาท งบใช้จ่ายต่อการไปญี่ปุ่นทั้งหมด 30,000-50,000 บาท สนใจเดินทางช่วงฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม-พฤษภาคม) รับประทานอาหารแบบท้องถิ่น สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภทขนม อาหาร ผลไม้ ส่วนใหญ่คิดว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ ค่าใช้จ่ายสูงและอุปสรรคทางภาษา 2. ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว พบว่า ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านแคมเปญพิเศษ ด้านการต้อนรับ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านจุดหมายปลายทาง ด้านคุณภาพด้านการบริการ ด้านภูมิศาสตร์กายภาพ ด้านความผูกพันต่อสถานที่และด้านเอกลักษณ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 3. การจัดกิจกรรมหรือรูปแบบการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น จัดแพคเกจภายในงบประมาณ 50,000 บาทต่อครั้ง ระยะเวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 6 วัน ราคา ไม่เกิน 50,000 บาท สถานที่พักเป็นโรงแรม จัดการท่องเที่ยว ไปในแหล่งที่มีขนม อาหารและผลไม้และรับประทานอาหารอาหารพื้นเมือง

บัณฑิตวิทยาลัย ลายมือชื่อนักศึกษา .....
สาขาวิชา บริหารธุรกิจญี่ปุ่น ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....
ปีการศึกษา 2559

CHOLLAKONE SRIMAI : FACTORS THAT AFFECT THE SATISFACTION OF THAI TOURISTS TRAVELING TO JAPAN. ADVISOR : DR. BOONYADA NASOMBOON, 98 PP.

The purposes of this research are to 1. Investigate the travelling behaviors of Thai tourists traveling to Japan 2. Study the supporting factors of tourist attraction that affect the satisfaction of Thai tourists travelling to Japan, and 3. Improve Japan's tourism in order to fulfill the needs of Thai tourists more effectively. The number of the samples is 400 people. The data collection method used is a questionnaire survey in both online and paper based. The data analysis methods used are Frequency, Percentage, Mean, Standard deviation, and One sample t-test.

The research results show that 1. In the aspect travelling behavior, it is found that Thai tourists are interested in shopping and visiting historical spots, such as temples and shrines; get the travelling information from the internet; spend 4-6 days per trip; travel with family and relatives; set the budget of 1,500-3,000 THB for hotel per night, set the budget of 30,000 – 50,000 THB for the whole trip; interested in travelling in spring (March-May); interested in local food, food products, and fruits. Most of Thai tourists think that the major obstacle in travelling to Japan is language. 2. In the aspect of supporting factors of tourist attraction, it is found that the factors of local culture, the special campaign, the hospitality, the infrastructure, the destination, the quality of the services, the physiographic geography, the place attachment, and the uniqueness affect the satisfaction of Thai tourists in a high level at the significant level of 0.01. 3. In the aspect of improving Japan's tourism in order to fulfill the needs of Thai tourists more effectively, the package should have following characteristics: the budget should be 50,000 THB for the whole trip of 6 days or less; the accommodation should be hotel, the travelling destination should be rich in food, and the local food should be offered.

Graduate School Student's Signature……

Field of Study Business Japanese Advisor's Signature……

Academic Year 2016

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รังสรรค์ เลิศในสัตย์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รวมถึง คณะอาจารย์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร ธุรกิจญี่ปุ่นทุกท่าน ที่ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจตราแก้ไขเนื้อหา และเสียสละเวลา จนสารนิพนธ์นี้เสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ รวมทั้ง กรรมการสอบสารนิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงงานวิจัย ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านต่างๆ เหล่านี้เป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถาม ตลอดจนบิดามารดาและเพื่อนๆ ที่ให้กำลังใจในการทำสารนิพนธ์ด้วยดีเสมอมา จึงทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี สุดท้ายนี้ทางผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับท่านที่สนใจเพื่อนำไปใช้ในการประกอบความรู้ในอนาคต หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยจึงขออภัยเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ชลกร ศรีใหม่

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ
สารบัญ ..... ช
สารบัญตาราง ..... ฌ
สารบัญรูป ..... ฎ

บทที่

1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย 4
สมมติฐานของการวิจัย 4
ขอบเขตของการวิจัย 4
ตัวแปรที่ศึกษา 5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5
กรอบแนวคิดในการวิจัย 6
นิยามศัพท์เฉพาะ 6

2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 8
แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำ 13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ 14
ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น 16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 18

3 วิธีดำเนินการวิจัย 24
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 24
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 25
การเก็บรวบรวมข้อมูล 29

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	การวิเคราะห์ข้อมูล	30
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	30
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	31
	สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	32
	ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
	ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
	ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น	49
	ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ	60
	ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง	60
	ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน	62
5	บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	66
	สรุปผลการวิจัย	66
	อภิปรายผลการวิจัย	72
	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	73
บรรณานุกรม		74
ภาคผนวก		80
	ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	81
	ภาคผนวก ข. ผลการตรวจคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	91
ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์		98

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	10
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	32
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	33
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ	33
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	34
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	34
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่พักอาศัย	35
9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ	36
10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางไปท่องเที่ยว ในประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุด	37
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยว ต่างประเทศ	38
12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบแพ็คเกจการเดินทาง	39
13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะเดินทางไปท่องเที่ยว ต่างประเทศ	39
14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการทราบข้อมูลการท่องเที่ยว	40
15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันเฉลี่ยที่สามารถเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ในแต่ละครั้ง	41
16	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามงบประมาณในการใช้จ่าย ด้านที่พัก	41
17	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามงบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ (Shopping)	42
18	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้ง ในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น	43
19	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ฤดู/เดือน ที่คิดว่าน่าท่องเที่ยว ที่สุดในญี่ปุ่น	44
20	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ความสนใจในสถานที่พัก ขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกรูปแบบอาหารที่สนใจขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น 46
22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ประเภทสินค้าญี่ปุ่นที่ชื่นชอบ 47
23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น 48
24 ระดับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น 49
25 ระดับปัจจัยด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว 50
26 ระดับปัจจัยด้านแคมเปญพิเศษ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว 51
27 ระดับปัจจัยด้านการต้อนรับที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว 52
28 ระดับปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว..... 53
29 ระดับปัจจัยด้านจุดหมายปลายทางที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว..... 54
30 ระดับปัจจัยด้านการเดินทางที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว 55
31 ระดับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว 56
32 ระดับปัจจัยด้านภูมิศาสตร์กายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว 57
33 ระดับปัจจัยด้านความผูกพันต่อสถานที่ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว..... 58
34 ระดับปัจจัยด้านเอกลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว 59
35 ระดับความพึงพอใจ..... 60
36 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางในอีก 2 ปีข้างหน้า..... 61
37 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้สึกต่อประสบการณ์ไปเยือนประเทศญี่ปุ่น..... 61
38 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแนะนำประเทศญี่ปุ่นให้ผู้อื่นต่อ..... 62
39 การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว 63

สารบัญรูป

รูป		หน้า
1	นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น 5 อันดับแรก	2
2	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น	3
3	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ค้างคืนในประเทศญี่ปุ่น แยกตามภูมิภาค	3
4	กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
5	แผนที่ประเทศญี่ปุ่น	16

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY TNI

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

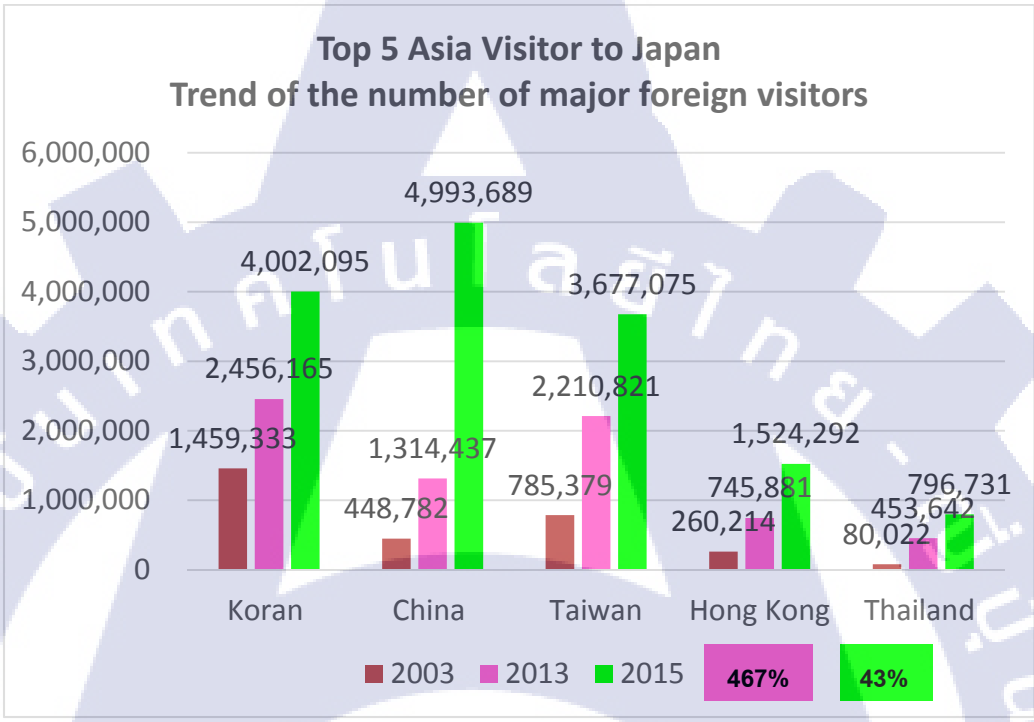
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม ต่อประเทศญี่ปุ่น โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) นับได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกลไกกระตุ้นเศรษฐกิจ ของประเทศและเป็นเสาหลักสำคัญของยุทธศาสตร์การเติบโตของเศรษฐกิจญี่ปุ่น ที่จะพลิกพื้นเศรษฐกิจให้ขยายตัว ทดแทนรายได้ที่ชะลอตัว ด้วยเหตุนี้รัฐบาลญี่ปุ่น จึงกระตุ้นการท่องเที่ยวด้วยการออกแคมเปญเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

ในปี 2011 รัฐบาลภายใต้การนำของนายกรัฐมลตรี ชินโซ อาเบะ ได้ใช้มาตรการผ่อนปรนวีซ่าสำหรับภูมิภาค เอเชีย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน หลั่งไหล่เข้ามาประเทศญี่ปุ่นมากขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง ผลลัพธ์ของมาตรการดังกล่าวช่วยแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่ชะลอตัวของญี่ปุ่น จากมาตรการดังกล่าวทำให้ญี่ปุ่นตั้งเป้ากระตุ้นการมาเยือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากเดิม 20 ล้านคนเป็น 40 ล้านคน ภายในปี 2020 ซึ่งประเทศญี่ปุ่นได้รับมอบเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาโอลิมปิค ภายใต้แคมเปญ Omotenashi โดยหากทำได้ตามเป้าหมาย รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2020 จะสูงถึง 8 ล้านล้านเยน หรือประมาณ 71,400 ล้านดอลล่าห์สหรัฐ ซึ่งหากเป็นไปตามเป้าหมายดังกล่าว ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของประเทศญี่ปุ่น จะขยายตัวถึง 600 ล้านล้านเยน

จากรายงานขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น (JNTO) พบว่า ในปี 2015 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปญี่ปุ่น จำนวน 19.73 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2014 ร้อยละ 47.1 ซึ่งนับได้ว่าญี่ปุ่น บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้เร็ว กว่าที่กำหนด ปัจจัยสำคัญของการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในภาพรวม ของปี 2015 ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งมีจำนวน 4,993,689 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2014 ร้อยละ 107.3 ทำให้นักท่องเที่ยวจีน กลายเป็นนักท่องเที่ยวอันดับ 1 ของญี่ปุ่น ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ไทย, สิงคโปร์, มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์ ได้เพิ่มขึ้นจาก การอ่อนตัวลงของค่าเงินเยนอย่างต่อเนื่อง การผ่อนปรนเงื่อนไขการตรวจลงตราและมาตรการยกเว้นภาษีให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

ในปี 2015 จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย 5 อันดับแรกของประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ จีน 4,993,689 คน, เกาหลีใต้ 4,002,095 คน, ใต้ไหวัน 3,677,075 คน, ฮ่องกง 1,524,292 คน และไทย 796,731 คนเมื่อเปรียบเทียบระหว่าง ปี 2013-2015 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด จาก 1,314,437 คน เป็น 4,993,689 คน เพิ่มขึ้นสูงถึง

ร้อยละ 467 หรือ 4 เท่าตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยว จากประเทศไทย มีอัตราการเติบโตน้อยที่สุด ร้อยละ 43 ซึ่งนับได้ว่านักท่องเที่ยว 5 อันดับนี้มีอัตราแนวโน้มการเติบโตสูง และจัดเป็นกลุ่มเป้าหมายที่รัฐบาลญี่ปุ่น ควรสนับสนุนและผลักดันให้เกิดการมาเยือนซ้ำอันจะนำรายได้เข้าสู่ประเทศได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (ดังรูปที่ 1)



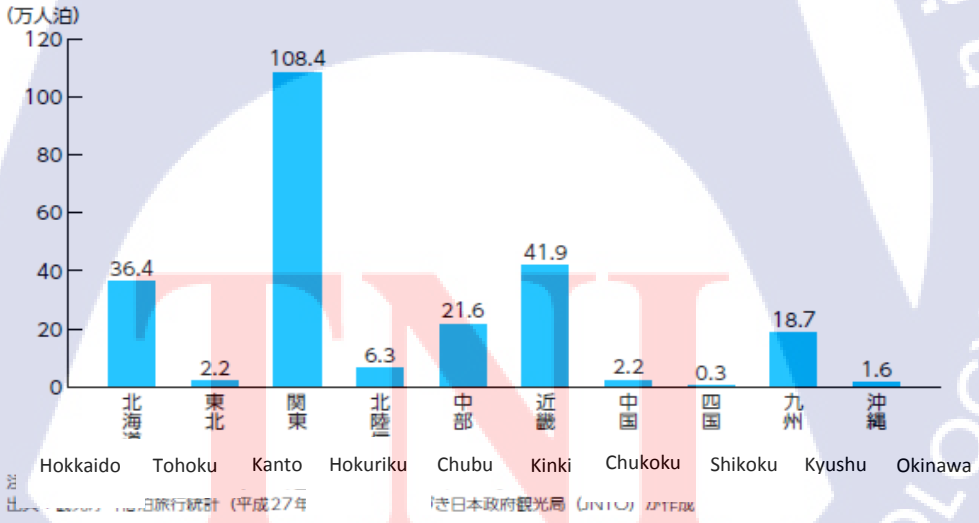
รูปที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น 5 อันดับแรก

ที่มา : TNI-CBRS. (2015). **The Contribution of Tourism Industry to National Employment and Income : Japan and Thailand Inbound-Outbound Relationship.** p. 16.

จากมาตรการยกเลิกวีซ่า นักท่องเที่ยวไทยที่เข้ามาประเทศญี่ปุ่น นับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2013 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดในปี 2015 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยอยู่ที่ 796,731 คน (ดังรูปที่ 3) จากการจัดอันดับขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวญี่ปุ่น พบว่าภูมิภาคที่คนไทยไปท่องเที่ยวและค้างคืนมากที่สุด อันดับ 1 คือ ภูมิภาค คันโต รองลงมาอันดับ 2 คือ ภูมิภาค คินคิ (คันไซ) อันดับ 3 ฮกไกโด อันดับ 4 ภูมิภาค ชูบุ อันดับ 5 ภูมิภาค คิวชู ตามลำดับ

รูปที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

ที่มา : Japan National Tourism Organization. (2017). **JNTO Japan Travel Data Handbook 2016 (20 Markets Around the World).** Online.



รูปที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ค้างคืนในประเทศญี่ปุ่น แยกตามภูมิภาค

ที่มา : Japan National Tourism Organization. (2017). **JNTO Japan Travel Data Handbook 2016 (20 Markets Around the World).** Online.

จากข้อมูลดังกล่าวทั้งหมด จึงได้ข้อสรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยยังให้ความสนใจในภูมิภาคอื่นๆ น้อย และพึงพอใจกับการท่องเที่ยวในบางภูมิภาคเท่านั้น ดังรูปที่ 3 และเปรียบเทียบกับปริมาณการเพิ่มจำนวนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย (อ้างอิงรูปที่ 2) เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยสู่จุดหมายปลายทางต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นอย่างทั่วถึง การศึกษาในครั้งนี้ จึงมุ่งพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน ที่กระตุ้นความต้องการมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้เกิดความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทย อันจะนำมาซึ่งความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศญี่ปุ่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่น
3. เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดกิจกรรมหรือรูปแบบการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นให้ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้น

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร (Population) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นทั้งแบบเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือไปกับบริษัทท่องเที่ยว โดยวิธีการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามแบบออนไลน์และแบบกระดาษโดยการแจกแบบสอบถาม (Check Sheet) และแบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน

2. ขอบเขตด้านเวลา

ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผ่านแบบสอบถามแบบออนไลน์และแบบกระดาษ ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2559 - 28 กุมภาพันธ์ 2560 รวมใช้เวลา 3 เดือน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย รูปแบบการท่องเที่ยว ปีที่เดินทาง วิธีเดินทาง แพ็คเกจการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว จำนวนวันในการท่องเที่ยว งบค่าใช้จ่ายด้านที่พัก งบค่าใช้จ่ายด้านซื้อของ งบค่าใช้จ่ายรวม ฤดูท่องเที่ยวที่สนใจ ลักษณะสถานที่พัก รูปแบบอาหาร สินค้าญี่ปุ่นที่สนใจ อุปสรรคในการท่องเที่ยว

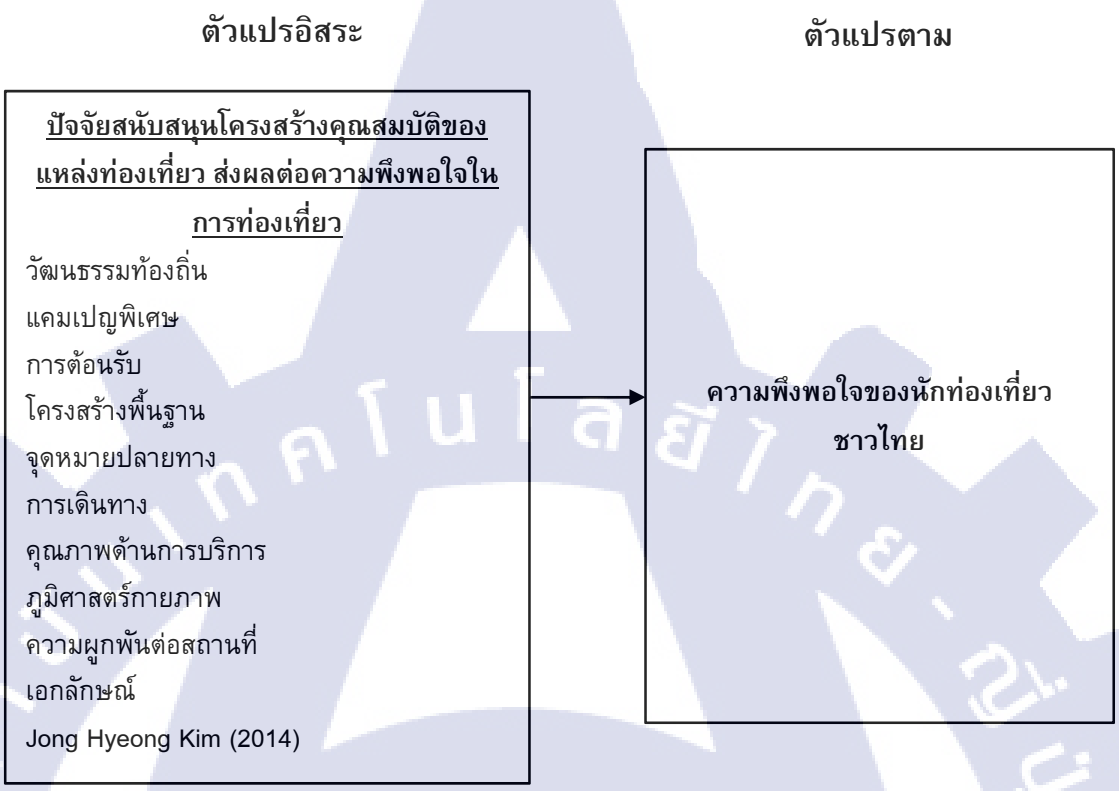
2. ปัจจัยที่ด้าน วัฒนธรรมท้องถิ่น แคมเปญพิเศษ การต้อนรับ โครงสร้างพื้นฐาน จุดหมายปลายทาง การเดินทาง คุณภาพการบริการ ภูมิศาสตร์กายภาพ ความผูกพันต่อสถานที่ เอกลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวญี่ปุ่น
2. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เป็นแนวทางส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. เป็นแนวทางให้บริษัททท่องเที่ยวในประเทศไทย นำไปพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **พฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง การแสดงออกด้านการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลซึ่งนำมาในด้านการตัดสินใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2. **การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางเพื่อความสนุกสนาน บันเทิงเริงใจ หรือพักผ่อน

3. **ความพึงพอใจ (Satisfaction)** หมายถึง ความรู้สึกดี รู้สึกชอบ ทัศนคติดี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

4. **นักท่องเที่ยวชาวไทย** หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

5. **ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง ปัจจัยทั้ง 10 ปัจจัย ที่ประกอบไปด้วย วัฒนธรรมท้องถิ่น แคมเปญพิเศษ การต้อนรับ โครงสร้างพื้นฐาน จุดหมายปลายทาง การเดินทาง คุณภาพด้านการบริการ ภูมิศาสตร์กายภาพ ความผูกพันต่อสถานที่ และเอกลักษณ์

6. **จุดหมายปลายทาง** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

7. **แคมเปญพิเศษ** หมายถึง กิจกรรมพิเศษหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะช่วงเวลาหนึ่ง

8. **โครงสร้างพื้นฐาน** หมายถึง ป้ายสัญลักษณ์ การจัดเตรียมข้อมูลหรือของต่างๆ รองรับผู้มาเยือน

9. **คุณภาพด้านการบริการ** หมายถึง การบริการให้เกิดความประทับใจที่ดีต่อผู้มาเยือน

10. **ภูมิศาสตร์กายภาพ** หมายถึง ลักษณะทางภูมิศาสตร์ทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว

11. **เอกลักษณ์** หมายถึง อาคาร สิ่งก่อสร้าง หรืออาหาร ที่มีลักษณะโดดเด่นไม่ซ้ำใคร

บทที่ 2
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และจัดทำรูปแบบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการสำหรับคนไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยครอบคลุมเนื้อหาตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ให้ความหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้สรุปว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามเพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน จะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

<u>องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้น มี 7 ประการสำคัญ</u> คือ

1) เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆพฤติกรรม จะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เกียรยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดังเดิม

2) ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มรักการผจญภัย ล่องแก่ง ต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจจึงจะสามารถทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3) สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการณ์ เช่น ท่องเที่ยวตามเกาะ ควรทำในช่วงฤดูร้อน ท้องฟ้าแจ่มใสไม่มีพายุฝน

4) การแปลความหมาย หมายถึงวิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุดในสถานกาณ์หนึ่งๆ เช่นเวลาเที่ยง ควรเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5) การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกแล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางในวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

6) ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรือตรงกันข้ามกับความคาดหวัง เช่น ไปถึงสนามบินแล้วเครื่องบินมาล่าช้าเนื่องจากสภาพอากาศไม่ดี

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องเลือกหาวิธีใหม่ๆมาตอบสนองความต้องการ หรือล้มเลิกความต้องการ เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่นเกิดเหตุแผ่นดินไหว ที่เมืองที่ตั้งใจเดินทางไป จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทางหรือเปลี่ยนเส้นทางอื่นที่ปลอดภัยกว่า

1. ทฤษฎีพฤติกรรมเกี่ยวกับผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจ

ผู้บริโภคแต่ละคนมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหา หรือวิจัยพฤติกรรมการบริโภคว่าก่อนหรือหลังการใช้บริการเป็นอย่างไร โดยที่พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นจะก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

ก่อกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2550) กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ว่ากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคนว่าจะทำการซื้อสินค้าและบริการอะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร บ่อยแค่ไหน ซื้อจากใคร จึงจะเหมาะสมและสร้างความพอใจในการซื้อให้แก่ตนมากที่สุด ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีทัศนคติหรือส่งจูงใจของตนเองแตกต่างกันไปตามแนวคิดของตน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ได้อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา คิด ซื้อ และใช้ การประเมินผลในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

2. ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzin Consumer Behavior)

ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาลักษณะความต้องการและการวิจัยพฤติกรรมในการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อผลทางการตลาดต่อการสนองผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ และได้เป็นเป้าหมายของการตลาด และเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค สามารถนำคำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาด(Marketing Strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมคำตอบเพื่อการค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6WS, 1H ประกอบด้วย Who What Why Who When Where และ How เพื่อค้นหาคำตอบ 70s Occupants Objects Objective Organizations Occassions Outlets และ Operations สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws และ 1H)	**คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)**	**กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง**
ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the Target Market)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ประกอบด้วยทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและสามารถสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the Consumer Buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน (Competitive Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบ บริการ คุณภาพ ลักษณะ นวัตกรรม 3. ผลิตภัณฑ์ควบ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	**คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)**	**กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง**
		4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทาง การแข่งขัน (Competitive Differentiation)
ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why Does the Consumer Buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่ต้องมีอิทธิพลตพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายใน 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย กลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participates in the Buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 1. ผู้เริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การโฆษณาและ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดโดยใช้กลุ่มอิทธิพล

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	**คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)**	**กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง**
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When Does the Consumer Buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือนช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากก็คือ กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where Does the Consumer Buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของชำ ซุปเปอร์มาร์เก็ต ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายบริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร กำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How Does the Consumer Buy?)	ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Operation)	การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลการตัดสินใจซื้อ และความรู้หลังการซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2550). **การวิจัยธุรกิจ.** หน้า 48.

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

วัฒนชัย ชูมาก (2544) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแตกต่างกันมีหลายปัจจัยคือ อายุ รายได้ เพศ และการศึกษา ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. อายุ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโปรแกรมท่องเที่ยวต่างกัน กลุ่มเกษียณอายุ หรือ กลุ่มสูงอายุ จะมีอำนาจซื้อที่ดีมีพฤติกรรมการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความสะดวกสบายและการเดินทางที่สะดวกรวดเร็ว เช่น เลือกรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเน้น

การพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงง่าย ที่พักแรม อาหาร ครบครัน เป็นต้น ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย มักเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งที่ผจญภัย และเลือกการท่องเที่ยวที่เพิ่มประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับชีวิต

2. รายได้ ความมั่นคงทางการเงินและอำนาจการซื้อ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อรายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอที่จะใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวมากขึ้น หรืออาจจะสรุปได้ว่า เมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สัดส่วนของการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย แต่ถ้ารายจ่ายมากกว่ารายรับก็จะทำให้ผู้ซื้อมีการตัดสินใจที่เข้มงวดมากขึ้น

3. เพศ พฤติกรรมในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไม่มากนักระหว่างเพศชายและเพศหญิง ในการท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อน หลีกหนีความวุ่นวายในชีวิตประจำวันและต้องการประสบการณ์ใหม่ ส่วนในด้านที่แตกต่างคือ เพศหญิงชอบซื้อของที่ระลึกและเน้นความปลอดภัย ส่วนเพศชายนิยมการเดินทางแบบผจญภัยและชอบการออกกำลังกาย

4. การศึกษา บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงมีโอกาสที่จะเดินทางหรือซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากกว่าผู้มีการศึกษาต่ำและจะนิยมการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้จากการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านรายได้ เพราะระดับการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้โอกาสประกอบอาชีพที่สร้างรายได้มากขึ้น ส่วนคนที่มีระดับการศึกษาน้อยมักจะมองว่าการท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่จะได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน

แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำ

จอง ฮยอล คิม (Jong Hyeon Kim. 2014) ได้ศึกษาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยวว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จอย่างมากในตลาดการแข่งขันทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสนับสนุนผู้ดูแลพื้นที่การท่องเที่ยว และได้พัฒนาเครื่องมือเพื่อใช้ในแหล่งท่องเที่ยว กระบวนการพัฒนาในพื้นที่ประกอบด้วยกระบวนการที่สำคัญ 10 ประการที่สนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีผลต่อประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจาของนักท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จากกระบวนการทั้ง 10 ที่ประกอบด้วย

1. โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว(Infrastructure) ได้แก่ การออกแบบสาธารณูปโภค, ความมีมาตรฐาน, สัญลักษณ์, แหล่งข้อมูล

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง, การใช้เวลาในการเดินทาง,ความลำบากในการเข้าถึงสถานที่

3. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Cultural/History) ได้แก่ ได้สัมผัสประสบการณ์,เรียนรู้ประวัติศาสตร์,สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น

4. ลักษณะทางภูมิศาสตร์ (Physiography) ได้แก่ ระบบนิเวศ, การอนุรักษ์พื้นที่ป่าสงวน, การพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว

5. กิจกรรมและเทศกาล (Activities and Event) ได้แก่ โอกาสเข้าร่วม, กิจกรรมพิเศษ, เหตุการณ์พิเศษ, เทศกาลและเหตุการณ์ที่สนใจ

6. การจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) ได้แก่ การจราจร, สภาพแวดล้อม, กลิ่นที่ไม่พึงประสงค์, ความปลอดภัย

7. คุณภาพการให้บริการ (Quality of Service) ได้แก่ ความสุภาพและเป็นมิตร, ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี, การบริการสร้างความประทับใจ

8. การต้อนรับ (Hospitality) ได้แก่ ความเป็นมิตรไมตรี, การให้ความช่วยเหลือ, ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว

9. ความผู้พันในแหล่งท่องเที่ยว (Place Attachment) ได้แก่ ความเป็นชาตินิยม, การสร้างสายใยความผูกพัน, สถานที่น่าสนใจมากมาย

10. โครงสร้างสิ่งอานวยความสะดวก (Superstructure) ได้แก่ เอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถาปัตยกรรม, เอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหาร, สิ่งก่อสร้างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและยังอธิบายว่าความเป็นมิตร ความช่วยเหลือเกื้อกูลและความเต็มอกเต็มใจต้อนรับนักท่องเที่ยวส่งผลต่อประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1. ความหมายของความพึงพอใจ

มนตรี ปราบสูงเนิน (2551) ได้สรุปความพึงพอใจว่าความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีความรู้สึกทางบวกมากขึ้นก็จะก่อให้ความพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรม โวลแมน; และเบนจามิน บี (Wolman; and Benjamin B. 1973 : 392) ได้ให้คำจำกัดความว่าเป็นสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอิ่มเอมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

สมบัติ พุทธประสิทธิ (2550) กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลทีมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือปัจจัยหนึ่งปัจจัยใด โดยจะเกิดขึนก็ต่อเมื่อสิ่งนั้น ๆ หรือ ปัจจัยนันๆ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลนั้นได้ แต่ความพึงพอใจของแต่บุคคลย่อมมี ความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่เคยได้รับ

สายจิตร สุขสงวน (2546) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ถ้าเมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวกแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกผิดหวังไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

อรรถพร คำคม (2546) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้นๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้นๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

จากที่กล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคล ที่สามารถทำให้เกิดไปในทางบวก หรือลบได้ ซึ่งเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามความต้องการนั้นๆ

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

คอตเลอร์; และอาร์มสตรอง (Kotler; and Armstrong. 2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับดัน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory Motivation)

เอ. เอช. มาสโลว์ (A. H. Maslow. 1970) ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1. ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

5. ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จบุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

<u>ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์</u>

เอส. เอ็ม. ฟรอยด์ (S. M. Freud. 1964) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกจริตอย่างมาก

ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น

รูปที่ 5 แผนที่ประเทศญี่ปุ่น

ที่มา : Japan National Tourism Organization. (2017). **JNTO Japan Travel Data Handbook 2016 (20 Markets Around the World).** Online.

ประเทศญี่ปุ่นตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือระหว่างมหาสมุทรแปซิฟิกเหนือและทะเลญี่ปุ่น พื้นที่ของญี่ปุ่นคิดเป็น 377,873 ตารางกิโลเมตร ประเทศญี่ปุ่นประกอบด้วยเกาะหลัก 4 เกาะ และล้อมรอบด้วยเกาะเล็กเกาะน้อยกว่า 4,000 เกาะ

ฮอกไกโด (เกาะทางเหนือ) 83,457 ตารางกิโลเมตร

ฮอนชู (เกาะหลัก) 231,121 ตารางกิโลเมตร

ชิโกคุ (เกาะที่เล็กที่สุดในบรรดาเกาะหลัก) 18,793 ตารางกิโลเมตร

คิวชู (เกาะทางใต้) 42,194 ตารางกิโลเมตร

ภูมิประเทศ

ญี่ปุ่น มีพื้นที่ 377,835 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ทางตะวันออกสุดของโลก จึงเป็นที่มาของชื่อ "ดินแดนอาทิตย์อุทัย” หมู่เกาะที่ทอดตัวยาวมีลักษณะเหมือนพระจันทร์เสี้ยว ประกอบด้วย 4 เกาะใหญ่ ได้แก่ ฮอกไกโด ฮอนชู ชิโกกุ คิวชู และมีเกาะใหญ่น้อยอีกกว่า 6,800 เกาะ ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขา มีพื้นที่ราบเพียงร้อยละ 25 เท่านั้น มีจังหวัดต่างๆ ทั้งหมด 47 จังหวัด (Prefecture) แบ่งเป็นเมืองต่างๆ รวมทั้งหมดมากกว่า 650 เมือง โดยมีโตเกียวเป็นเมืองหลวงของประเทศมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2411 ญี่ปุ่นมีขนาดเล็กกว่าไทยประมาณ 0.7 เท่า แต่มีประชากรมากกว่าประมาณ 2 เท่า

ภูมิอากาศและฤดูกาล

ภูมิอากาศในแต่ละท้อง ถิ่นจะแตกต่างกันออกไป เนื่องจากลักษณะพื้นที่ของประเทศที่ทอดตัวเป็นแนวยาว ทางเหนือ คือ เกาะฮอกไกโด มีอากาศหนาวจัดเกือบทั้งปี มีหิมะตกหนักในฤดูหนาว ในขณะที่ทางใต้ คือคิวชูและโอกินาวาจะมีสภาพอากาศแบบเมืองร้อน และฝนตกชุกในฤดูฝน

ญี่ปุ่นมี 4 ฤดูกาล คือ

ฤดูใบไม้ผลิ อยู่ระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม เป็นฤดูที่สวยงาม ดอกไม้บานสะพรั่ง คนญี่ปุ่นถือว่าเป็นฤดูแห่งการเริ่มต้นของสิ่งต่างๆ และเป็นช่วงเปิดเทอม ช่วงปลายเดือนเมษายน-ต้นเดือนพฤษภาคม (29 เมษายน ถึง 5 พฤษภาคม) เป็นช่วง Golden Week ของชาวญี่ปุ่นที่จะได้หยุดพักผ่อนติดต่อกันเป็นเวลาหลายวัน

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน-สิงหาคม ช่วงต้นฤดูร้อนจะมีฝนตกแทบทุกวัน ประมาณ 3-4 สัปดาห์ ช่วงกลางเดือนกรกฎาคมอากาศร้อนชื้น และเป็นช่วงของการปิดภาคเรียนฤดูร้อน กิจกรรมที่นิยมกันมากที่สุดคือ การพักผ่อนตามชายหาด อาบแดด และแคมปิ้ง ในช่วงนี้ชาวญี่ปุ่นนิยมส่งการ์ดถึงกันและกันเพื่อถามเกี่ยวกับสิ่งที่เกิด ขึ้นในฤดูนี้ ซึ่งการ์ดนี้เรียกว่า Shochu Mimai

ฤดูใบไม้ร่วง เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน-พฤศจิกายน เป็นฤดูที่แสนโรแมนติก ใบไม้สีเขียวสีแดงค่อยๆ ร่วงหล่นในบริเวณทั่วไป และฤดูนี้ยังเป็นช่วงชองการแข่งกีฬาระหว่างโรงเรียนอีกด้วย ในฤดูนี้จะมี 1 วัน ที่พระอาทิตย์ส่องแสงยาวนานที่สุด ซึ่งเรียกว่า Geshi

ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ในช่วงนี้ภูมิภาคทางเหนืออย่างฮอกไกโด โตโฮกุ อากาศจะหนาวเย็นมากและมีหิมะตกหนัก แต่ในฤดูนี้มีเทศกาลที่มีความสำคัญที่สุดคือ ปีใหม่ คนในครอบครัวจะฉลองกันด้วย “บะหมี่ข้ามปี” หรือที่เรียกว่า Toshikoshi soba (ถือกันว่าบะหมี่นี้แทนความมีอายุยืน เพราะมีลักษณะเป็นเส้นยาว) และรอคอยฟังเสียงระฆังต้อนรับปีใหม่ ผู้ที่ตีระฆังนี้คือ พระและจะตีทั้งหมด 108 ครั้ง เพราะคนญี่ปุ่นเชื่อว่า คนเราจะมีสิ่งไม่ดีอยู่ 108 อย่าง โดยเริ่มนับถอยหลังไปเรื่อยๆ เมื่อตีครบจำนวนจะเท่ากับว่า เราจะได้เริ่มต้นชีวิตใหม่กับสิ่งที่ดีๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

นพวรรณ พรมเพ็ญ (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเภทต่างๆ ของจังหวัดสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยมีจุดประสงค์ในการเดินทางที่ต่างกันออกไปและมีความสนใจแตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 1. นักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายทางวัฒนธรรม ส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว จะเดินทางมาเช้าเย็นกลับ สถานที่ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ อุทยานประวัติศาสตร์กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำระหว่างท่องเที่ยวคือ ชมวิวทิวทัศน์ และนิยมซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทผ้า แรงจูงใจในด้านกายภาพส่งผลให้นักท่องเที่ยวออกมาเดินทางมากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งในด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยผลักดันที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางมากที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคมและปัจจัยดึงดูดส่งผลให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางมากที่สุดคือ สถานที่ท่องเที่ยว 2. นักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรม ส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว เดินทางมาเช้าเย็นกลับ โดยสถานที่ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ อุทยานประวัติศาสตร์ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำ คือ ถ่ายรูป นิยมซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทของตกแต่ง แรงจูงในในด้านวัฒนธรรมจะส่งผลให้นักท่องเทียวออกเดินทางมากที่สุด นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งในด้านสิ่งดึงดูดใจ ความชื่นชอบในวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นปัจจัยผลักดันในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด และสถานที่ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด 3. นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้คาดหวังแต่ได้รับประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน มีการพักค้างคืน 1 คืน สถานที่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ อุทยานประวัติศาสตร์ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำระหว่างท่องเที่ยว คือ ถ่ายรูป นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ชอบซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทผ้า ของตกแต่ง และของโบราณ แรงจูงใจในด้านกายภาพมีความสำคัญมากที่สุด นักท่องเที่ยวที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติในด้านการคมนาคม ความชื่น

ชอบในวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดสุโขทัยเป็นปัจจัยผลักดันในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด และกิจกรรมในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด 4. นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบางครั้งคราว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว มีการพักแรม 1-2 คืน สถานที่ที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำระหว่างเดินทาง คือ ถ่ายรูป และ ไหว้พระ นิยมซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทผ้า ของโบราณ ของตกแต่ง นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในด้านกายภาพมีความสำคัญมากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยสะดวกขั้นพื้นฐานเป็นปัจจัยผลักดันในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด และสถานที่ท่องเที่ยวเป็ นปัจจัยดึงดูดในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด 5. นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบังเอิญ ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว เดินทางมาเช้าเย็นกลับ สถานที่ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบทำระหว่างเดินทาง คือ ถ่ายรูป นักท่องเที่ยวนิยมซื้อสินค้าที่ระลึก ประเภทของโบราณ นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในด้านกายภาพมีความสำคัญมากที่สุดนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติในด้านสิ่งดึงดูดใจ ความชื่นชอบในวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดสุโขทัยเป็นปัจจัยผลักดันในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด และความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

ศุภกร พีรัตน์ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวกับความชอบและปัจจัยด้านสินค้าของประเทศญี่ปุ่นที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจทอ่งเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น ของประชากรในเขตจังหวัดอุดรธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการวางแผนว่าจะไปประเทศญี่ปุ่น โดยเดินทางท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเฉลี่ย จำนวน 3-5 วัน บุคคลที่เดินทางไปด้วยจำนวน 3-4 คน เดินทางไปด้วย การซื้อทัวร์ มีลักษณะที่พักเป็นโรงแรม เตรียมเงินไปจำนวน 20,001-30,000 บาท ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวกับความชอบ ต่อประเทศญี่ปุ่น ปัจจัยด้านสินค้าของประเทศญี่ปุ่น และการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น โดยรวมและราย ด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับความชอบต่อ ประเทศญี่ปุ่นได้แก่ ด้านภาษาและวัฒนธรรม และด้านสื่อและสิ่งบันเทิง ปัจจัยด้านสินค้าของประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ ความชอบต่อสินค้าของประเทศญี่ปุ่น และความชอบในการออกแบบสินค้าของประเทศญี่ปุ่น ส่งผลต่อปัจจัยด้าน สินค้าของประเทศญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ธัญชนก แววแก้ว (2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น พบว่า วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยวคือการพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยวระยะสั้นไม่เกิน 5 วัน ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาท แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวได้จากอินเตอร์เน็ต การเดินทางใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมากกว่าการจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง กิจกรรมอื่นที่สามารถทดแทนการท่องเที่ยวในสองประเทศนี้คือการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤิกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ นโยบายการ

ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ราคา และการส่งเสริมการขาย สำหรับปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามและทัศนียภาพ การยกเว้นวีซ่า ค่าโดยสารเครื่องบิน และการดูและของบริษัททัวร์ ผลการทดสอบสมมิฐานยืนยันว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย ผู้ออกค่าใช้จ่าย ช่วงเวลาเดินทาง อำนาจการตัดสินใจ การใช้ภาษา และความคุ้มค่าในการเดินทางมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยที่การใช้ภาษาเป็นอุปสรรคสำหรับการท่องเที่ยวในสองประเทศ

จรรยา เหล่าชำนาญวุฒิ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีระดับการรบรู้ข้อมูลประเทศญี่ปุ่นจากสื่อโฆษณาโดยรวมใน ระดับปานกลาง 3. และมีระดับความสนใจรูปแบบของการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น โดยรวมในระดับมาก มีแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นภายในอีก 2 ปีข้างหน้าในระดับมาก ด้านประมาณการค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยประมาณ 74,509.80 บาท ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยประมาณ 7 วัน จังหวัดที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ โตเกียว รองลงมา คือ ฮอกไกโด โอซาก้า เกียวโต และอื่นๆ ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปท่องเที่ยวในฤดูหนาว มากที่สุด รองลงมา คือ ฤดูใบไม้ผลิ ไม่จำกัดฤดู ฤดูใบไม้ร่วง และฤดูร้อนตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุและรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันประมาณการค่าใช้จ่ายและมีระยะเวลา ในการท่องเที่ยวประเทศญปุ่นแตกต่างกนอย่างมีนัสำคัญทางสถติที่ระดับ .01 2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว ภายใน 2 ปี ข้างหน้า ประมาณการค่าใช้จ่ายและมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำาคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 3.นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวภายใน 2 ปี ข้างหน้า ประมาณการค่าใช้จ่าย และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นแตกต่างกนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 4.นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกนัมรีะยะเวลาในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 5. การรับรู้ข้อมูลประเทศญี่ปุ่นจากการออกอากาศและกระจายเสียง โฆษณากลางแจ้งและโฆษณาโต้ตอบมคีวามสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น ภายใน 2 ปี ข้างหน้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ 6.การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวญี่ปุ่นผ่านทางไปรษณีย์และโฆษณาชนิดพิเศษอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับประมาณการค่าใช้จ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ 7.การรับรู้ข้อมูลประเทศญี่ปุ่นจากสื่อโฆษณาชนิดพิเศษอื่นๆมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการ ท่องเที่ยวประเทศี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถติที่ระดับ .05 ในทิศทางตรงกันข้าม ระดับต่ำ 8.การท่องเที่ยวเยี่ยมเยียนเพื่อนและญาติ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและการท่องเที่ยว เชิงธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น ภายใน 2 ปี ข้างหน้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ใน

ทิศทางเดียวกันระดับต่ำ 9. การท่องเที่ยวแบบสวัสดิการ และเพื่อการศึกษามีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น ภายใน 2 ปี ข้างหน้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางตรงกันข้าม ระดับต่ำ 10. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจมีความสัมพันธ์กับประมาณการค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน ระดับต่ำ 11. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และไปเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง 12. การท่องเที่ยวไปเคารพสิ่งศักดสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน ระดับต่ำ

ศรินญา มาลัยวงศ์; วารุณี เลาหบุตร; และณัฐพัชร์ ทองมา (2556) ศึกษาเรื่อง การจัดรายการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา : บริษัท เฟิร์สท เวิล์ด ทัวร์ จำกัด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี เลือกการเดินทางกับการบินไทย สนใจไปเที่ยวเมืองโตเกียว และสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ทดลองอาหารท้องถิ่น และซื้อของ เลือกที่พักประเภทโรงแรม เลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด รองลงมาคือร้านอาหารบริการตนเอง ลักษณะการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและของที่ระลึกจะเป็นการเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึกประเภท อาหาร-ขนมมากที่สุด มีระยะเวลาพำนัก 2-5 คืน และเลือกท่องเที่ยวในเดือนมีนาคม-พฤษภาคม (ฤดูใบไม้ผลิ) การศึกษาครั้งนี้พบว่า อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี ที่แตกต่างกันมีผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ การนำเสนอรายการนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ควรนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความแตกต่างจากรายการนำเที่ยวทัวไป และเป็นทางเลือกใหม่ในกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนี้ คำนึงถึงสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่เชื่อมโยงความสำคัญทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติและวิถีชีวิต เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่าง นักท่องเที่ยวและชาวญี่ปุ่น

ญาณวุฒิ อภิวงค์ (2554) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อประโยชน์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสร้างผลประโยชน์ต่อคนในชุมชนของบ้านม้งดอยปุย ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ชุมชนมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งเรื่องที่ตั้งและการเข้าถึง มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวควรพัฒนา 5 ยุทธศาสตร์สำคัญได้แก่ พัฒนาคน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งจะต้องป็นการพัฒนาที่เชื่อมโยงทุนของชุมชนให้เข้ากับหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. งานวิจัยต่างประเทศ

ชูเพ็ง (Xue Peng. 2013) ศึกษาเรื่อง ภาพจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นในตลาดประเทศจีน (A Study on the Tourism Destination Image of Japan in the Chinese Market) พบว่าโฆษณาและโปรแกรมการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นมีความแตกต่างกับสิ่งที่ถูกนำเสนอในบล๊อกการท่องเที่ยว (Travel Blog) โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวชาวจีนจะชื่นชอบกการท่องเที่ยวในเมืองเก่าที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน เช่นนารา และเกียวโต ซึ่งในอนาคตการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวญี่ปุ่นในตลาดจีนจึงควรเชื่อมความสัมพันธ์ประวัติศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับภูมิหลังนักท่องเที่ยวซึ่งในที่นี้คือนักท่องเที่ยวชาวจีนกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

หวัง; และคณะ (Wang; et al. 2012) ศึกษาเรื่องประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชุ่มน้ำ ประเทศจีนจากกรอบแนวคิดเรื่องประสบการณ์ การศึกษานี้ทาให้เข้าใจในเรื่องประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อพื้นที่ชุ่มน้ำ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและการกลับมาเที่ยวซ้ำในพื้นที่ชุ่มน้ำ 3 แห่ง ที่ได้รับความนิยมในเมืองซี่เจียงประเทศจีนการศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในพื้นที่ชุ่มน้ำทั้ง 3แห่ง โดยมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์และนามาวิเคราะห์จานวน 267 ชุด ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วย คุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้านและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว 3 ด้าน ผลการศึกษาพบว่าประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการและความต้องการกลับมาเที่ยวซ้าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการนั้นมีอิทธิพลเฉพาะพฤติกรรมก่อนการเดินทางเพื่อรับประสบการณ์จากการท่องเที่ยว (Aesthetic Experience and Action Experience)

ลี; และคณะ (Li; et al. 2011) ได้ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวจีนความพยายามที่จะอธิบายความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวโลก การศึกษาเป็นแบบประชุมกลุ่มย่อยจากผู้นาและกลุ่มอื่นๆ ทั้ง 11 เมืองในประเทศจีน เพื่อหาประเด็นปัญหา ความเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเรื่องที่พัก อาหารและร้านอาหาร มัคคุเทศก์และรายการนาเที่ยว สิ่งบันเทิงและกิจกรรม รวมถึงระบบขนส่งจากการประชุมกลุ่มย่อยพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความต้องการเหมือนกับนักท่องเที่ยวทั่วไป และมีความคาดหวังพิเศษในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกมาตรฐานการบริการ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทำให้เข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยที่ธุรกิจในตะวันตกจะได้เตรียมเสนอสินค้าและบริการที่ดีกว่าเดิมสาหรับตลาดกลุ่มนี้

ฟิกีนี่; และวีนี่ (Figini; and Vini. 2012) ทำการศึกษานักท่องเที่ยวนอกฤดูกาลและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว ณ ริมินี ประเทศอิตาลีจากการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีบทบาทหลักในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดความราบรื่นในการจัดการในฤดูกาลท่องเที่ยวและเพิ่มการลงทุนที่หลากหลายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่อมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการลดปัญหาที่เกิด

จากการท่องเที่ยว ในขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยวและวงจรชีวิตของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีองค์ประกอบที่ประสบความสาเร็จ ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเก่าแก่ มีความพร้อมเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ไม่มีการแข่งขันสูงราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ

2) การลงทุนทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความจูงใจ

2.1) นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นผู้มีความสามารถในการใช้จ่ายสูง มีรายได้เฉลี่ยสูง

2.2) ไม่นิยมซื้อของที่เป็นสินค้าทั่วไป (Mass Product) สนใจแต่ของท้องถิ่น ที่มีคุณภาพดี (ร้านอาหาร ไวน์ การช๊อปปิ้ง) และการแสดงกิจกรรม (Shows, Concerts, Exhibitions) ซึ่งเป็นการกระจาย รายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริง

2.3) เป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ

จากการศึกษางานวิจัย เรื่องแนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำ จอง ฮยอล คิม (Jong Hyeon Kim. 2014) ทำให้ทราบถึงกระบวนการที่สำคัญ 10 ประการที่สนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีผลต่อประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งใช้กระบวนการ 10 ประการ มาเป็นตัววัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้สำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยใช้วิธีวิจัยแบบ เชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งไม่ทราบสัดส่วนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรคำนวณหาจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างของ คอแครน (Cochran. 1977 : 78) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2551 : 26-27) ได้ดังนี้

<u>การคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง</u>

จากสูตร $$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดย n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร $n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$

$n = 384.16$ หรือประมาณ 385 คน

ผลจากการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ผลที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 เท่ากับ 385 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงได้เก็บอย่างน้อย 400 ชุด เก็บได้จริง 479 ชุด

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) คือ การแจกแบบสอบถามกระดาษให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น จากบริษัททัวร์ และแจกแบบสอบถามออนไลน์ ให้แก่กลุ่มท่องเที่ยวญี่ปุ่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ศึกษาจาก เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 2.1 มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดตามลักษณะตัวแปรที่จะศึกษาและนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่พัก โดยกมีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ ลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการตั้งคำถามลักษณะปลายปิด แบบสอบถามเป็นคำถาม (Multiple Choice) จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น ประกอบด้วย วัฒนธรรมท้องถิ่น แคมเปญพิเศษ การต้อนรับ โครงสร้างพื้นฐาน จุดหมายปลายทาง การเดินทาง คุณภาพการบริการ ภูมิศาสตร์กายภาพ ความผูกพันต่อสถานที่เอกลักษณ์ โดยสร้างขึ้นตามแนวคิดของ จอง ฮยอล คิม (Jong Hyeong Kim. 2014) มาปรับใช้และสร้างแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยสร้างข้อคำถามให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบสอบถามแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับความเห็น คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ปานกลาง ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพื่อใช้วัดระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น ประกอบด้วยข้อคำถาม 33 ข้อ ได้แก่

ข้อ 3.1 – 3.3 วัฒนธรรมท้องถิ่น
ข้อ 3.4 – 3.7 แคมเปญพิเศษ
ข้อ 3.8 – 3.10 การต้อนรับ
ข้อ 3.11 – 3.14 โครงสร้างพื้นฐาน
ข้อ 3.15 – 3.18 จุดหมายปลายทาง
ข้อ 3.19 – 3.21 การเดินทาง
ข้อ 3.22 – 3.24 คุณภาพการบริการ
ข้อ 3.25 – 3.27 ภูมิศาสตร์กายภาพ
ข้อ 3.28 – 3.30 ความผูกพันต่อสถานที่
ข้อ 3.31 – 3.33 เอกลักษณ์

การให้คะแนนสำหรับแบบสอบถาม ทำโดยการประเมินระดับความคิดเห็นในแต่ละข้อเป็นระดับคะแนนตามลักษณะของข้อคำถาม และมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	เกณฑ์ในการให้คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การประเมินผลเฉลี่ยของแบบสอบถามโดยแบ่งเป็นคะแนนออกเป็น 5 ช่วง ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

$$\text{สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ดังนี้

เกณฑ์การแปลความหมายเกี่ยวกับการส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

คะแนน	ความหมาย
4.21 – 5.00	ส่งผลในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	ส่งผลในระดับมาก
2.61 – 3.40	ส่งผลในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	ส่งผลในระดับน้อย
1.00 – 1.80	ส่งผลในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Multiple choice) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบ เลือกตอบ(Multiple choice) จำนวน 3 ข้อ

4. ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยจะทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหา (Content Validity) และ ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ทำการทดสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้รอบรู้หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องจำนวน 3 ท่าน พิจารณา ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา ความถูกต้องตามองค์ประกอบที่ต้องการศึกษาและความเหมาะสมของภาษา จากนั้นผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นและกำหนดให้มีแบบเลือกตอบ คือ แน่ใจว่าคำถามข้อนั้นสามารถวัดวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ได้จริง, ไม่แน่ใจว่าคำถามข้อนั้นสามารถวัดวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ได้จริง และแน่ใจว่าคำถามข้อนั้นไม่สามารถวัดวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ได้จริง โดยให้มีการกำหนดคะแนนแทนค่าคำตอบ ดังนี้

1 หมายถึง แน่ใจว่าคำถามข้อนั้นสามารถวัดวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ได้จริง
0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามข้อนั้นสามารถวัดวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ได้จริง
-1 หมายถึง แน่ใจว่าคำถามข้อนั้นไม่สามารถวัดวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ได้จริง

เมื่อได้รับแบบประเมินความสอดคล้องคืนจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยนำมาหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Index of Consistency : IOC) โดยใช้สูตร โรวิเนลลี; และแฮมเบิลตัน (Rovinelli; and Hambleton. 1977 : 49-60) ดังนี้ คือ

สูตร $$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมจากคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยกำหนดให้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2558 : 142)

การคัดเลือกข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญประเมิน ตรวจสอบเกี่ยวกับการใช้ภาษาและความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ในแต่ละด้านเป็นรายข้อ และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ไม่ต่ำกว่า 0.50 ถ้าข้อคำถามใดมีค่าดัชนีความสอดคล้องต่ำกว่า 0.50 ต้องนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะก่อนที่จะนำไปทดลองใช้ (Try Out)

ผลการตรวจสอบสรุปค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแต่ละด้านเป็นรายข้อของแบบสอบถามทั้งชุด พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่นในขั้นตอนต่อไป

4.2 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญซึ่งได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการหาคุณภาพของแบบสอบถามจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์หาค่าสัมประสิทธิ์แสดงความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของครอนบาค (Cronbach. 1990) (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามต้องได้ค่าสัมประสิทธิ์แสดงความเชื่อมั่นของแบบสอบถามไม่ต่ำกว่า 0.70 (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2558 :147) ข้อคำถามใดได้ค่าสัมประสิทธิ์แสดงความเชื่อมั่นของแบบสอบถามต่ำกว่า 0.70 ต้องนำมาปรับปรุงแก้ไขและนำไปทดสอบใหม่ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น มีข้อคำถาม 33 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ แบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ .921 โดยประสิทธิภาพแต่ละด้านมีค่าสัมประสิทธิ์ดังนี้

1. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น เท่ากับ .724
2. ด้านแคมเปญพิเศษ เท่ากับ .766
3. ด้านการต้อนรับ เท่ากับ .871
4. ด้านวิโครงสร้างพื้นฐาน เท่ากับ .814
5. ด้านจุดหมายปลายทาง เท่ากับ .849
6. ด้านการเดินทาง เท่ากับ .845
7. ด้านคุณภาพการบริการ เท่ากับ .946
8. ด้านภูมิศาสตร์กายภาพ เท่ากับ .800
9. ด้านความผูกพันต่อสถานที่ เท่ากับ .748
10. ด้านเอกลักษณ์ เท่ากับ .810

มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า .70 ถือว่า แบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประเภทและแหล่งที่มาของข้อมูล (Source of Data) การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น” ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แบ่งตามแหล่งที่มาได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย แนวคิดทฤษฎีต่างๆ จากผู้ที่ได้รับการศึกษาเรื่องนี้ไว้ก่อนแล้ว โดยมุ่งเน้นศึกษาข้อมูลที่มา หลักวิชาการ บทความ เพื่อใช้ประกอบอ้างอิงการวิจัย และ มีในกรอบที่วางไว้ในเบื้องต้น

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาโดยการใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามแบบกระดาษไปแจกจ่ายและขอความร่วมมือให้ช่วยตอบแบบสอบถามดังกล่าวจากประชากร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน และเก็บข้อมูลผ่านระบบ แบบออนไลน์จากประชากร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเองตรวจสอบความสมบูรณ์แบบของแบบสอบถามและนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ผลทางสถิติและสรุปผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาดำเนินการตามรายละเอียด ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) เป็นการนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ ตามคู่มือการลงรหัส

3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการลงรหัสมาบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Sciences for Windows) และทำการคำนวณทางสถิติ

4. การวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของครอนบาค (Cronbach. 1990) (Cronbach's Alpha Coefficient) เป็นแบบสอบถามแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale)

5. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (Multiple Choices) วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางบรรยาย

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยที่ส่งผล และ ระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation = S.D.) แปลผล และจัดอันดับ

7. การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) ใช้วัดระดับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยทดสอบค่า t = 3.41

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ซึ่งการวิเคราะห์จะใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation = S.D.) ค่าความแปรปรวน (Variance)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test)

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด และได้รับกลับมาทั้งหมด 492 ชุด โดยพบว่า มีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 479 ชุด

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติและทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะนำเสนอผลการทดสอบและการวิเคราะห์ไว้ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานที่พัก โดยใช้สถิติแบบความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศญี่ปุ่น ประกอบด้วย รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ ครั้งล่าสุดที่เคยเดินทางท่องเที่ยว วิธีที่นิยมท่องเที่ยว แพคเกจที่สนใจ ลักษณะที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว จำนวนวันที่สามารถเดินทาง งบประมาณด้านที่พัก งบประมาณด้านซื้อของ(Shopping) ค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อการเดินทาง ฤดูที่น่าท่องเที่ยว สถานที่พักที่สนใจ รูปแบบอาหารที่สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นที่ชื่นชอบ และอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้สถิติแบบความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) การแปลผล และการจัดอันดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ความคาดหวังต่อการเดินทาง ความคุ้มค่าในการเยือน ความพึงพอใจในภาพรวม การประเมิณสถานที่ท่องเที่ยว โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) การแปลผล และการจัดอันดับ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุหมายปลายทาง ประกอบด้วย การเยือนประเทศญี่ปุ่นในอีกสองปีข้างหน้า ความรู้สึกโดยภาพรวม การแนะนำการท่องเที่ยวญี่ปุ่นแก่บุคคลอื่น โดยใช้สถิติแบบความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ระดับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง วิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบค่า t = 3.41

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการแปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในการเสนอผลการวิจัยจึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ดังนี้

$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
n	หมายถึง	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)
N	หมายถึง	ขนาดของประชากร (Population Size)
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	หมายถึง	ค่าการแจกแจงแบบ t (t-distribution)
Sig.	หมายถึง	ระดับความมีนัยสำคัญ (Significant)
**	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01
*	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
H_0	หมายถึง	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	หมายถึง	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานที่พัก โดยใช้สถิติแบบความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ชาย	153	31.94
2. หญิง	326	68.06
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 68.06 ของกลุ่มตัวอย่าง และเพศชายจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 31.94 ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 25 ปี	50	10.44
2. 25 ปี แต่ไม่ถึง 36 ปี	212	44.26
3. 36 ปี แต่ไม่ถึง 45 ปี	95	19.83
4. 45 ปี ขึ้นไป	122	25.47
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 ปี แต่ไม่ถึง 36 ปี มากสุด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 44.26 รองลงมาคือช่วงอายุ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 25.47 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ36 ปี แต่ไม่ถึง 45 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 19.83 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 10.44

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. โสด	296	61.80
2. สมรส	169	35.28
3. หม้าย/หย่าร้าง	14	2.92
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 296 คน คิดเป็น ร้อยละ 61.80 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 35.28 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.92

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	51	10.65
2. ปริญญาตรี	293	61.17
3. ปริญญาโท	128	26.72
4. อื่นๆ	7	1.46
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากสุด จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 61.17 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 26.72 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 10.65 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีระดับอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.46

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. นักเรียน/นักศึกษา	44	9.19
2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	12.53
3. พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	264	55.11
4. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	52	10.86
5. ประกอบอาชีพอิสระ	45	9.39
6. อื่นๆ	14	2.92
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนมากสุด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 55.11 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ12.53 กลุ่มตัวอย่างที่เป็น ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 10.86 กลุ่มตัวอย่างที่ ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 9.39 กลุ่มตัวอย่างที่เป็น นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 9.19 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด อื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.92

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 15,000 บาท	46	9.60
2. 15,001-25,000 บาท	118	24.63
3. 25,001-35,000 บาท	114	23.80
4. 35,001-45,000 บาท	59	12.32
5. 45,001-55,000 บาท	48	10.02
6. 55,001 บาท ขึ้นไป	94	19.62
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 มีมากสุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 24.63 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาท ขึ้นไป บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 19.62 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 35,001-45,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 12.32 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-55,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 10.02 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่พักอาศัย

สถานที่พักอาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. กรุงเทพฯ และปริมณฑล	406	84.76
2. ต่างจังหวัด	73	15.24
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามสถานที่พักอาศัย พบว่า ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ใน กรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 406 คน คิดเป็นร้อยละ 84.76 ของกลุ่มตัวอย่าง และต่างจังหวัด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 15.24 ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ การเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุด วิธีการเดินทาง รูปแบบแพคเกจการเดินทาง ลักษณะเดินทางไปท่องเที่ยว การทราบข้อมูการท่องเที่ยว วันเฉลี่ยที่สามารถเดินทางท่องเที่ยว งบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พัก งบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ (Shopping) ค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้งในการไปท่องเที่ยว ฤดู/เดือน ที่คิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุด ความสนใจในสถานที่พัก รูปแบบอาหารที่สนใจ ประเภทสินค้าญี่ปุ่นที่ชื่นชอบ อุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทาง โดยใช้สถิติแบบความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ

รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ช๊อปปิ้ง	309	13.67	1
สถานที่ประวัติศาสตร์ต่างๆ	255	11.28	2
วัด/ศาลเจ้า	243	10.75	3
งานวัฒนธรรมและประเพณี	228	10.09	4
สวนดอกไม้/ผลไม้	210	9.29	5
ทะเล	181	8.01	6
วิถีชีวิตในชนบท	172	7.61	7
ถ้ำ/ภูเขา	160	7.08	8
ท่องเที่ยวเชิงผจญภัย	125	5.53	9
ฟาร์ม	101	4.47	10
เรียนรู้ภูมิปัญญาต่างๆ	79	3.50	11
การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (ได้รางวัลท่องเที่ยวฟรี)	73	3.23	12
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น อบทรายร้อน)	69	3.05	13
ดูดาว	55	2.43	14
รวม	**479**	**100.00**	

จากตารางที่ 9 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามสถานที่พักอาศัย พบว่า ส่วนใหญ่สนใจรูปแบบการท่องเที่ยวแบบ ช๊อปปิ้ง จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 13.67 รองลงมา สนใจรูปแบบการท่องเที่ยวใน สถานที่ประวัติศาสตร์ต่างๆ จำนวน 255 คน คิดเป็น

ร้อยละ 11.28 วัด/ศาลเจ้า จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 งานวัฒนธรรมและประเพณี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 10.09 และกลุ่มตัวอย่างที่ต่ำกว่า ร้อยละ 10.00 อีก 10 อันดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุด

การเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ปี ค.ศ.2017	104	21.71
2. ปี ค.ศ.2016	216	45.09
3. ปี ค.ศ.2015	88	18.37
4. ปี ค.ศ.2014	25	5.22
5. ปี ค.ศ.2013	36	7.52
6. อื่นๆ	10	2.09
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 10 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตาม การเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุด พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวช่วงปี ค.ศ. 2016 จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 45.09 รองลงมา เดินทางไปท่องเที่ยวช่วงปีค.ศ. 2017 จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 21.71 เดินทางไปท่องเที่ยวช่วงปีค.ศ. 2015 จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 18.37 เดินทางไปท่องเที่ยวช่วงปีค.ศ.2013 จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.52 เดินทางไปท่องเที่ยวช่วงปีค.ศ. 2014 จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุดช่วงปีอื่นๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.09

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

วิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เดินทางด้วยตนเอง	293	61.17
2. ใช้บริการแพคเกจทัวร์ทัวร์ (เช่น ทัวร์ One Day, เฉพาะค่าเครื่องบิน+ที่พัก เป็นต้น)	41	8.56
3. ใช้บริการบริษัททัวร์ (เต็มรูปแบบ)	139	29.02
4. ใช้บริการไกด์ประจำท้องถิ่นนั้นๆ	6	1.25
5. อื่นๆ	0	0
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่สนใจวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยวิธีการเดินทางด้วยตนเอง จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 61.17 รองลงมา สนใจวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดย ใช้บริการบริษัททัวร์ (เต็มรูปแบบ) จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 29.02 สนใจวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดย ใช้บริการแพคเกจทัวร์ทัวร์ (เช่น ทัวร์ One Day, เฉพาะค่าเครื่องบิน+ที่พัก เป็นต้น) จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 8.56 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด สนใจวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดย ใช้บริการไกด์ประจำท้องถิ่นนั้นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบแพ็คเกจการเดินทาง

รูปแบบแพคเกจการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. บริการเต็มรูปแบบ (รวมทุกอย่าง ยกเว้นค่าใช้จ่ายส่วนตัว)	204	42.59
2. ตั๋วเครื่องบิน+ที่พัก+รถไฟ	93	19.42
3. ตั๋วเครื่องบิน+ที่พัก	81	16.91
4. ตั๋วเครื่องบิน	101	21.09
5. อื่นๆ	**0**	**0**
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามรูปแบบแพคเกจการเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่สนใจรูปแบบแพคเกจการเดินทางแบบ บริการเต็มรูปแบบ (รวมทุกอย่าง ยกเว้นค่าใช้จ่ายส่วนตัว) จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 42.59 รองลงมา สนใจรูปแบบแพคเกจการเดินทางแบบ ตั๋วเครื่องบิน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 21.09 รูปแบบแพคเกจการเดินทางแบบ ตั๋วเครื่องบิน+ที่พัก+รถไฟ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 19.42 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด สนใจรูปแบบแพคเกจการเดินทางแบบ ตั๋วเครื่องบิน+ที่พัก จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 16.91

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

ลักษณะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เดินทางไปคนเดียว	42	8.77
2. เดินทางไปกับแฟน/คู่รัก	103	21.50
3. เดินทางไปกับเพื่อน	161	33.61
4. เดินทางไปกับสมาชิกในครอบครัว/ญาติ	173	36.12
5. อื่นๆ	0	0
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 13 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามรูปแบบแพคเกจการเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่สนใจลักษณะเดินทางไปกับสมาชิกในครอบครัว/ญาติ จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 36.12 รองลงมาสนใจลักษณะเดินทางไป กับเพื่อนจำนวน 161 คน คิดเป็น

ร้อยละ 33.61 สนใจลักษณะเดินทางไปกับแฟน/คู่รัก จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด สนใจลักษณะเดินทางไป คนเดียว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 8.77

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการทราบข้อมูลการท่องเที่ยว

การทราบข้อมูการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
อินเตอร์เน็ต	370	34.13	1
เพื่อน/ครอบครัว/ญาติ	150	13.84	2
งานมหกรรมการท่องเที่ยว	148	13.65	3
บริษัทนำเที่ยว	115	10.61	4
การท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น (JNTO)	113	10.42	5
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/แผ่นพับ	102	9.41	6
โทรทัศน์/วิทยุ	86	7.93	7
รวม	**479**	**100.00**	

จากตารางที่ 14 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามการทราบข้อมูการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 34.13 รองลงมาทราบข้อมูลจาก เพื่อน/ครอบครัว/ญาติ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 13.84 ทราบข้อมูลจากงานมหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 13.65 ทราบข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 10.61 ทราบข้อมูลจากการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น (JNTO) จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 10.42 ทราบข้อมูลจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/แผ่นพับ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 9.41 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด ทราบข้อมูลจากโทรทัศน์/วิทยุ จำนวน 86คน คิดเป็นร้อยละ 7.93

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันเฉลี่ยที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ในแต่ละครั้ง

วันเฉลี่ยที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ในแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 4 วัน	52	10.86
2. ระหว่าง 4-6 วัน	205	42.80
3. ระหว่าง 6-8 วัน	133	27.77
4. ระหว่าง 8-10 วัน	70	14.61
5. มากกว่า 10 วัน	19	3.97
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 15 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามวันเฉลี่ยที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ในแต่ละครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ ระหว่าง 4-6 วัน จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมา สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ ระหว่าง 6-8 วัน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 27.77 สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ ระหว่าง 8-10 วัน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 14.61 สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ น้อยกว่า 4 วันจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 10.86 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้มากกว่า 10 วัน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 3.97

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามงบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พัก

งบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 1,500 บาท	102	21.29
2. 1,500-3,500 บาท	266	55.53
3. 3,501-5,500 บาท	79	16.49
4. มากกว่า 5,501 บาท ขึ้นไป	32	6.68
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 16 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามงบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พัก พบว่า ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พักระหว่าง 1,500-3,500 บาท จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 55.53 รองลงมา มีงบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พักน้อยกว่า 1,500 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 21.29 งบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่

พักระหว่าง 3,501-5,500 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 16.49 และ กลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด มีงบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พัก มากกว่า 5,501 บาท ขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 6.68

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามงบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ (Shopping)

งบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ (Shopping)	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
1. น้อยกว่า 10,000 บาท	101	21.09
2. 10,000-40,000 บาท	310	64.72
3. 40,001-80,000 บาท	53	11.06
4. 80,001 บาท ขึ้นไป	15	3.13
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 17 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามงบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ(Shopping) พบว่า ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ(Shopping) ระหว่าง 10,000-40,000 บาท จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 64.72 รองลงมา มีงบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ (Shopping) น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 21.09 งบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ (Shopping) ระหว่าง 40,001-80,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 11.06 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด มีงบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ (Shopping) มากกว่า 80,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.13

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้งในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

ค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้งในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 30,000 บาท	81	16.91
2. 30,000-50,000 บาท	219	45.72
3. 50,001-70,000 บาท	132	27.56
4. 70,001 บาท ขึ้นไป	47	9.81
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 18 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้งในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น พบว่า ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้งในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นระหว่าง 30,000-50,000 บาท จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 45.72 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้งในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นระหว่าง 50,001-70,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 27.56 ค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้งในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นน้อยกว่า 30,000 บาทจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 16.91 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้งในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นมากกว่า 70,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 9.81

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ฤดู/เดือน ที่คิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุดในญี่ปุ่น

ฤดู/เดือน ที่คิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุดในญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม-พฤษภาคม)	200	41.75
2. ฤดูร้อน (มิถุนายน-สิงหาคม)	17	3.55
3. ฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน-พฤศจิกายน)	113	23.59
4. ฤดูหนาว (ธันวาคม-กุมภาพันธ์)	149	31.11
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 19 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามฤดู/เดือน ที่คิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุดในญี่ปุ่น พบว่า ส่วนใหญ่คิดว่าฤดู/เดือน ที่คิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุดในญี่ปุ่นคือ ฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม-พฤษภาคม) จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมา คิดว่าฤดู/เดือน ที่คิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุดในญี่ปุ่นคือ ฤดูหนาว (ธันวาคม-กุมภาพันธ์) จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 31.11 คิดว่าฤดู/เดือน ที่คิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุดในญี่ปุ่นคือ ฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน-พฤศจิกายน) จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 23.59 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด คิดว่าฤดู/เดือน ที่คิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุดในญี่ปุ่นคือ ฤดูร้อน (มิถุนายน-สิงหาคม) จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.55

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ความสนใจในสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

ความสนใจในสถานที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
โรงแรม	316	39.16	1
Ryokan (ห้องพักสไตล์ญี่ปุ่น)	276	34.20	2
Guesthouse (เช่น มินชุกุ)	79	9.79	3
Hostel	74	9.17	4
ที่พักแบบ Dormitory (ห้องพักรวม)	32	3.97	5
Capsule Hotel	27	3.35	6
อื่นๆ	3	0.37	7
รวม	**479**	**100.00**	

จากตารางที่ 20 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามความสนใจในสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น พบว่า อันดับ 1 สนใจสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบ โรงแรม จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 39.16 รองลงมา สนใจสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ Ryokan (ห้องพักสไตล์ญี่ปุ่น) จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20 สนใจสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ Guesthouse จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 9.79 สนใจสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ Hostel จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 สนใจสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ ที่พักแบบ Dormitory จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 3.97 สนใจสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ ที่พักแบบ Capsule Hotel จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 3.35 และ กลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด สนใจสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.37

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกรูปแบบอาหารที่สนใจขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

รูปแบบอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
อาหารประจำท้องถิ่น	289	23.92	1
Set Menu, อาหารชุด	251	20.78	2
บุฟเฟ่	227	18.79	3
อาหาร ไคเซกิ (อาหารชุดญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม)	157	13.00	4
Bento (ข้าวกล่องญี่ปุ่น)	152	12.58	5
ข้าวกล่องตามสถานีรถไฟ (Eki Ben)	121	10.02	6
อื่นๆ	11	0.91	7
รวม	**479**	**100.00**	

จากตารางที่ 21 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามรูปแบบอาหารที่สนใจขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น พบว่า ส่วนใหญ่สนใจรูปแบบอาหารขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบ อาหารประจำท้องถิ่น จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 23.92 รองลงมา สนใจรูปแบบอาหารขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบ Set Menu, อาหารชุด จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 20.78 สนใจรูปแบบอาหารขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบ บุฟเฟ่ จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 18.79 สนใจรูปแบบอาหารขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบ อาหารไคเซกิ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 สนใจรูปแบบอาหารขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบ Bento (ข้าวกล่องญี่ปุ่น) จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 12.58 สนใจรูปแบบอาหารขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบ ข้าวกล่องตามสถานีรถไฟ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 10.02 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด สนใจรูปแบบอาหารขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบอื่นๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 0.91

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ประเภทสินค้าญี่ปุ่นที่ชื่นชอบ

ประเภทสินค้าญี่ปุ่นที่ชื่นชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ขนม	335	13.11	1
อาหาร/ผลไม้	273	10.68	2
เครื่องสำอาง	243	9.51	3
ผลิตภัณฑ์บำรุงต่างๆ (ผิว,ผม)	199	7.79	4
เครื่องดื่มประเภทต่างๆ	144	5.63	5
สินค้ากระจุกกระจิก(ของชิ้นเล็กๆ/D.I.Y เป็นต้น)	147	5.75	6
เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ/สินค้าแฟชั่น	142	5.56	7
เครื่องหนัง/กระเป๋า/รองเท้า/แว่นตา นาฬิกาข้อมือ	141	5.52	8
สินค้าจากศาลเจ้า เช่น เครื่องราง Omamori	134	5.24	9
สินค้าจากคาแรคเตอร์ตัวการ์ตูน	133	5.20	10
อาหารเสริม/ยา	127	4.97	11
เครื่องเขียนและอุปกรณ์	100	3.91	12
เครื่องใช้ไฟฟ้า/อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	94	3.68	13
สินค้าแฮนด์เมดพื้นบ้าน	80	3.13	14
หนังสือ/นิตยสาร/นวนิยาย/การ์ตูน	67	2.62	15
น้ำหอม	67	2.62	16
ของเล่นสำหรับเด็ก	51	2.00	17
เครื่องมือเครื่องใช้ภายในครัว	47	1.84	18
ของตกแต่งบ้านและรถ	30	1.17	19
อื่นๆ	2	0.08	20
รวม	**479**	**100.00**	

จากตารางที่ 22 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามประเภทสินค้าญี่ปุ่นที่ชื่นชอบ พบว่า อันดับ 1 สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท ขนม จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 13.11 รองลงมา สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท อาหาร/ผลไม้ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 10.68 สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท เครื่องสำอาง จำนวน 243 คน คิด

เป็นร้อยละ 9.51สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท ผลิตภัณฑ์บำรุงต่างๆ (ผิว, ผม) จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 7.79 สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท เครื่องดื่มประเภทต่างๆ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 5.63 สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท สินค้ากระจุกกระจิก จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ/สินค้าแฟชั่น จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภทเครื่องหนัง/กระเป๋า/รองเท้า/แว่นตานาฬิกาข้อมือ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 5.52 สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท สินค้าจากศาลเจ้า เช่น เครื่องราง Omamori จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 5.24 อันดับ 10 สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท สินค้าจากคาแรคเตอร์ตัวการ์ตูน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 และอันดับมากกว่า 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

อุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อุปสรรคด้านภาษา	150	31.32
2. ใช้เวลาในการเดินทางนาน	35	7.31
3. ค่าใช้จ่ายสูง	213	44.47
4. มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้อย	38	7.93
5. มีสายการบินไปยังเมืองที่ต้องการน้อย	33	6.89
6. ขาดแคลนมัคคุเทศก์ที่เชี่ยวชาญ/ชำนาญ	8	1.67
7. อื่นๆ	2	0.42
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 23 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น พบว่า ส่วนใหญ่คิดว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ ค่าใช้จ่ายสูง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 44.47 รองลงมา คิดว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ อุปสรรคด้านภาษา จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 31.32 คิดว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้อย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 7.93 คิดว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ ใช้เวลาในการเดินทางนาน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 7.31 คิดว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ มีสายการบินไปยังเมืองที่ต้องการน้อย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 6.89 คิด

ว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ ขาดแคลนมัคคุเทศก์ที่เชี่ยวชาญ/ชำนาญ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด คิดว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ อื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.42

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นประกอบด้วย ปัจจัยด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ปัจจัยด้านแคมเปญพิเศษ ปัจจัยด้านการต้อนรับ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยด้านจุดหมายปลายทาง ปัจจัยด้านการเดินทาง ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์กายภาพ ปัจจัยด้านความผูกพันต่อสถานที่ และปัจจัยด้านเอกลักษณ์ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 24 ระดับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
โครงสร้างพื้นฐาน	4.40	0.531	สูง	1
จุดหมายปลายทาง	4.38	0.5157	สูง	2
คุณภาพการบริการ	4.38	0.5830	สูง	3
ภูมิศาสตร์กายภาพ	4.34	0.6117	สูง	4
เอกลักษณ์	4.27	0.5875	สูง	5
การต้อนรับ	4.21	0.642	สูง	6
วัฒนธรรมท้องถิ่น	4.05	0.618	สูง	7
ความผูกพันต่อสถานที่	4.04	0.688	สูง	8
แคมเปญพิเศษ	3.86	0.676	สูง	9
การเดินทาง	3.43	0.9320	สูง	10
รวม	**4.14**	**0.39**	**สูง**	

จากตารางที่ 24 ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 โดยพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 โครงสร้างพื้นฐานส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.407) อันดับ 2 จุดหมายปลายทาง ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.388) อันดับ 3 คุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.380) อันดับ 4 ภูมิศาสตร์กายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.340) อันดับ 5 เอกลักษณ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.279) อันดับ 6 การต้อนรับ ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.214) อันดับ 7 วัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.05) อันดับ 8 ความผูกพันต่อสถานที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.0417) อันดับ 9 แคมเปญพิเศษ ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.862) และอันดับสุดท้าย คือ การเดินทาง ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.438)

ตารางที่ 25 ระดับปัจจัยด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
มีโอกาสที่ได้สัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลายตามวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่น	169 35.28%	247 51.56%	61 12.73%	2 0.41%	0 0%	4.21	0.671	สูง	1
ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่น เช่น การเยี่ยมชมสถานที่จริง	137 28.60%	237 49.47%	103 21.50%	1 0.20%	1 0.20%	4.06	0.724	สูง	2
ได้สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นในประเทศญี่ปุ่น เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมในท้องถิ่น	113 23.59%	217 45.30%	138 28.81%	7 1.46%	4 0.83%	3.89	0.804	สูง	3
ผลรวม						**4.05**	**0.804**	สูง	

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\overline{X}$ = 4.05) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการโอกาสที่ได้สัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลายตามวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่นเป็นอันดับ 1 ในระดับสูง ($\overline{X}$ =4.21) อันดับ 2 ต้องการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่น เช่น การเยี่ยมชมสถานที่จริง ในระดับสูง ($\overline{X}$ = 4.06) อันดับ 3 ต้องการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นในประเทศญี่ปุ่น เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมในท้องถิ่นในระดับสูง ($\overline{X}$ = 3.89)

ตารางที่ 26 ระดับปัจจัยด้านแคมเปญพิเศษ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านแคมเปญ	ระดับความคิดเห็น					$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
มีงานเทศกาลและเหตุการณ์ที่ตัวท่านสนใจในประเทศญี่ปุ่น	167 34.86%	215 44.88%	95 19.83%	1 0.20%	1 0.20%	4.13	0.745	สูง	1
มีกิจกรรมพิเศษที่ไม่สามารถพบเจอได้บ่อยครั้งในประเทศไทย เช่น ใส่ Kimono	145 30.27%	191 39.87%	123 25.67%	16 3.34%	4 0.83%	3.95	0.876	สูง	2
มีเหตุการณ์พิเศษที่น่าสนใจในญี่ปุ่น เช่น การเปิดตัวสินค้าใหม่ เป็นต้น	138 28.81%	198 41.33%	124 25.88%	10 2.08%	9 1.87%	3.93	0.892	สูง	3
ได้มีโอกาสเข้าร่วม/ชม การแข่งขันของแต่ละจังหวัดในประเทศญี่ปุ่น	62 12.94%	156 32.56%	202 42.17%	41 8.55%	18 3.75%	3.42	0.949	สูง	4
ผลรวม						**3.86**	**0.675**	**สูง**	

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านแคมเปญพิเศษ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\overline{X}$ = 3.86) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเข้าร่วมงานเทศกาลและเหตุการณ์ที่สนใจในประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับ 1 ในระดับสูง ($\overline{X}$ = 4.13) อันดับ 2 ต้องการกิจกรรมพิเศษที่ไม่สามารถพบเจอได้บ่อยครั้งในประเทศไทย ในระดับสูง ($\overline{X}$ = 3.95) อันดับ 3 ต้องการเหตุการณ์พิเศษที่น่าสนใจในญี่ปุ่น ในระดับสูง

($\overline{X}$ = 3.93) อันดับ 4 ต้องการมีโอกาสเข้าร่วม/ชม การแข่งขันของแต่ละจังหวัดในประเทศญี่ปุ่น ในระดับสูง ($\overline{X}$ = 3.42)

ตารางที่ 27 ระดับปัจจัยด้านการต้อนรับที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการต้อนรับ	ระดับความคิดเห็น					$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ความเป็นมิตรไมตรีของชาวญี่ปุ่นต่อนักท่องเที่ยว (ชาวญี่ปุ่น เป็นคน Friendly)	216 45.09%	195 40.70%	67 13.98 %	1 0.20%	0 0%	4.30	0.711	สูง	1
คนในท้องถิ่นของญี่ปุ่นให้ความช่วยเหลือ แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	210 43.84%	200 41.75%	66 13.77%	3 0.62%	0 0%	4.28	0.720	สูง	2
คนในท้องถิ่นของญี่ปุ่นให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	147 30.68%	218 45.51%	104 21.71%	10 2.08%	0 0%	4.04	0.778	สูง	3
ผลรวม						**4.21**	**0.642**	สูง	

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านการต้อนรับที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\overline{X}$ = 4.21) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ความเป็นมิตรไมตรีของชาวญี่ปุ่นต่อนักท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว เป็นอันดับ 1 ในระดับสูง ($\overline{X}$ = 4.30) อันดับ 2 คนในท้องถิ่นของญี่ปุ่นให้ความช่วยเหลือ แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดีมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ในระดับสูง ($\overline{X}$ = 4.28) อันดับ 3 คนในท้องถิ่นของญี่ปุ่นให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว อิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ในระดับระดับสูง ($\overline{X}$ = 3.14)

ตารางที่ 28 ระดับปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
โครงสร้างพื้นฐานของประเทศญี่ปุ่นมีมาตรฐานสูง เช่น รถไฟ Shinkansen	353 73.69%	100 20.87%	24 5.01%	2 0.41%	0 0%	4.67	0.586	สูง	1
การออกแบบสาธารณูปโภคของญี่ปุ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (เช่น ห้องน้ำ)	296 61.79%	152 31.73%	30 6.26%	1 0.20%	0 0%	4.55	0.621	สูง	2
มีป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจน	195 40.70%	198 41.33%	80 16.70%	5 1.04%	1 0.20%	4.21	0.768	สูง	3
มีข้อมูลการท่องเที่ยวที่ดีและหาได้ทั่วไป	180 37.57%	215 44.88%	77 16.07%	6 1.25%	1 0.20%	4.18	0.756	สูง	4
ผลรวม						**4.40**	**0.531**	**สูง**	

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.40) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม โครงสร้างพื้นฐานของประเทศญี่ปุ่นมีมาตรฐานสูงส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว เป็นอันดับ 1 ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.67) อันดับ 2 การออกแบบสาธารณูปโภคของญี่ปุ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.55) อันดับ 3 มีป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว ในระดับระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.21) อันดับ 4 มีข้อมูลการท่องเที่ยวที่ดีและหาได้ทั่วไป ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.18)

ตารางที่ 29 ระดับปัจจัยด้านจุดหมายปลายทางที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านจุดหมายปลายทาง	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่สะอาดส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	285 59.49%	168 35.07%	25 5.21%	1 0.20%	0 0%	4.53	0.605	สูง	1
สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่ปลอดภัยส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	268 55.94%	173 36.11%	38 7.93%	0 0%	0 0%	4.48	0.639	สูง	2
สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นทีมีกลิ่นสดชื่นและไม่มีกลิ่นทีไม่พึงประสงค์ ในขณะท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	227 47.39%	212 44.25%	36 7.51%	3 0.62%	1 0.20%	4.37	0.670	สูง	3
การจราจรของญี่ปุ่นที่ไม่คับคั่ง (มีการจัดการจราจรได้ดี รถไม่ติด) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	168 35.07%	222 46.34%	85 17.74%	4 0.83%	0 0%	4.15	0.733	สูง	4
ผลรวม						**4.38**	**0.515**	**สูง**	

จากตารางที่ 3-6 ผลการระดับปัจจัยด้านจุดหมายปลายทางที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.38) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่สะอาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เป็นอันดับ 1 ในระดับระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.53) อันดับ 2 การจราจรของญี่ปุ่นที่ไม่คับคั่ง (มีการจัดการจราจรได้ดี รถไม่ติด) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในระดับระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.15) อันดับ 3 สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นทีมีกลิ่นสดชื่นและไม่มีกลิ่นทีไม่พึงประสงค์ ในขณะท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในระดับระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.37) อันดับ 4 สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่ปลอดภัยส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในระดับระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.48)

ตารางที่ 30 ระดับปัจจัยด้านการเดินทางที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการเดินทาง	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ความไม่สะดวกในการเดินทางยังจุดหมายปลายทางที่ต่างๆ ในญี่ปุ่นส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	74 15.44%	192 40.08%	126 26.30%	69 14.40%	18 3.75%	3.49	1.036	สูง	1
การใช้เวลาเดินทางนานกว่าจะถึงจุดหมายปลายทางแต่ละที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	60 12.52%	198 41.33%	145 30.27%	59 12.31%	17 3.54%	3.46	0.980	สูง	2
การเดินทางเที่ยวชมทัศนียภาพในสถานที่ต่างๆ ค่อนข้างลำบากส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	56 11.69%	175 36.53%	155 32.35%	69 14.40%	24 5.01%	3.35	1.026	สูง	3
ผลรวม						**3.43**	**0.932**	**สูง**	

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านการเดินทางที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.43) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ความไม่สะดวกในการเดินทางยังจุดหมายปลายทางที่ต่างๆ ในญี่ปุ่นส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.49) อันดับ 2 การใช้เวลาเดินทางนานกว่าจะถึงจุดหมายปลายทางแต่ละที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.46) อันดับ 3 การเดินทางเที่ยวชมทัศนียภาพในสถานที่ต่างๆ ค่อนข้างลำบากส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.35)

ตารางที่ 31 ระดับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
พนักงานให้การบริการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	227 47.39%	219 45.72%	33 6.88%	0 0%	0 0%	4.40	0.616	สูง	1
พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	216 45.09%	229 47.80%	33 6.88%	1 0.20%	0 0%	4.37	0.621	สูง	2
พนักงานให้บริการในสไตล์ญี่ปุ่นอย่างดี (Omotenashi) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	214 44.67%	224 46.76%	40 8.35%	1 0.20%	0 0%	4.35	0.640	สูง	3
ผลรวม						**4.38**	**0.583**	**สูง**	

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.38) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พนักงานให้การบริการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เป็นอันดับ 1 ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.40) อันดับ 2 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.37) อันดับ 3 พนักงานให้บริการในสไตล์ญี่ปุ่นอย่างดี (Omotenashi) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.14)

ตารางที่ 32 ระดับปัจจัยด้านภูมิศาสตร์กายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์กายภาพ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
การที่ประเทศญี่ปุ่นมีแรงบัลดาลใจในการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	223 46.55%	211 44.05%	43 8.97%	1 0.20%	1 0.20%	4.36	0.670	สูง	1
ระบบนิเวศของญี่ปุ่นที่แตกต่างกับประเทศไทยส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	221 46.13%	209 43.63%	46 9.60%	1 0.20%	2 0.41%	4.35	0.694	สูง	2
ประเทศญี่ปุ่นมีการอนุรักษ์พื้นที่ป่าสงวนได้อย่างดีนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	206 43.00%	217 45.30%	54 11.27%	1 0.20%	1 0.20%	4.30	0.690	สูง	3
ผลรวม						**4.34**	**0.611**	สูง	

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านภูมิศาสตร์กายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.34) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม การที่ประเทศญี่ปุ่นมีแรงบัลดาลใจในการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เป็นอันดับ 1 ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.36) อันดับ 2 ระบบนิเวศของญี่ปุ่นที่แตกต่างกับประเทศไทยส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.35) อันดับ 3 ประเทศญี่ปุ่นมีการอนุรักษ์พื้นที่ป่าสงวนได้อย่างดีนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.30)

ตารางที่ 33 ระดับปัจจัยด้านความผูกพันต่อสถานที่ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านความผูกพันต่อสถานที่	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ประเทศญี่ปุ่นมีสถานที่น่าสนใจมากมายที่ตัวท่านต้องการไปเยือน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	227 6.25%	195 23.00%	54 53.00%	3 16.50%	0 0%	4.34	0.700	สูง	1
วัฒนธรรมญี่ปุ่นสร้างสายใยความผูกพันต่อตัวท่านหรือครอบครัว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	130 27.13%	195 40.70%	133 27.76%	17 3.54%	4 0.83%	3.89	0.870	สูง	2
ชาวญี่ปุ่นมีความเป็นชาตินิยมสูง ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	132 27.55%	183 38.20%	141 29.43%	20 4.17%	3 0.62%	3.87	0.883	สูง	3
ผลรวม						**3.22**	**0.739**	ปานกลาง	

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านความผูกพันต่อสถานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.22) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ประเทศญี่ปุ่นมีสถานที่น่าสนใจมากมายที่ตัวท่านต้องการไปเยือน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เป็นอันดับ 1 ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.34) อันดับ 2 วัฒนธรรมญี่ปุ่นสร้างสายใยความผูกพันต่อตัวท่านหรือครอบครัว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.89) อันดับ 3ชาวญี่ปุ่นมีความเป็นชาตินิยมสูง ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.87)

ตารางที่ 34 ระดับปัจจัยด้านเอกลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านเอกลักษณ์	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
เอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหารญี่ปุ่น (เช่น Sushi/Sashimi) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	255 53.23%	179 37.36%	43 8.97%	1 0.20%	1 0.20%	4.43	0.680	สูง	1
สถาปัตยกรรมของญี่ปุ่น(เช่น ปราสาท) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	200 41.75%	215 44.88%	63 13.15%	1 0.20%	0 0%	4.28	0.692	สูง	2
สิ่งก่อสร้างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (เช่น โตเกียวทาวเวอร์) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	165 34.44%	213 44.46%	97 20.25%	3 0.62%	1 0.20%	4.12	0.759	สูง	3
ผลรวม						**4.27**	**0.587**	**สูง**	

จากตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านเอกลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.27) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหารญี่ปุ่นส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.43) อันดับ 2 สถาปัตยกรรมของญี่ปุ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.28) อันดับ 3 สิ่งก่อสร้างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.12)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับระดับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ความคาดหวังต่อการเดินทาง ความคุ้มค่ากับเวลาและความพยายาม ความพึงพอใจ และ สถานที่ท่องเที่ยว โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงได้ ดังนี้

ตารางที่ 35 ระดับความพึงพอใจ

ระดับความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ภาพรวมความพึงพอใจกับการท่องเที่ยว	245 51.15%	215 44.89%	19 3.97%	0 0%	0 0%	4.47	0.574	สูง	1
สถานที่ท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นเปรียบเทียบกับสถานที่อื่นๆ ที่คล้ายคลึง	127 26.51%	299 62.42%	52 10.86%	1 0.21%	0 0%	4.15	0.600	สูง	2
ภาพรวมความคาดหวังก่อนการเดินทาง	123 25.68%	179 37.37%	169 35.28%	5 1.04%	3 0.63%	3.86	0.831	สูง	3
ความคุ้มค่ากับเวลาและความพยายาม	121 25.26%	172 35.91%	185 38.62%	1 0.21%	0 0%	3.86	0.793	สูง	4
ผลรวม						**4.08**	**0.55**	**สูง**	

จากตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.08) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ภาพรวมความพึงพอใจกับการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.47) อันดับ 2 สถานที่ท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นเปรียบเทียบกับสถานที่อื่นๆ ที่คล้ายคลึง ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.86) อันดับ 3 ในระดับสูง($\bar{X}$ = 3.86) อันดับ 4 ความคุ้มค่ากับเวลาและความพยายามในระดับสูง ($\bar{X}$ = 3.86)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง

ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง ของผู้ตอบแบบสอบถามการเดินทางในอีก 2 ปีข้างหน้า ความรู้สึกต่อประสบการณ์ไปเยือนประเทศญี่ปุ่น การแนะนำประเทศญี่ปุ่นให้ผู้อื่นต่อ โดยใช้สถิติแบบความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 36 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางในอีก 2 ปีข้างหน้า

การเดินทางในอีก 2 ปีข้างหน้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ไปอีก	415	86.64
2. ไม่ไป	4	0.84
3.ไม่แน่ใจ	60	12.53
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 36 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ จำแนกตามการเดินทางในอีก 2 ปีข้างหน้า พบว่า ส่วนใหญ่ไปอีกในอีก 2 ปี จำนวน 415 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 86.64 รองลงมา ไม่แน่ใจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 12.53 และ กลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด ไม่ไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.84

ตารางที่ 37 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้สึกต่อประสบการณ์ไปเยือนประเทศญี่ปุ่น

ความรู้สึกต่อประสบการณ์ไปเยือนประเทศญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ได้รับประสบการณ์ที่แย่มาก และฉันจะไม่กลับมาที่นี่อีก	0	0
2. ได้รับประสบการณ์ที่ดี แต่ฉันยังไม่รู้ว่าจะกลับมาที่นี่อีกครั้งหรือไม่	112	23.38
3.ได้รับประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมมาก และจะกลับมาอีกแน่นอน	367	76.62
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 37 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ จำแนกตามความรู้สึกต่อประสบการณ์ไปเยือนประเทศญี่ปุ่น พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมมาก และจะกลับมาอีกแน่นอน จำนวน 367 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 76.62 และได้รับประสบการณ์ที่ดี แต่ฉันยังไม่รู้ว่าจะกลับมาที่นี่อีกครั้งหรือไม่ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 23.38

ตารางที่ 38 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแนะนำประเทศญี่ปุ่นให้ผู้อื่นต่อ

การแนะนำประเทศญี่ปุ่นให้ผู้อื่นต่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. จะแนะนำ	471	98.33
2. ไม่แนะนำ	0	0
3. ไม่แน่ใจ	8	1.67
รวม	**479**	**100.00**

จากตารางที่ 38 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ จำแนกตามการแนะนำประเทศญี่ปุ่นให้ผู้อื่นต่อ พบว่า ส่วนใหญ่จะแนะนำประเทศญี่ปุ่นให้ผู้อื่นต่อจำนวน 471 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 98.33 และไม่แน่ใจจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบค่า t = 3.41

<u>สมมติฐานข้อที่ 1</u>

ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง

H_0 : ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ไม่อยู่ในระดับสูง

H_1 : ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 39 การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	T	Sig. (2-tailed)
1. วัฒนธรรมท้องถิ่น	4.05	0.618	22.909	.000**
2. แคมเปญพิเศษ	3.86	0.676	14.642	.000**
3. การต้อนรับ	4.21	0.642	27.414	.000**
4. โครงสร้างพื้นฐาน	4.40	0.531	41.060	.000**
5. จุดหมายปลายทาง	4.38	0.515	41.538	.000**
6. การเดินทาง	3.43	0.932	0.667	.505
7. คุณภาพด้านการบริการ	4.38	0.583	36.437	.000**
8. ภูมิศาสตร์กายภาพ	4.34	0.611	33.284	.000**
9. ความผูกพันต่อสถานที่	4.04	0.688	20.076	.000**
10. เอกลักษณ์	4.27	0.587	32.370	.000**

หมายเหตุ : ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 39 ผลการทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบด้วยค่า t = 3.41 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง ($\bar{X}$ = 4.05)

ผลการทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวด้านแคมเปญพิเศษ โดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบด้วยค่า t = 3.41 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านแคมเปญพิเศษ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง ($\bar{X}$ = 3.86)

ผลการทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านการต้อนรับโดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบด้วยค่า t = 3.41 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านการต้อนรับ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง ($\overline{X}$ = 4.21)

ผลการทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานโดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบด้วยค่า t = 3.41 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐาน อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง ($\overline{X}$ = 4.40)

ผลการทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านจุดหมายปลายทางโดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบด้วยค่า t = 3.41 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านจุดหมายปลายทาง อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง ($\overline{X}$ = 4.38)

ผลการทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง โดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบด้วยค่า t = 3.41 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .505 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ไม่อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มไม่สูง ($\overline{X}$ =3.43)

ผลการทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านคุณภาพด้านการบริการโดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบด้วยค่า t = 3.41 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านคุณภาพด้านการบริการ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง ($\overline{X}$ = 4.38)

ผลการทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวด้านภูมิศาสตร์กายภาพ โดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบด้วยค่า t = 3.41 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านภูมิศาสตร์กายภาพ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง ($\overline{X}$ = 4.34)

ผลการทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านความผูกพันต่อสถานที่ โดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบด้วยค่า t = 3.41 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านความผูกพันต่อสถานที่ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง ($\overline{X}$ = 4.04)

ผลการทดสอบปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวด้าน เอกลักษณ์ โดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample T-test) โดยทดสอบด้วยค่า t = 3.41 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง ($\overline{X}$ = 4.27)

บทที่ 5
บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การเสนอรายงานผลการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการวิจัยได้นำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น เก็บรวบรวมมาได้ จำนวน 479 คน มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติและทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่น
3. เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดกิจกรรมหรือรูปแบบการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นให้ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้น

ซึ่งในการวิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น สามารถสรุปผลการวิจัยออกเป็น 6 ส่วน ดังต่อไปนี้

<u>ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม</u>

จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้จำแนกตามเพศ พบว่า

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 68.06.00 และเพศชายจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 31.94

ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 ปี แต่ไม่ถึง 36 ปี มากสุด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 44.26

ด้านสถานภาพ มีสถานภาพโสดมากสุดจำนวน 296 คน คิดเป็น ร้อยละ 61.80

ด้านการศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากสุด จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 61.17

ด้านอาชีพ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนมากสุด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 55.11 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ12.53

ด้านรายได้ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 มีมากสุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 24.63 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80

ด้านที่พักอาศัย พักอาศัยอยู่ใน กรุงเทพฯและปริมณฑล มากสุด จำนวน 406 คน คิดเป็นร้อยละ 84.76

<u>ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศญี่ปุ่น</u>

จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ พบว่าส่วนใหญ่สนใจรูปแบบการท่องเที่ยวแบบ ช๊อปปิ้ง จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 13.67 รองลงมา สนใจรูปแบบการท่องเที่ยวใน สถานที่ประวัติศาสตร์ต่างๆ จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 11.28 วัด/ศาลเจ้า จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 งานวัฒนธรรมและประเพณี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 10.09 และกลุ่มตัวอย่างที่ต่ำกว่า ร้อยละ 10.00 อีก 10 อันดับ

มีการเดินทางไปท่องเที่ยวช่วงปี 2016 มากสุด จำนวน 216คน คิดเป็นร้อยละ 45.09 รองลงมา เดินทางไปท่องเที่ยวช่วงปี 2017 จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 21.71

สนใจวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยวิธีการเดินทางด้วยตนเองมากสุด จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 61.17 รองลงมา สนใจวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดย ใช้บริการบริษัททัวร์ (เต็มรูปแบบ) จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 29.02

สนใจรูปแบบแพ็คเกจการเดินทางแบบ บริการเต็มรูปแบบ (รวมทุกอย่าง ยกเว้นค่าใช้จ่ายส่วนตัว) มากสุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 42.59 รองลงมา สนใจรูปแบบแพคเกจการเดินทางแบบ ตั๋วเครื่องบิน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 21.09

ส่วนใหญ่สนใจลักษณะเดินทางไปกับสมาชิกในครอบครัว/ญาติ มากสุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 36.12 รองลงมาสนใจลักษณะเดินทางไป กับเพื่อนจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 33.61

ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเตอร์เน็ต มากสุด จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 34.13 รองลงมาทราบข้อมูลจาก เพื่อน/ครอบครัว/ญาติ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 13.84

ส่วนใหญ่สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ ระหว่าง 4-6 วันมากสุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมา สามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ ระหว่าง 6-8 วัน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 27.77

ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พักระหว่าง1,500-3,500 บาท มากสุด จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 55.53 รองลงมา มีงบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พัก น้อยกว่า 1,500 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 21.29

ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ(Shopping) ระหว่าง 10,000-40,000 บาท มากสุด จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 64.72 รองลงมา มีงบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ(Shopping) น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 21.09

มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้งในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นมากสุด ระหว่าง 30,000-50,000 บาท จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 45.72 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อครั้งในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นระหว่าง 50,001-70,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 27.56

ส่วนใหญ่ ฤดู/เดือน ที่คิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุดในญี่ปุ่นคือ ฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม-พฤษภาคม) มากสุด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมา ฤดูหนาว (ธันวาคม-กุมภาพันธ์) จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 31.11

ส่วนใหญ่สนใจสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบ โรงแรม มากสุด จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 39.16 รองลงมา สนใจสถานที่พักขณะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ Ryokan (ห้องพักสไตล์ญี่ปุ่น) จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20

ส่วนใหญ่สนใจรูปแบบอาหารขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแบบ อาหารประจำท้องถิ่น มากสุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 23.92 รองลงมา แบบ Set Menu, อาหารชุด จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 20.78

สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท ขนม มากสุด จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 13.11 รองลงมา สนใจประเภทสินค้าญี่ปุ่นประเภท อาหาร/ผลไม้ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 10.68

ส่วนใหญ่คิดว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นคือ ค่าใช้จ่ายสูงมากสุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 44.47 รองลงมา คือ อุปสรรคด้านภาษา จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 31.32

<u>ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น</u>

จากผลการวิจัย สรุปความคิดเห็นระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น เรียงตามด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

1. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.05 (S.D. = 0.804) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า

อันดับ 1 คือ โอกาสที่ได้สัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลายตามวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.21 (S.D. = 0.671) และ อันดับ 2 คือ ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่น เช่น การเยี่ยมชมสถานที่จริง มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.06 (S.D. = 0.724)

2. ด้านแคมเปญพิเศษ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.675) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า อันดับ 1 คือ มีงานเทศกาลและเหตุการณ์ที่ตัวท่านสนใจในประเทศญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.13 (S.D. = 0.745) และ อันดับ 2 คือ มีกิจกรรมพิเศษที่ไม่สามารถพบเจอได้บ่อยครั้งในประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.95 (S.D. = 0.876)

3. ด้านการต้อนรับ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.21 (S.D. = 0.642) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า อันดับ 1 คือ ความเป็นมิตรไมตรีของชาวญี่ปุ่นต่อนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.30 (S.D. = 0.711) และ อันดับ 2 คือ คนในท้องถิ่นของญี่ปุ่นให้ความช่วยเหลือ แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.28 (S.D. = 0.720)

4. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.40 (S.D. = 0.531) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า อันดับ 1 คือ โครงสร้างพื้นฐานของประเทศญี่ปุ่นมีมาตรฐานสูง มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.67 (S.D. = 0.586) และ อันดับ 2 คือ การออกแบบสาธารณูปโภคของญี่ปุ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.55 (S.D. = 0.621)

5. ด้านจุดหมายปลายทาง มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.38 (S.D. = 0.515) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า อันดับ 1 คือ สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่สะอาดส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.53 (S.D. = 0.605) และ อันดับ 2 คือ สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่ปลอดภัยส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.48 (S.D. = 0.639)

6. ด้านการเดินทาง มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.43 (S.D. = 0.932) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า อันดับ 1 คือ ความไม่สะดวกในการเดินทางยังจุดหมายปลายทางที่ต่างๆในญี่ปุ่นส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.49 (S.D. = 1.036) และ อันดับ 2 คือ การใช้เวลาเดินทางนานกว่าจะถึงจุดหมายปลายทางแต่ละที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.46 (S.D. = 0.980)

7. ด้านคุณภาพการบริการ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.38 (S.D. = 0.583) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า อันดับ 1 คือ พนักงานให้การบริการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.40 (S.D. = 0.616) และ อันดับ 2 คือ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.37 (S.D. = 0.621)

8. ด้านภูมิศาสตร์กายภาพ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.34 (S.D. = 0.611) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า อันดับ 1 คือ การที่ประเทศญี่ปุ่นมีแรงบัลดาลใจในการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.36 (S.D. = 0.670) และ อันดับ 2 คือ ระบบนิเวศของญี่ปุ่นที่แตกต่างกับประเทศไทยส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.35 (S.D. = 0.694)

9. ด้านความผูกพันต่อสถานที่ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 (S.D. = 0.739) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า อันดับ 1 คือ ประเทศญี่ปุ่นมีสถานที่น่าสนใจมากมายที่ตัวท่านต้องการไปเยือน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.34 (S.D. = 0.700) และ อันดับ 2 คือ วัฒนธรรมญี่ปุ่นสร้างสายใยความผูกพันต่อตัวท่านหรือครอบครัว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.870)

10. ด้านเอกลักษณ์ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.27 (S.D. = 0.587) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า อันดับ 1 คือ เอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหารญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.43 (S.D. = 0.680) และ อันดับ 2 คือ ท่านได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.50 (S.D. = 0.858)

<u>ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ</u>

จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า ระดับความพึงพอใจ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก พบว่า อันดับ 1 คือ ภาพรวมความพึงพอใจกับการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.47 (S.D. = 0.574) และ อันดับ 2 คือ สถานที่ท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นเปรียบเทียบกับสถานที่อื่นๆที่คล้ายคลึง มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = 0.600)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง

จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ พบว่าส่วนใหญ่จะเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น อีกในอีก 2 ปีนี้ จำนวน 415 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 86.64 รองลงมา ไม่แน่ใจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 12.53 ส่วนใหญ่ได้รับประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมมากจากการเดินทางในครั้งนี้ และจะกลับมาอีกแน่นอน จำนวน 367 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 76.62 และได้รับประสบการณ์ที่ดี แต่ฉันยังไม่รู้ว่าจะกลับมาที่นี่อีกครั้งหรือไม่ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 23.38 และส่วนใหญ่จะแนะนำประเทศญี่ปุ่นให้ผู้อื่นต่อ จำนวน 471 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 98.33 และ ไม่แน่ใจจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67

ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายรูปแบบ สรุปได้ว่า

1) ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง

2) ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านแคมเปญพิเศษ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง

3) ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านการต้อนรับ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง

4) ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐาน อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง

5) ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านจุดหมายปลายทาง อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง

6) ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ไม่อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มไม่สูง

7) ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านคุณภาพด้านการบริการ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง

8) ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านภูมิศาสตร์กายภาพ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง

9) ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านความผูกพันต่อสถานที่ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง

10) ค่าเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านเอกลักษณ์ อยู่ในระดับสูง หมายความว่ามีแนวโน้มสูง

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น สามารถนำผลวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ด้านการพฤติกรรมการท่องเที่ยว

สามารถนำมาจัดพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ 2 รูปแบบดังนี้

แบบเดินทางด้วยตนเอง มีระยะเวลาท่องเที่ยว 4-6 วัน เดินทางพร้อมญาติหรือครอบครัว งบค่าใช้จ่ายที่พักแบบโรงแรม คืนละ 1,500-3,500 บาท งบใช้จ่ายต่อการไปญี่ปุ่นทั้งหมด 30,000-50,000 บาท เดินทางช่วงฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม-พฤษภาคม) รับประทานอาหารแบบท้องถิ่น ท่องเที่ยวแบบ ซื้อของและเยี่ยมชม สถานที่ประวัติศาสตร์ วัด ศาลเจ้า และงานวัฒนธรรมประเพณี แหล่งซื้อของได้แก่แหล่งค้าขายขนม อาหาร ผลไม้

แบบบริการเต็มรูปแบบ (รวมทุกอย่าง ยกเว้นค่าใช้จ่ายส่วนตัว) มีระยะเวลาท่องเที่ยว 4-6 วัน เดินทางพร้อมญาติหรือครอบครัว ที่พักแบบโรงแรม หรือ Ryokan (ห้องพักสไตล์ญี่ปุ่น) งบใช้จ่ายต่อการไปญี่ปุ่นทั้งหมด 30,000-50,000 บาท และ 50,000-70,000 บาท เดินทางช่วงฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม-พฤษภาคม) หรือ ฤดูหนาว (ธันวาคม-กุมภาพันธ์) รับประทานอาหารแบบท้องถิ่น ท่องเที่ยวแบบ ซื้อของและเยี่ยมชม สถานที่ประวัติศาสตร์ วัด ศาลเจ้า และงานวัฒนธรรมประเพณี แหล่งซื้อของได้แก่แหล่งค้าขายขนม อาหาร ผลไม้ ไม่สอดคล้องกับ (ธัญชนก แวงแก้ว. 2557) ศึกษาเกี่ยวกับ “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่น” ผลการศึกษาพบว่า เป็นการท่องเที่ยวในระยะสั้นไม่เกิน 5 วัน ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาท แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ต การเดินทางใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมากกว่าการจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

ดังนั้น ในการจัดทำรูปแบบการท่องเที่ยวควรจัดแพคเกจภายในงบประมาณ 50,000 บาทต่อครั้ง ระยะเวลาท่องเที่ยว 4-6 วัน และจัดสรรเวลาในการท่องเที่ยวให้เหมาะสม เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ มากที่สุดและจะทำให้เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น ด้านการซื้อของ มักนิยมซื้อ ขนม อาหาร และผลไม้ ซึ่งหากจัดทำตารางการท่องเที่ยวที่ได้ไปในแหล่งที่มีขนม อาหารและผลไม้ จะช่วยดึงดูดความสนใจของชาวไทย และ ผู้ที่ไปท่องเที่ยวต่างก็สนใจในความเป็นกลิ่นอายของความเป็นญี่ปุ่น ในการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวก็ต้องไม่ลืมจุดเด่นที่สำคัญ เช่น อาหารพื้นเมือง สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

1. ด้านปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

ผลจากการวิจัย พบว่า วัฒนธรรมท้องถิ่น แคมเปญพิเศษ การต้อนรับ โครงสร้างพื้นฐาน จุดหมายปลายทาง คุณภาพด้านการบริการ ภูมิศาสตร์กายภาพ ความผูกพันต่อสถานที่ และ เอกลักษณ์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาก สอดคล้องกับ จอง ฮยอล คิม (Jong Hyeong Kim. 2014) ศึกษาเกี่ยวกับ "ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว" ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่สนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีผลต่อประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (การเดินทาง) ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ลักษณะทางภูมิศาสตร์ กิจกรรมและเทศกาล การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทาง คุณภาพการให้บริการ การต้อนรับ ความผู้พันในแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างสิ่งอานวยความสะดวกที่มีเอกลักษณ์ และ (พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. 2555) ศึกษาเกี่ยวกับ "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำ ในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจต่อด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด

ดังนั้นเพื่อการจัดกิจกรรมหรือรูปแบบการท่องเที่ยวญี่ปุ่นให้ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงควร คำนึงถึงปัจจัยวัฒนธรรมท้องถิ่น แคมเปญพิเศษ การต้อนรับ โครงสร้างพื้นฐาน จุดหมายปลายทาง คุณภาพด้านการบริการ ภูมิศาสตร์กายภาพ ความผูกพันต่อสถานที่ และเอกลักษณ์ ปรับปรุงและพัฒนา รวมถึงจัดทำรูปแบบที่เหมาะสม ต่อการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นความต้องการมาเยือนและความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ยังมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ ที่ไม่ได้ทำการศึกษา ดังนั้นควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อให้ทราบรายละเอียดที่ชัดเจนมายิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาเพิ่มเติม เกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนโครงสร้างคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เพื่อจะนำผลมาปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กอง บก.ข่าวต่างประเทศ. (2559). **นายกญี่ปุ่นตั้งเป้าเพิ่มยอดนักท่องเที่ยวสองเท่าเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ.** สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2559, จาก http://ostatic.tnamcot com /content/436122.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2551). **สถิติสำหรับงานวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์.

กัลยา สมมาตร. (2541). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กาญจนา อรุณสุขรุจี. (2546). **ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการจังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ก่อกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วังอักษร.

จรรยา เหล่าชำนาญวุฒิ. (2556). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ญาณวุฒิ อภิวงค์. (2554). **แนวทางพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อประโยชน์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสร้างผลประโยชน์ต่อคนในชุมชนของบ้านม้งดอยปุย ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธัญชนก แววแก้ว. (2557). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลี หรือญี่ปุ่น.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ธานินทร์ ศิลป์ จารุ. (2555). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

นพรัตน์ จวงพุ่ม. (2550). **ศักยภาพของโรงพยาบาลในการรองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นพวรรณ พรมเพ็ญ. (2558). **การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ ของจังหวัดสุโขทัย.** การค้นคว้าอิสระ ศศ.บ. (การบริหารการศึกษา). พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** นนทบุรี : เฟิร์นข้าหลวง พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). **การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำ ในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

มนตรี ปราบสูงเนิน. (2551). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณน้ำตกพลิ้ว ในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี.** วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การบริหารทรัพยากร). เชียงราย : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงราย.

วัฒนชัย ชูมาก. (2544). **แรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาสมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิภาวี พลรัตน์. (2551). **การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางน้ำ : กรณีศึกษาย้อนรอยเส้นทางประวัติศาสตร์อดีตราชธานีกรุงธนบุรี.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริชัย พงศ์วิชัย. (2558). **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2550). **การวิจัยธุรกิจ.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรินญา มาลัยวงศ์; วารุณี เลาหบุตร; และณัฐพัชร์ ทองมา. (2556). **การจัดรายการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : บริษัท เฟิร์สเวิล์ด ทัวร์ จำกัด.** การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.

ศุภกร พีรัตน์. (2557). **การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับความชอบและปัจจัยด้านสินค้าของประเทศญี่ปุ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น ของประชากรในเขตจังหวัดอุดรธานี.** สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สมบัติ พุทธประสิทธิ. (2550). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาล: ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลทุ่งสะเดา อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา.** วิทยานิพนธ์ รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์). ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตเกียว. (2559). **สถานการณ์การท่องเที่ยวของญี่ปุ่นในช่วงตลอดปี 2558.** สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2559, จาก http://www.thaiembassy.jp/rte3/index.php?option=com_content&view=article&id=2815%3A-2558&catid=57%3A2014-04-30-02-27-40&Itemid=4.

สายจิตร สุขสงวน. (2546). **พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการหอสมุดกองทัพอากาศของข้าราชการทหารอากาศ.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สิรินาถ นุชัยเหล็ก. (2541). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต.** วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อรรถพร คำคม. (2546). **การให้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการฝ่ายกิจการสาขากรุงเทพฯและปริมณฑล.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อุราวรรณ สุขเกษม. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำ.** การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.

A. H. Maslow. (1970). **Motivation and Personality.** New York : Harper and Row Publishers.

Cochran. (1977). **Sampling Techniques.** New York : Wiley.

Cronbach. (1990). **Coefficient Alpha and Internal Structure of Tests.** Retrieved April 2, 2016, from https://www.psychometricsociety.org/sites/default/files/cronbach_citation_classic_alpha.pdf.

Figini; and Vini. (2012). Off-Season Tourists and the Cultural Offer of a Mass-Tourism Destination : The Case of Rimini. **The Rimini Center for Economic Analysis.** 24(10) : 1-28.

Rovinelli; and Hambleton. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. **Dutch Journal of Educational Research.** 2 : 49-60.

Japan National Tourism Organization. (2017). **JNTO Japan Travel Data Handbook 2016 (20 Markets Around the World).** Retrieved January 21, 2017, from http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/datahandbook.html.

Japan National Tourism Organization. (2559). **ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น.** สืบค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2559, จาก http://www.jnto.or.th/information/japan-overview/overview-of-japan/.

Jong Hyeon Kim. (2014). The Antecedents of Memorable Tourism Experiences. **Tourism Management.** 44 : 34-45.

Kotler; and Armstrong. (2002). **Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control.** 10th ed. New York : Prentice-Hall International Inc.

Manjula Chaudhary. (2000). India's Image as a Tourist Destination. **Tourism Management.** 21 : 293-297.

MGR Online. (2559). **นายกฯ อาเบะ ตั้งเป้าเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็น 2 เท่าภายในปี 2020.** สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2559, จาก http://www.manager.co.th/Around/ViewNews.aspx?NewsID=9590000032798.

Paolo Figini; and Laura Vici. (2012). Off-Season Tourists and the Cultural Offer of a Mass-Tourism Destination : The Case of Rimini. **The Rimini Center for Economic Analysis.** 24(10) : 1-28.

S. M. Freud. (1964). **Group Psychology and the Analysis of Ego Sigmund Freud.** New York : Bantam Books.

TNI-CBRS. (2015). Top 5 Asia Visitor to Japan Trend of the Number of Major Foreign Visitors. **The Contribution of Tourism Industry to National employment and income : Japan and Thailand Inbound-Outbound Relationship. Tourism Contest.** October 15, 2016, Tokyo Japan : Toyo University. p. 14-19.

Travel Voice. (2016). **Calculate the Influence on the Japanese Economy Brought by the Tourism Industry-WTTC Forecast.** Retrieved December 12, 2016, from https://www.travelvoice.jp/20160510-66493.

Wang; et al. (2012). Tourist Experience and Wetland parks: A Case of Zhejiang, China. **Annals of Tourism Research.** 39(4) : 1,763-1,778.

Wolman; and Benjamin B. (1973). **Dictionary of Behavioral Science.** San Diego : Van Nostand Reinheld Company.

Li; et al. (2011). When East Meets West : An Exploratory Study on Chinese Outbound Tourists' Travel Expectations. **Tourism Management.** 32(4) : 741-749.

Xue Peng. (2013). A Study on the Tourism Destination Image of Japan in the Chinese Market. **Working Paper Series.** 9 : 1-17.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน ประเทศญี่ปุ่น

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ในประเทศญี่ปุ่น

ตอนที่ 4 ระดับความพึงพอใจ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง

ข้อมูลของท่านมีคุณค่าต่อการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านตอบทุกคำถามอย่างตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่น

ชลกร ศรีใหม่
นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
สถาบันเทคโนโลยีไทย–ญี่ปุ่น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในตัวเลขที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ [ ] ชาย [ ] หญิง
2. อายุ [ ] ต่ำกว่า 25 ปี [ ] 25-35 ปี
   [ ] 36- 45 ปี [ ] มากกว่า 45 ปี
3. สถานะภาพ [ ] โสด [ ] สมรส [ ] หม้าย/หย่าร้าง
4. ระดับการศึกษา
   [ ] ต่ำกว่าปริญญาตรี [ ] ปริญญาตรี
   [ ] ปริญญาโท [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. อาชีพ
   [ ] นักเรียน/นักศึกษา
   [ ] ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
   [ ] พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน
   [ ] ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
   [ ] ประกอบอาชีพอิสระ
   [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ต่อเดือน
   [ ] ต่ำกว่า 15,000 บาท [ ] 15,001-25,000บาท [ ] 25,001-35,000บาท
   [ ] 35,001-45,000บาท [ ] 45,001-55,000บาท [ ] มากกว่า 55,001 บาท
7. ปัจจุบันท่านพักอยู่ในพื้นที่ใด [ ] กรุงเทพฯ และปริมณฑล [ ] ต่างจังหวัด

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY TNI

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน ประเทศญี่ปุ่น

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในตัวเลขที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านที่สุด

1. รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใดที่ท่านสนใจ 5 อันดับแรก

[ ] ทะเล [ ] ถ้ำ/ภูเขา [ ] ฟาร์ม [ ] สวนดอกไม้/ผลไม้ [ ] ดูดาว

[ ] สถานที่ประวัติศาสตร์ต่างๆ [ ] งานวัฒนธรรมและประเพณี

[ ] วิถีชีวิตในชนบท [ ] วัด/ศาลเจ้า

[ ] ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น อบทรายร้อน)

[ ] เรียนรู้ภูมิปัญญาต่างๆ [ ] ท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

[ ] ช๊อปปิ้ง

[ ] การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (ได้รางวัลท่องเที่ยวฟรี)

2. ท่านเคยเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุดเมื่อไหร่

[ ] ปี 2017 (ปัจจุบัน) [ ] ปี2016 (ปีที่แล้ว) [ ] ปี 2015

[ ] ปี 2014 [ ] ปี 2013 [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยวิธีใดมากที่สุด **(ตอบเพียง 1 ข้อ)**

[ ] เดินทางด้วยตนเอง

[ ] ใช้บริการแพคเกจทัวร์ (เช่น ทัวร์ One day, เฉพาะค่าเครื่องบิน+ที่พัก เป็นต้น)

[ ] ใช้บริการบริษัททัวร์ (เต็มรูปแบบ)

[ ] ใช้บริการไกด์ประจำท้องถิ่นนั้นๆ

[ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. แพคเกจการเดินทางแบบใดที่ท่านสนใจ **(ตอบเพียง 1 ข้อ)**

[ ] บริการเต็มรูปแบบ (รวมทุกอย่าง ยกเว้นค่าใช้จ่ายส่วนตัว)

[ ] ตั๋วเครื่องบิน+ที่พัก+รถไฟ

[ ] ตั๋วเครื่องบิน+ที่พัก

[ ] ตั๋วเครื่องบิน

[ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในลักษณะใดมากที่สุด **(ตอบเพียง 1 ข้อ)**

[ ] เดินทางไปคนเดียว [ ] เดินทางไปกับแฟน/คู่รัก

[ ] เดินทางไปกับเพื่อน [ ] เดินทางไปกับสมาชิกในครอบครัว/ญาติ

[ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวญี่ปุ่นจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[ ] การท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น (JNTO) [ ] บริษัทนำเที่ยว

[ ] หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/แผ่นพับ [ ] งานมหกรรมการท่องเที่ยว

[ ] อินเตอร์เน็ต [ ] โทรทัศน์/วิทยุ

[ ] เพื่อน/ครอบครัว/ญาติ

7. จำนวนวันเฉลี่ยที่ท่านสามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ในแต่ละครั้ง (ตอบเพียง 1 ข้อ)

[ ] น้อยกว่า 4 วัน [ ] ระหว่าง 4-6 วัน [ ] ระหว่าง 6-8 วัน

[ ] ระหว่าง 8-10 วัน [ ] มากกว่า 10 วัน

8. ท่านมีงบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พักคืนละเท่าไหร่

[ ] น้อยกว่า 1,500 บาท [ ] 1,500-3,500 บาท

[ ] 3,501-5,500 บาท [ ] มากกว่า 5,501 บาท ขึ้นไป

9. ท่านมีงบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ (Shopping) ครั้งละเท่าไหร่ (ต่อการเดินทาง 1 ครั้ง)

[ ] น้อยกว่า 10,000 บาท [ ] 10,000-40,000 บาท

[ ] 40,001-80,000 บาท [ ] 80,001 บาท ขึ้นไป

10. ค่าใช้จ่ายรวม เฉลี่ยต่อครั้งเฉพาะของท่าน ในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

[ ] น้อยกว่า 30,000 บาท [ ] 30,000-50,000 บาท

[ ] 50,001-70,000 บาท [ ] มากกว่า 70,001 บาท

11. ฤดู/เดือน ที่ท่านคิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุดในญี่ปุ่น **(ตอบเพียง 1 ข้อ)**

[ ] ฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม-พฤษภาคม)

[ ] ฤดูร้อน (มิถุนายน-สิงหาคม)

[ ] ฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน-พฤศจิกายน)

[ ] ฤดูหนาว (ธันวาคม-กุมภาพันธ์)

12. หากท่านเดินทางไปท่องเที่ยวใน ประเทศญี่ปุ่น สถานที่พักแบบใดที่สนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[ ] โรงแรม [ ] Ryokan (ห้องพักสไตล์ญี่ปุ่น) [ ] Guesthouse (เช่น มินชุกุ)

[ ] Hostel [ ] ที่พักแบบ Dormitory (ห้องพักรวม)

[ ] Capsule Hotel [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. รูปแบบอาหารที่ท่านสนใจ ขณะท่องเที่ยวใน ประเทศญี่ปุ่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[ ] บุฟเฟ่ [ ] Set Menu, อาหารชุด [ ] Bento (ข้าวกล่องญี่ปุ่น)

[ ] อาหารประจำท้องถิ่น [ ] อาหาร ไคเซกิ (อาหารชุดญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม)

[ ] ข้าวกล่องตามสถานีรถไฟ (Eki Ben) [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. สินค้าญี่ปุ่นประเภทไหนที่ท่านชื่นชอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[ ] อาหาร/ผลไม้ [ ] สินค้าจากคาแรคเตอร์ตัวการ์ตูน

[ ] ขนม [ ] ผลิตภัณฑ์บำรุงต่างๆ (ผิว, ผม)

[ ] เครื่องดื่มประเภทต่างๆ [ ] เครื่องหนัง/กระเป๋า/รองเท้า/แว่นตานาฬิกาข้อมือ

[ ] เครื่องใช้ไฟฟ้า/อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ [ ] อาหารเสริม/ยา

[ ] เครื่องสำอาง [ ] ของตกแต่งบ้านและรถ

[ ] น้ำหอม [ ] สินค้ากระจุกกระจิก (ของชิ้นเล็กๆ/D.I.Y เป็นต้น)

[ ] เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ/สินค้าแฟชั่น

[ ] สินค้าแฮนด์เมดพื้นบ้าน

[ ] เครื่องเขียนและอุปกรณ์

[ ] เครื่องมือเครื่องใช้ภายในครัว

[ ] ของเล่นสำหรับเด็ก

[ ] หนังสือ/นิตยสาร/นวนิยาย/การ์ตูน

[ ] สินค้าจากศาลเจ้า เช่น เครื่องราง Omamori

[ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. ท่านคิดว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น คือ

[ ] อุปสรรคด้านภาษา

[ ] ใช้เวลาในการเดินทางนาน

[ ] ค่าใช้จ่ายสูง

[ ] มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้อย

[ ] มีสายการบินไปยังเมืองที่ต้องการน้อย

[ ] ขาดแคลนมัคคุเทศก์ที่เชี่ยวชาญ/ชำนาญ

[ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ตรงกับระดับความเห็นท่านในแต่ละข้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4 เห็นด้วย	3 ปานกลาง	2 ไม่เห็นด้วย	1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
วัฒนธรรมท้องถิ่น					
1. มีโอกาสที่ได้สัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลายตามวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่น					
2. ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่น เช่น การเยี่ยมชมสถานที่จริง					
3. ได้สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นในประเทศญี่ปุ่น เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมในท้องถิ่น					
แคมเปญพิเศษ					
4. ได้มีโอกาสเข้าร่วม/ชม การแข่งขันของแต่ละจังหวัดในประเทศญี่ปุ่น					
5. มีกิจกรรมพิเศษที่ไม่สามารถพบเจอได้บ่อยครั้งในประเทศไทย เช่น ใส่ Kimono					
6. มีเหตุการณ์พิเศษที่น่าสนใจในญี่ปุ่น เช่น การเปิดตัวสินค้าใหม่ เป็นต้น					
7. มีงานเทศกาลและเหตุการณ์ที่ตัวท่านสนใจในประเทศญี่ปุ่น					
การต้อนรับ					
8. ความเป็นมิตรไมตรีของชาวญี่ปุ่นต่อนักท่องเที่ยว (ชาวญี่ปุ่นเป็นคน Friendly)					
9. คนในท้องถิ่นของญี่ปุ่นให้ความช่วยเหลือ แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี					
10. คนในท้องถิ่นของญี่ปุ่นให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว					
โครงสร้างพื้นฐาน					
11. การออกแบบสาธารณูปโภคของญี่ปุ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (เช่น ห้องน้ำ)					
12. โครงสร้างพื้นฐานของประเทศญี่ปุ่นมีมาตรฐานสูง เช่น รถไฟ Shinkansen					
13. มีป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจน					
14. มีข้อมูลการท่องเที่ยวที่ดีและหาได้ทั่วไป					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4 เห็นด้วย	3 ปานกลาง	2 ไม่เห็นด้วย	1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
จุดหมายปลายทาง					
15. การจราจรของญี่ปุ่นที่ไม่คับคั่ง (มีการจัดการจราจรได้ดี รถไม่ติด) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
16. สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่สะอาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
17. สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่มีกลิ่นสดชื่นและไม่มีกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ ในขณะท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
18. สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่ปลอดภัยส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
การเดินทาง					
19. ความสะดวกในการเดินทางมายังจุดหมายปลายทางส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
20. การใช้เวลาเดินทางที่ยาวนานส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
21. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณข้างเคียงส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
คุณภาพการบริการ					
22. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
23. พนักงานให้บริการในสไตล์ญี่ปุ่นอย่างดี (Omotenashi) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
24. พนักงานให้การบริการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
ภูมิศาสตร์กายภาพ					
25. ระบบนิเวศของญี่ปุ่นที่แตกต่างกับประเทศไทยส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
26. ประเทศญี่ปุ่นมีการอนุรักษ์พื้นที่ป่าสงวนได้อย่างดีนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
27. การที่ประเทศญี่ปุ่นมีแรงบัลดาลใจในการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4 เห็นด้วย	3 ปานกลาง	2 ไม่เห็นด้วย	1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความผูกพันต่อสถานที่					
28. ชาวญี่ปุ่นมีความเป็นชาตินิยมสูง ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
29. วัฒนธรรมญี่ปุ่นสร้างสายใยความผูกพันต่อตัวท่านหรือครอบครัว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
30. ประเทศญี่ปุ่นมีสถานที่น่าสนใจมากมายที่ตัวท่านต้องการไปเยือน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
เอกลักษณ์					
31. สถาปัตยกรรมของญี่ปุ่น(เช่น ปราสาท)ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
32. เอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหารญี่ปุ่น (เช่น Sushi/ Sashimi) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					
33. สิ่งก่อสร้างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว(เช่น โตเกียวทาวเวอร์) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว					

ตอนที่ 4 ระดับความพึงพอใจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในตัวเลขที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. โดยภาพรวมคุณคิดว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับที่คุณคาดหวังไว้ก่อนการเดินทาง

[ ] หลังเดินทางแล้วรู้สึกแย่กว่าที่คาดหวังไว้อย่างมาก
[ ] หลังเดินทางแล้วรู้สึกแย่กว่าที่คาดหวัง
[ ] หลังเดินทางแล้วรู้สึกเป็นไปตามที่คาดหวัง
[ ] หลังเดินทางแล้วรู้สึกดีกว่าที่คาดหวัง
[ ] หลังเดินทางแล้วรู้สึกดีกว่าที่คาดหวังไว้มาก

2. ประสบการณ์ไปเยือนประเทศญี่ปุ่นนี้คุ้มค่ากับเวลาและความพยายามของคุณหรือไม่

[ ] ไม่คุ้มค่าอย่างที่สุด
[ ] ไม่คุ้มค่าเลย
[ ] คุ้มค่า
[ ] คุ้มค่ามาก
[ ] คุ้มค่าอย่างที่สุด

3. โดยภาพรวมคุณพึงพอใจกับการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นอย่างไร

[ ] ไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง [ ] ไม่พึงพอใจ

[ ] ปานกลาง [ ] พอใจ [ ] พอใจมาก

4. คุณประเมินสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไรบ้าง เมื่อเทียบกับสถานที่อื่นๆ ที่คล้ายคลึงกัน

[ ] แย่กว่าที่คิดไว้

[ ] แย่

[ ] ปานกลาง

[ ] ดีกว่า

[ ] ดีกว่ามาก

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในตัวเลขที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. ในอีกสองปีข้างหน้า คุณจะใช้วันหยุดเพื่อเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นอีกหรือไม่

[ ] ไปอีก

[ ] ไม่ไป

[ ] ไม่แน่ใจ

2. กรุณาอธิบายความรู้สึกโดยรวมของคุณเกี่ยวกับประสบการณ์ไปเยือนประเทศญี่ปุ่น

[ ] ได้รับประสบการณ์ที่แย่มาก และฉันจะไม่กลับมาที่นี่อีก

[ ] ได้รับประสบการณ์ที่ดี แต่ฉันยังไม่รู้ว่าจะกลับมาที่นี่อีกครั้งหรือไม่

[ ] ได้รับประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมมาก และจะกลับมาอีกแน่นอน

3. คุณจะแนะนำประเทศญี่ปุ่นให้เพื่อน หรือคนรู้จัก ไปท่องเที่ยวหรือไม่

[ ] จะแนะนำ

[ ] ไม่แนะนำ

[ ] ไม่แน่ใจ

“ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม”

ภาคผนวก ข.

ผลการตรวจคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผลการตรวจคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือก่อนดำเนินการวิจัยโดยการตรวจสอบความตรง (Validity) ซึ่งได้ผลดังต่อไปนี้

ผลการประเมินความตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบการประเมินเชิงเนื้อหาจากการคำนวณค่า IOC (Indexes of Item Objective Congruence) จากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านรวมทั้งหมด 3 ท่าน ให้ความคิดเห็น โดยกำหนดระดับความคิดเห็นแบ่งเป็น 3 ระดับ และนำผลความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์เพื่อหาความตรง (Validity) โดยกำหนดค่าแทนความคิดเห็นดังต่อไปนี้

- ให้ค่าเป็น 1 ถ้าผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่ต้องการวัด
- ให้ค่าเป็น 0 ถ้าผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่ต้องการวัด
- ให้ค่าเป็น -1 ถ้าผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า ข้อคำถามมีความไม่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่ต้องการวัด

ผลความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สรุปได้ดังนี้

คำถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

ข้อคำถาม	ค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ			ผลการคำนวณค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
พฤติกรรมการท่องเที่ยว				**1.80**
1. รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใดที่ท่านสนใจ	1	1	1	1.00
1.1 ทะเล	1	1	1	1.00
1.2 ถ้ำ/ภูเขา	1	1	1	1.00
1.3 ฟาร์ม	1	1	1	1.00
1.4 สวนดอกไม้/ผลไม้	1	1	1	1.00
1.5 ดูดาว	1	1	1	1.00
1.6 สถานที่ประวัติศาสตร์ต่างๆ	1	1	1	1.00

ข้อคำถาม	ค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ			ผลการคำนวณค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
1.7 งานวัฒนธรรมและประเพณี	1	1	1	1.00
1.8 วิถีชีวิตในชนบท	1	1	1	1.00
1.9 วัด/ศาลเจ้า	1	1	1	1.00
1.10 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	1	1	0	0.67
1.11 เรียนรู้ภูมิปัญญาต่างๆ	1	1	1	1.00
1.12 ท่องเที่ยวเชิงผจญภัย	1	1	1	1.00
1.13 ช๊อปปิ้ง	1	1	1	1.00
1.14 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล	1	0	1	0.67
2. ท่านเคยเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุดเมื่อไหร่	1	1	1	1.00
3. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยวิธีใดมากที่สุด	1	1	1	1.00
4. แพคเกจการเดินทางแบบใดที่ท่านสนใจ	1	1	1	1.00
5. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในลักษณะใดมากที่สุด	1	1	1	1.00
6. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวญี่ปุ่นจากแหล่งใดบ้า	1	1	1	1.00
7. จำนวนวันเฉลี่ยที่ท่านสามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นได้ในแต่ละครั้ง	1	1	1	1.00
8. ท่านมีงบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พักคืนละเท่าไหร่	1	1	1	1.00
9. ท่านมีงบประมาณในการใช้จ่ายซื้อของ(Shopping)ครั้งละเท่าไหร่	1	1	1	1.00
10. ค่าใช้จ่ายรวม เฉลี่ยต่อครั้งเฉพาะของท่าน ในการไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น	1	1	0	0.67
11. ฤดู/เดือน ที่ท่านคิดว่าน่าท่องเที่ยวที่สุดในญี่ปุ่น	1	1	1	1.00
12. หากท่านเดินทางไปท่องเที่ยวใน ประเทศญี่ปุ่น สถานที่พักแบบใดที่สนใจ	1	1	0	0.67
13. รูปแบบอาหารที่ท่านสนใจที่สุด ขณะท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น	1	1	0	0.67
14. สินค้าญี่ปุ่นประเภทไหนที่ท่านชื่นชอบ	1	1	0	0.67
15. ท่านคิดว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น คือ	1	1	1	1.00

คำถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

ข้อคำถาม	ค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ			ผลการคำนวณค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
วัฒนธรรมท้องถิ่น				**0.78**
1. มีโอกาสที่ได้สัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลายตามวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่น	1	1	1	1.00
2. ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่น	1	1	0	0.67
3. ได้สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นในประเทศญี่ปุ่น	1	1	0	0.67
แคมเปญพิเศษ				**0.91**
4. ได้มีโอกาสเข้าร่วม/ชม การแข่งขันของแต่ละจังหวัดในประเทศญี่ปุ่น	1	1	1	1.00
5. มีกิจกรรมพิเศษที่ไม่สามารถพบเจอได้บ่อยครั้งในประเทศไทย เช่น ใส่ Kimono	1	1	1	1.00
6. มีเหตุการณ์พิเศษที่น่าสนใจในญี่ปุ่น เช่น การเปิดตัวสินค้าใหม่ เป็นต้น	0	1	1	0.67
7. มีงานเทศกาลและเหตุการณ์ที่ตัวท่านสนใจในประเทศญี่ปุ่น	1	1	1	1.00
การต้อนรับ				**1.00**
8. ความเป็นมิตรไมตรีของชาวญี่ปุ่นต่อนักท่องเที่ยว (ชาวญี่ปุ่น เป็นคน Friendly)	1	1	1	1.00
9. คนในท้องถิ่นของญี่ปุ่นให้ความช่วยเหลือ แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	1	1	1	1.00
10. คนในท้องถิ่นของญี่ปุ่นให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
โครงสร้างพื้นฐาน				**0.83**
11. การออกแบบสาธารณูปโภคของญี่ปุ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (มีกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่น)	1	1	0	0.67
12. โครงสร้างพื้นฐานของประเทศญี่ปุ่นมีมาตรฐานสูง เช่น รถไฟฟ้า,ทางเดิน	1	1	0	0.67
13. มีป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจน	1	1	1	1.00
14. มีข้อมูลการท่องเที่ยวที่ดีและหาได้ทั่วไป	1	1	1	1.00

ข้อคำถาม	ค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ			ผลการคำนวณค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
จุดหมายปลายทาง				**0.67**
15. ระบบการจราจรของญี่ปุ่นที่หนาแน่น ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	0	1	1	0.67
16. สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่สกปรก ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	0	1	1	0.67
17. สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นทีมีกลิ่นไม่พึงประสงค์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	0	1	1	0.67
18. สภาพแวดล้อมของญี่ปุ่นที่ไม่ปลอดภัยส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	0	1	1	0.67
การเดินทาง				**0.89**
19. ความสะดวกในการเดินทางมายังจุดหมายปลายทางส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	0	1	1	0.67
20.การใช้เวลาเดินทางที่ยาวนานส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
21. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณข้างเคียงส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
คุณภาพการบริการ				**0.89**
22.พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตรส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
23.พนักงานให้บริการในสไตล์ญี่ปุ่นอย่างดี (Omotenashi) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	0	0.67
24. พนักงานให้การบริการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
ภูมิศาสตร์กายภาพ				**0.78**
25. ระบบนิเวศของญี่ปุ่นที่แตกต่างกับประเทศไทยส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	0	0.67
26. ประเทศญี่ปุ่นมีการอนุรักษ์พื้นที่ป่าสงวนได้อย่างดีนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
27. การที่ประเทศญี่ปุ่นมีแรงบัลดาลใจในการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	0	0.67

ข้อคำถาม	ค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ			ผลการคำนวณค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ความผูกพันต่อสถานที่				**0.89**
28. ชาวญี่ปุ่นมีความเป็นชาตินิยมสูง ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
29. วัฒนธรรมญี่ปุ่นสร้างสายใยความผูกพันต่อตัวท่านหรือครอบครัว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	0	0.67
30. ประเทศญี่ปุ่นมีสถานที่น่าสนใจมากมายที่ตัวท่านต้องการไปเยือน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
เอกลักษณ์				**1.00**
31. สถาปัตยกรรมของญี่ปุ่น(เช่น ปราสาท)ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
32. เอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหารญี่ปุ่น (เช่น Sushi/Sashimi) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
33. สิ่งก่อสร้างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (เช่น โตเกียวทาวเวอร์) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00

คำถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ

ข้อคำถาม	ค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ			ผลการคำนวณค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ความพึงพอใจ				**0.83**
1. โดยทั่วไปคุณคิดว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับที่คุณคาดหวังไว้ก่อนการเดินทาง	1	1	0	0.67
2. ประสบการณ์ไปเยือนประเทศญี่ปุ่นนี้คุ้มค่ากับเวลาและความพยายามของคุณหรือไม่	1	1	1	1.00
3. โดยภาพรวมคุณพึงพอใจกับการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นอย่างไร	1	1	1	1.00
4. คุณประเมินสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไรบ้าง เมื่อเทียบกับสถานที่อื่นๆที่คล้ายคลึงกัน	1	1	0	0.67

คำถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง

ข้อคำถาม	ค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ			ผลการคำนวณค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ข้อเสนอแนะ				**0.78**
1. ในอีกสองปีข้างหน้า คุณจะใช้วันหยุดเพื่อเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นอีกหรือไม่	0	1	1	0.67
2. กรุณาอธิบายความรู้สึกโดยรวมของคุณเกี่ยวกับประสบการณ์ไปเยือนประเทศญี่ปุ่น	1	1	1	1.00
3. คุณจะแนะนำประเทศญี่ปุ่นให้เพื่อน หรือคนรู้จัก ไปท่องเที่ยวหรือไม่	1	1	0	0.67

สถาบันการอาชีวศึกษาไทย-ญี่ปุ่น THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY TNI