

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักศึกษา ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 200 คน และเพื่อให้การสรุปผล และการอภิปรายผลการศึกษา สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้ศึกษาจึงได้แบ่งเนื้อหา เพื่อนำเสนอในบทนี้เป็น 3 ส่วน เรียงตามลำดับเนื้อหา ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา ได้แก่

- 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
- 5.2 สรุปผลการวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง
- 5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษา

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ข้อจำกัดในการศึกษา และ ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จากจำนวนทั้งหมด 200 คน กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย โดยมีภูมิลำเนาส่วนใหญ่ อยู่ในภาคเหนือ และ ส่วนใหญ่ มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีการพักค้างคืน 1-3 วัน มากที่สุด

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และ เลือกการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มากกว่าซื้อทัวร์เหมาจ่าย (Package tour) โดยเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติมากที่สุด และ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 3,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน มากที่สุด รองลงมาคือ ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตน โดยข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการมากที่สุดนั้น เป็นข้อมูลด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ รายการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุด เป็นรายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเล รองลงมา คือ รายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ประเทศไทย ควรมีแนวโน้มการท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวมากที่สุด

5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งแยกอธิบายผลการศึกษาดังนี้ คือ

5.3.1 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และ มีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มากกว่าซื้อทัวร์เหมาจ่าย (Package tour)

ส่วนด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวนั้น กลุ่มตัวอย่าง เพศชาย ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับ ครอบครัว/ญาติ และ กลุ่มเพื่อน ในสัดส่วนที่เท่ากัน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง เพศหญิง ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว/ญาติ

กลุ่มตัวอย่าง ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 3,000 บาท นอกจากนี้ ยังมีการหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งเดียวกันคือ เพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน รองลงมาคือ ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตน โดยต้องการข้อมูลด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด

ส่วนด้านรายการท่องเที่ยวนั้น กลุ่มตัวอย่าง เพศชาย ส่วนใหญ่ สนใจรายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มากที่สุด รองลงมาคือ รายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเล ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ส่วนใหญ่ สนใจรายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเลมากที่สุด รองลงมาคือ รายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กลุ่มตัวอย่าง ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง ส่วนใหญ่ เห็นว่า ประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว มากที่สุด

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน คือ ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 3,000 บาท หาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน รองลงมาคือ ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตน ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว และ เห็นว่า ประเทศไทยควรมี แนวโน้มการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ของ กลุ่มตัวอย่าง เพศชาย และ เพศหญิง ส่วนใหญ่ คือ เพศชาย เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ และ กลุ่มเพื่อน ในขณะที่ เพศหญิง เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ นอกจากนี้ เพศชาย สนใจรายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด รองลงมาคือ รายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเล ในขณะที่ เพศหญิง สนใจรายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเล มากที่สุด รองลงมาคือ รายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับ รูปแบบการท่องเที่ยวด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเท่านั้น นอกนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กัน (ดูภาคผนวก ข)

5.3.2 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ภูมิฐานะ กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ภูมิฐานะ กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิฐานะอยู่ในทุกภาค ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และ มีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มากกว่าซื้อทัวร์เหมาจ่าย (Package tour)

ส่วนด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวนั้น กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกภาค ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ ยกเว้น กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิฐานะอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับกลุ่มเพื่อน

ส่วนด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 3,000 บาท ส่วนใหญ่ จะมีภูมิฐานะอยู่ในภาคเหนือ ภาคใต้ และ ภาคอีสาน กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิฐานะอยู่ในภาคกลาง มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 1,000-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท ในสัดส่วนที่เท่ากัน

ส่วนด้านแหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยวนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิฐานะอยู่ในทุกภาค ส่วนใหญ่ หาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งเดียวกัน คือ เพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน นอกจากนี้ยังพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างจากบางภาคใช้แหล่งข้อมูลอื่น ประกอบกับแหล่งข้อมูลจากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิฐานะอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ออก และ ตะวันตก ซึ่งใช้ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตน และ กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสาน ใช้หนังสือแนะนำเที่ยวเป็นแหล่งข้อมูลประกอบรวมอีกด้วย

ส่วนด้านความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกภาค ส่วนใหญ่ มีความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน คือ ด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก ที่ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวด้านแผนที่

ส่วนด้านรายการท่องเที่ยวนั้น กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกภาค ส่วนใหญ่ สนใจรายการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน คือ รายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเล ยกเว้น กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกทั้งหมด ที่สนใจรายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสาน ยังมีความสนใจรายการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม และ รายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในสัดส่วนที่เท่ากับรายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเลอีกด้วย

ด้านแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกภาค ส่วนใหญ่ มีความเห็นเหมือนกัน คือ ประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก ที่เห็นว่าประเทศไทยควรเป็นเมืองปลอดภาษี

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างทุกภาค มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน คือ ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มีการหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคอีสาน มีหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งอื่นประกอบด้วย

ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในแต่ละภาค ส่วนใหญ่นั้น คือ มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกภาค เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวด้าน สถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว สนใจรายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเล โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสาน ที่สนใจรายการท่องเที่ยวอื่นๆ ประกอบด้วย และ กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกภาค เห็นว่า ประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกทั้งหมด ที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวด้านแผนที่ สนใจรายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ เห็นว่าประเทศไทยควรเป็นเมืองปลอดภาษี

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า ภูมิลำเนา ไม่มีความสัมพันธ์กับ รูปแบบการท่องเที่ยวในทุกด้าน (ดูภาคผนวก ข)

5.3.3 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มี และ ไม่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน และ มีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มากกว่าซื้อทัวร์เหมาจ่าย (Package tour) โดยเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ

กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 3,000 บาท ส่วนใหญ่ มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว 1,000-2,000 บาท ส่วนใหญ่ ไม่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มี และ ไม่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว มีการหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งเดียวกันคือ เพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน รองลงมาคือ ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตน โดยต้องการข้อมูลด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด

ส่วนด้านรายการท่องเที่ยวนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ สนใจรายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเล มากที่สุด รองลงมาคือ รายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ สนใจรายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มากที่สุด รองลงมาคือ รายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเล

นอกจากนี้ ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มี และ ไม่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ ยังเห็นว่า ประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว มากที่สุด

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง ทั้งที่มี และ ไม่มี การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน คือ ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ มีการหาข้อมูลการท่องเที่ยวจาก เพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน รองลงมาคือ ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตน โดยต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด และ เห็นว่า ประเทศไทยควรมี แนวโน้มการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ของ กลุ่มตัวอย่างที่มี และ ไม่มี การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว จะมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว สนใจรายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเลมากที่สุด รองลงมาคือ รายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่มี

การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว สนใจรายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มากที่สุด รองลงมาคือ รายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ รูปแบบการท่องเที่ยวด้าน บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว และ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน (ดูภาคผนวก ข)

5.3.4 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การพักค้างคืน กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การพักค้างคืน กับ รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ทั้งที่มี และ ไม่มี การพักค้างคืน ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และ มีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มากกว่าซื้อทัวร์เหมาจ่าย (Package tour)

ส่วนด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวนั้น กลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่มีการพักค้างคืน ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับกลุ่มเพื่อน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง ที่มีการพักค้างคืน ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 3,000 บาท เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการพักค้างคืน 4-6 วัน และ มากกว่า 6 วัน กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว 1,000-2,000 บาท เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการพักค้างคืน 1-3 วัน และ กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่า 1,000 บาท เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการพักค้างคืน

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการพักค้างคืน ส่วนใหญ่ ใช้ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตนเป็นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว รองลงมาคือ จากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ที่มีการพักค้างคืน ส่วนใหญ่ หาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน รองลงมาคือ ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตน โดยทั้งสองกลุ่มนี้ ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน คือ ด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด

ส่วนด้านรายการท่องเที่ยวนั้น กลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่มีการพักค้างคืน ส่วนใหญ่ สนใจรายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่าง ที่มีการพักค้างคืน ส่วนใหญ่ สนใจรายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเลมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่าง ทั้งที่มี และ ไม่มี การพักค้างคืน ส่วนใหญ่ ยังเห็นว่า ประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว มากที่สุด

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง ทั้งที่มี และ ไม่มี การพักค้างคืน มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน คือ ส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว และ เห็นว่า ประเทศไทยควรมี แนวโน้มการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ของกลุ่มตัวอย่างที่มี และ ไม่มี การพักค้างคืน ส่วนใหญ่ คือ กลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่มีการพักค้างคืนเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับกลุ่มเพื่อน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง ที่มีการพักค้างคืนเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวนั้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการพักค้างคืนที่ยาวนานมากขึ้น ก็จะมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการพักค้างคืน ใช้ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตนเป็นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว รองลงมาคือ จากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการพักค้างคืน หาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน รองลงมาคือ ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตน นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการพักค้างคืน สนใจรายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีการพักค้างคืน สนใจรายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเลมากที่สุด

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า การพักค้างคืน มีความสัมพันธ์กับ รูปแบบการท่องเที่ยวด้าน บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว และ แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ที่ใช้ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตนเป็นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน (ดูภาคผนวก ข)

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษา

การอภิปรายผลการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 อภิปรายผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 อภิปรายผลการวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

โดยผู้ศึกษาได้นำแนวคิด และ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆ ตามที่ได้ทบทวนในวรรณกรรม และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาประกอบการอภิปรายผล ดังนี้

ตอนที่ 1 อภิปรายผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักศึกษาภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในด้านปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ ภูมิลำเนา การวางแผนการเดินทาง และการพักค้างคืน พบว่า ไม่มีความแตกต่างในการตอบแบบสอบถามมากนัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 74

สำหรับการศึกษาค้น ภูมิลำเนา กับ รูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า แต่ละประเทศมีผลการศึกษที่แตกต่างกันออกไป และ ไม่มีความเป็นมาตรฐานสากล จึงไม่สามารถนำมาสรุปเป็นรูปแบบสำหรับการศึกษาในส่วนนี้ได้ ดังจะสังเกตได้จาก การวิจัยของ Neil Carr (1999 : 223-228) ที่พบว่า เยาวชนในเขตพื้นที่ชายฝั่งตะวันตกของอังกฤษ ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง ใช้เวลาว่างกับกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกันตามสิ่งแวดล้อมที่อาศัยอยู่ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ในการศึกษาครั้งนี้ มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 74 กลับสนใจรายการท่องเที่ยวประเภท หาดทราย ชายทะเล ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มีสิ่งแวดล้อมแตกต่างจากที่อยู่อาศัยโดยสิ้นเชิง

John Swarbrooke and Susan Horner (1999 : 165-166) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวบางคนชอบที่จะวางแผนการเดินทาง และ มีการจองการท่องเที่ยวล่วงหน้าก่อนออกเดินทาง อาจเป็นเพราะความกลัวที่จะพลาดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ต้องการ ซึ่งพฤติกรรมนี้จะพบในนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการการจัดการการท่องเที่ยวเป็นพิเศษ (Unusual holiday) ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีการวางแผนการเดินทาง หรืออาจจะมีการจองล่วงหน้า ก่อนออกเดินทางเพียง 2-3 วัน เพราะเชื่อว่าจะได้ผลประโยชน์ในนาที่สุดท้ายจากการลดราคา หรือ เป็นเพราะมีวันหยุดที่ไม่แน่นอนของตน แต่จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 87 มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวล่วงหน้า

การศึกษาของ John Swarbrooke and Susan Horner (1999 : 155) กล่าวถึง กระแสการเดินทางพักผ่อนระยะสั้น หรือ The short break market ว่า กำลังเกิดขึ้นในประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างเอเชีย และ งานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว (2542) ยังพบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว 1-3 วัน มากที่สุด ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีการพักค้างคืน 1-3 วัน มากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของทั้งสองท่านที่ได้กล่าวมา

ตอนที่ 2 อภิปรายผลการวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

จากแบบจำลองพฤติกรรม การซื้อการท่องเที่ยว ของ Alister Mathieson and Geoffrey Wall (1982 อ้างใน John Swarbrooke and Susan Horner, 1999 : 77) และ Philip Kotler (1994 : 193-201) ทำให้สามารถอภิปรายผลการวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

จากแนวคิดการตัดสินใจซื้อของ Philip Kotler (1994 : 193-201) ที่กล่าวว่า ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว เกิดขึ้นได้ทั้งจากการถูกกระตุ้น จากสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น โฆษณาการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ และ สิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความเครียด ซึ่งคล้ายกับแนวคิดของ Arlin Epperson (1983 อ้างใน Donald E. Lundberg, 1985 : 129) ที่กล่าวว่า ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวสามารถเกิดได้ทั้งจากแรงผลักดัน เช่น ความต้องการพักผ่อน หรือ แรงดึงดูด เช่น ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และ งานวิจัยของ เพลินพิศ หมีนผล (2539) ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2541) เกิดศิริ เจริญวิศาล และ จุฑามาศ จันทรัตน์ (2542) รวมถึง ปวีณา โทณแก้ว (2542) ยังกล่าวว่า ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นจาก ความต้องการพักผ่อน ซึ่งหมายถึงสิ่งกระตุ้นจากภายใน ตามที่ Philip Kotler (1994 : 193-201) ศึกษา และ เป็นแรงผลักดัน ตามที่ Arlin Epperson (1983 อ้างใน Donald E. Lundberg, 1985 : 129) ได้ศึกษาเอาไว้ การศึกษาทั้งหมดข้างต้นสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 81 ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ซึ่งถือเป็นสิ่งกระตุ้นภายใน หรือ แรงผลักดัน ที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวนั่นเอง

เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว จึงเกิดการหา และ รวบรวมข้อมูล เพื่อประมวลภาพแหล่งท่องเที่ยว จากงานวิจัยของ สานนท์ สุขศรี (2533) ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2541) Doren D. Chadee and Justine Cutler (1996 : 75-80) พบว่า ข้อมูลจากกลุ่มบุคคลเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ เพื่อประกอบการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว และ Philip Kotler (1994 : 193-201) A. V. Seaton (1996 : 179) Wayne D. Hoyer and Deborah J. MacInnis (1997 : 351-353) งานวิจัยของ สมชาติ สฤตยานันท์ (2533) ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2541) พบว่า บุคคลจะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยพิจารณาข้อมูลที่มาจากแหล่งบุคคล นอกจากนี้ James F. Engle et al (1995 : 730) ยังกล่าวว่า อิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปาก มีอิทธิพลมากกว่าแหล่งข้อมูลอื่น อีกทั้งการศึกษา A. V. Seaton (1996 : 179) งานวิจัยของ สมชาติ สฤตยานันท์ (2533) ยังพบว่า บุคคลเป็นแหล่งข้อมูลที่ได้รับเชื่อถือ มากกว่าแหล่งข้อมูลอื่น เนื่องจากประสบการณ์ของผู้เดินทาง งานวิจัยทั้งหมดข้างต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 29.6

หาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งบุคคล คือ เพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน มากกว่าแหล่งข้อมูลอื่นๆ และ อาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลแบบปากต่อปากจากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน จัดได้ว่ามีอิทธิพลมากในการศึกษากลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ในขณะที่ Philip Kotler (1994 : 193-201) พบว่า แหล่งข้อมูล ที่เป็นประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว ก็มีส่วนสำคัญในการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อ ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.7 หรือ มากเป็นอันดับรองลงไปจากแหล่งข้อมูลจากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน ใช้ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของตน เป็นแหล่งข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว

Robert C. Mill (1990 : 22-29) กล่าวว่า องค์ประกอบพื้นฐานที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว มี 4 องค์ประกอบ คือ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เช่น สถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง และ การต้อนรับของคนท้องถิ่น ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 61.5 ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยว ด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุด และ จากงานวิจัยของ ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2541) ยังพบว่า ข้อมูลด้านสถานที่ เป็นปัจจัยประการแรก ในการพิจารณาตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และ เลือกแหล่งท่องเที่ยว แต่ผลการศึกษาในครั้งนี้ ขัดแย้งกับงานวิจัยของ สุภาวดี กองเจริญ (2535) ที่นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลแผนที่จังหวัดมากที่สุด ในขณะที่ ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว เป็นข้อมูลที่ถูกนำไปใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด

Philip Kotler (1994 : 193-201) กล่าวว่า เมื่อผ่านการเก็บข้อมูล บุคคลจะเรียนรู้เกี่ยวกับการเปรียบเทียบข้อดี และ ลักษณะสินค้า จากตรา และ/หรือ ยี่ห้อของสินค้าทั้งหมด (Total set) ซึ่งผู้บริโภคจะรู้จักเพียงบางตราสินค้า หรือบางยี่ห้อเท่านั้น (Awareness set) จะมีบางยี่ห้อที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (Consideration set) เมื่อผู้บริโภคหาข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้น ก็จะได้ยี่ห้อสินค้าจำนวนหนึ่งที่จะตัดสินใจเลือก (Choice set) และ ยี่ห้อที่ผู้บริโภคยอมรับก็จะเป็นทางเลือกสุดท้าย (Final choice) ในที่สุด โดยผู้บริโภคจะพยายามเลือกสินค้า ที่สามารถสนองตอบความต้องการของตนได้ ซึ่งในที่นี้ คือ ความต้องการพักผ่อนของกลุ่มตัวอย่าง World Tourism Organization (WTO) (1995 : 52-53) ได้พยากรณ์แนวโน้มการตลาดการท่องเที่ยวในอนาคต ตั้งแต่ ปี ค.ศ.2000 เป็นต้นไปว่า พัฒนาการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติจะเติบโตอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้งานวิจัยของ ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2541) พบว่า สถานที่ที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 39.5 สนใจรายการท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเล แต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว (2542) ได้ระบุว่า นักเรียน/นัก

ศึกษา ขอบแหล่งท่องเที่ยวประเภท ภูเขา น้ำตก ป่า ถ้ำ และ เขื่อน มากที่สุด รองลงมา คือ ทะเล เกาะ และ โบราณสถาน ซึ่งหากไม่นับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็น เขื่อน และ โบราณสถาน ก็อาจจะอนุมานได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวในงานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว (2542) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาตินั่นเอง

World Tourism Organization (WTO) (1995 : 52-53) ยังได้พยากรณ์อีกว่า นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (An environment-friendly approach) งานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว (2542) ยังพบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีเกณฑ์การเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม และความสวยงาม ของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 70 เห็นว่า ประเทศไทยควร มีแนวโน้มการท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

เมื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแล้ว จึงมีการเตรียมการเดินทางท่องเที่ยวขึ้น การศึกษาของ ทักษิณา นิยมลรัตน (2538) งานวิจัยของ ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2541) เกิดศิริ เจริญวิศาล และ จุฑามาศ จันทรัตน์ (2542) และ Doren D. Chadee and Justine Cutler (1996 : 75-80) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 96.5 มีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มากกว่าการซื้อทัวร์เหมาจ่าย (Package tour)

การศึกษาของ ทักษิณา นิยมลรัตน (2538) และ งานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว (2542) ยังพบว่า นักเรียน/นักศึกษา เลือกเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนเท่านั้น ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ในการศึกษาครั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 67.5 กลับเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติมากที่สุด

จากการศึกษาของ ทักษิณา นิยมลรัตน (2538) พบว่า กลุ่มนักศึกษาที่เป็นชายไทย อายุเฉลี่ย 20-29 ปี จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 3,000 บาทขึ้นไปในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 3,000 บาทต่อครั้ง แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาก็ไม่อาจจะนำมาเปรียบเทียบกับการศึกษาของ ทักษิณา นิยมลรัตน (2538) ได้ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จากทั้งเพศชาย และ เพศหญิง ไม่ใช่เฉพาะเพศชายอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2541) พบว่า ผู้เยี่ยมชมเขื่อนชาวไทย อายุระหว่าง 15-34 ปี มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง

ห้องเที่ยว ในปีที่ผ่านมา คือ พ.ศ. 2540 ประมาณ 1,924.45 บาท ต่อคน/ต่อวัน ซึ่งผู้ศึกษาก็ไม่อาจเปรียบเทียบกับการศึกษาครั้งนี้ได้เช่นกัน เพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุที่ไม่เท่ากัน ประการหนึ่ง และ การศึกษาในครั้งนี้ ก็เป็นการศึกษาค่าใช้จ่ายต่อคน/ต่อครั้ง ไม่ใช่ต่อคน/ต่อวัน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยว ของนักศึกษาภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทำให้ทราบรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถนำผลการศึกษา ไปใช้ในการให้ข้อเสนอแนะทางการตลาด เพื่อการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว หรือ หน่วยงานของรัฐ ที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชน ควรมุ่งเน้นประเด็นการขาย (Selling) ไปที่การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่แท้จริง เพราะกลุ่มตัวอย่างต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เพราะฉะนั้น การขายที่เน้นว่า การท่องเที่ยวสามารถสร้างความผ่อนคลายได้ จึงน่าจะเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างตระหนักถึงความต้องการเดินทางท่องเที่ยวได้ เช่น การเน้นโฆษณาว่า กลุ่มตัวอย่างผ่านการเรียนหนักตลอดปีการศึกษา จึงน่าจะมีการพักผ่อนร่างกาย และ จิตใจ โดยการออกเดินทางท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ควรเน้นการให้ข้อมูลระหว่างบุคคล (Inter-personal communication) ด้วยวิธีพูดแบบปากต่อปาก หรือ การขายผ่านผู้นำความคิด (ครอบครัว/ญาติ) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอาศัยคำแนะนำจากเพื่อน/บุคคลที่เคยไปมาก่อน ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุด ทั้งนี้ ในการขายควรเน้นการเสนอข้อมูลด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการมากที่สุด

สินค้าทางการท่องเที่ยว หรือ รายการท่องเที่ยวที่ควรส่งเสริม คือ รายการท่องเที่ยวประเภท หาดทราย ชายทะเล ควบคู่กับ รายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ อาจผสมผสานเป็นรายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชายหาด เช่น การศึกษาสิ่งแวดล้อมทางทะเล การศึกษาธรรมชาติในเขตป่าชายเลน เป็นต้น เพื่อให้สามารถจับตลาดได้ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเพศชาย สนใจรายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง สนใจรายการท่องเที่ยวประเภท หาดทราย ชายทะเล มากที่สุด และ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลด้านสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น ควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายให้เลือก อาจเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณชายหาด ที่ทั้งครอบครัวสามารถร่วมกิจกรรมได้ หรือ เป็นกิจกรรมที่สามารถร่วมกันทำได้ในกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ที่จะเดินทางร่วมกับกลุ่มเพื่อนด้วย หรือแม้แต่กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับก็จะเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับกลุ่มเพื่อนด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ รายการ และ กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ควรเน้นถึงการ

ท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อจะนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ประเทศไทยควรมีแนวโน้มการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

นอกจากนี้ จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง จึงควรให้กลุ่มตัวอย่าง มีอิสระในการเลือกรายการ และ กิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งน่าจะเป็นวิธีการที่ดีกว่าการจัดรายการ และ กิจกรรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปแบบทัวร์เหมาจ่าย (Package tour)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว/ญาติ มากที่สุด เพราะฉะนั้นจึงควรให้ข้อมูลการท่องเที่ยว ผ่านไปยังครอบครัว/ญาติ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งนั้น ควรมีความแตกต่างกันตามกรอบของระยะเวลา กล่าวคือ โปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเช้า เย็นกลับ ควรจะมีราคาต่ำกว่า 1,000 บาท โปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวในกรอบระยะเวลา 1-3 วัน ควรจะมีราคา 1,000-2,000 บาท ส่วนโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวในกรอบระยะเวลา 4-6 วัน และ มากกว่า 6 วัน ควรอยู่ในราคาเริ่มต้นที่ 3,000 บาท นอกจากนี้ การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวยังมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย โดยกลุ่มที่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 3,000 บาท ในขณะที่ กลุ่มที่ไม่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว 1,000-2,000 บาท ดังนั้น การคิดค่าใช้จ่ายสำหรับโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มที่มี และ ไม่มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว จึงควรอยู่ในกรอบของค่าใช้จ่ายดังกล่าวด้วย

และแน่นอนว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเยาวชนในวันนี้ ย่อมเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในวันข้างหน้า หากผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว หรือ หน่วยงานของรัฐ สามารถจัดรายการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เขาต้องการ และ สามารถสอดแทรกความรู้ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวได้ เขาก็จะเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อธุรกิจท่องเที่ยว และเป็นประชากรที่มีคุณภาพของประเทศต่อไปในอนาคต ดังนั้น การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนจึงมีความจำเป็นในการติดตามอย่างต่อเนื่อง และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงควรปรับแผนการขายให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเยาวชน เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ และ ความพอใจของผู้เดินทาง

สรุป การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษา ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยว อันได้แก่ วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว แหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยว รายการท่องเที่ยว และ แนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งได้ทำการศึกษาอย่างสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ตั้งแต่ต้นทุกประการ

อนึ่ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ เนื่องจากเป็นนักศึกษาที่ได้รับคัดเลือกมาจากการสอบเข้ามหาวิทยาลัยในระบบโควตาภาคเหนือ จึงอาจกล่าวได้ว่า ผลการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นตัวแทนรูปแบบการท่องเที่ยวของนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือได้

ข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลา และ งบประมาณ จึงทำให้ไม่อาจศึกษากลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมไปมากกว่านี้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ให้มากกว่าการศึกษาในครั้งนี้ เช่น รูปแบบการใช้ชีวิต (Life style) เพื่อให้ผลการศึกษาสามารถอธิบายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น
2. ควรมีการศึกษาถึงข้อมูลในประเด็นที่ลึกลงไป เช่น สอบถามถึงเหตุผลของคำตอบที่กลุ่มตัวอย่างเลือก
3. ควรมีการศึกษาถึงระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร และ เน้นการศึกษาถึงตัวแปรที่พบว่ามีความสัมพันธ์กันจากการศึกษาในครั้งนี้ เช่น เพศ กับ บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น
4. ควรศึกษาถึงประเด็นความคาดหวัง และ ความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้การศึกษารอบคลุมถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อการท่องเที่ยวครบถ้วนทั้ง 5 ขั้นตอน
5. ควรมีการนำประเด็นการศึกษาด้านการตลาด มาเป็นหัวข้อในการศึกษาด้วย