

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย กรณีศึกษา
ฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่เกิน 2.5 ไมครอน (PM_{2.5})

FACTORS INFLUENCING THE TRAVELING DECISION OF TOURISTS IN THAILAND
: A CASE STUDY OF PARTICULATE MATTER 2.5*

ชฎาภรณ์ นาประดิษฐ์, วิษณุ อรรถวานิช
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Chadaporn Napradit, Witsanu Attavanich
Faculty of Economics, Kasetsart University
E-mail: ben_lowz@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย -เมื่อเกิดมลพิษทางอากาศ กรณีฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่เกิน 2.5 ไมครอน (PM_{2.5}) ในประเทศไทย โดยรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามจำนวน 505 คน ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานโดยใช้แบบจำลอง Multinomial Logit Model เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยเมื่อเกิดมลพิษทางอากาศ

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย รายได้ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีผลต่อเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความตระหนักและรับรู้ถึงอันตรายของการสูดฝุ่นละอองขนาดเล็กที่ปะปนกับอากาศ แต่ก็ยังมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวตามแผนการเดินทางที่วางไว้ แต่มีการเปลี่ยนกิจกรรมหรือเปลี่ยนสถานที่ เพื่อหลีกเลี่ยงการสูดฝุ่นละอองขนาดเล็ก และยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงถึงกับการเดินทางไปต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยของความน่าจะเป็นของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวสูงสุดอยู่ที่ 0.65 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสนใจสถานการณ์ฝุ่นปกคลุม แต่ยังคงตัดสินใจเดินทางไปเที่ยว แต่มีการเปลี่ยนกิจกรรมระหว่างทริปหรือเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลื่อนแผนการเที่ยวออกไปหรือยกเลิกการแผนการเที่ยวครั้งนั้นหรือยกเลิกเที่ยวในประเทศเดินทางไปต่างประเทศ โดยมีความน่าจะเป็นอยู่ที่ 0.26

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวประเทศไทย; พฤติกรรมการท่องเที่ยว; ฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่เกิน 2.5 ไมครอน

* ได้รับบทความ: 23 ก.ค. 2563; แก้ไขบทความ: 1 ธ.ค. 2563; ตอบรับตีพิมพ์: 24 ธ.ค. 2563

Abstract

The objective of this study is to examine factors that influence the decision to travel in Thailand during the period of high level of air pollution caused by particulate matter less than 2.5 micron (PM_{2.5}). A questionnaire was used as a research tool to collect data from the sample of 505 people with aged at least 15 years old who live in the area located in Bangkok Metropolitan. This study was Quantitative Research by analyzing descriptive statistics, frequency distribution, percentage, mean and standard deviation to explain tourist behavior, together with Inferential statistic, Multinomial Logit Model, was employed to analyze factors that determined the traveling decision of tourists when the air pollution occurs.

The result shows that demographic behavior (consisted of income, age, education level, occupation including tourism) affected the decision making. However, Thai tourists in Bangkok Metropolitan Region are aware of the danger of inhalation of small dust in the air but they tend to travel based on their new plan or new destination which is in accordance with the highest average of probability of tourism behavior change at 0.65. The average shows that Thai tourists in Bangkok Metropolitan Region are aware of the situation but still decide to travel, but change their plan or the destination. The second one is 0.26 which Thai tourists decide to postpone traveling, cancel their plan or go to other countries.

Keywords: Travelling in Thailand, Tourism Behavior; PM_{2.5}

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจทำให้เกิดการจ้างงาน การลงทุน และผลักดันให้เศรษฐกิจมีการเติบโต จึงมีการปรับตัวตามสถานการณ์โลก ความผันผวนทางเศรษฐกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2559) ซึ่งมีการกล่าวถึงความพยายามในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวและยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดความสมดุล รวมถึงมีการออกแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ที่ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง 4 ประการ ที่ส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยว คือ 1. การเติบโตของชนชั้นกลางที่เพิ่มความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยว 2. การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำให้การเดินทางเป็นไปได้สะดวกด้วยค่าใช้จ่ายที่ลดลง 3. การเติบโต ของประชากรสูงวัยที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ 4. การเพิ่มขึ้นของการใช้ เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเพื่อการติดต่อสื่อสารหรือการสืบค้นข้อมูล ทำให้ในปี 2561 อุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและก้าวกระโดด โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย 164.24 ล้านคน สร้างรายได้ 1,068.18 พันล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

เมื่อมีความต้องการผลักดันให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว จึงมีความพยายามในการสร้างการ เติบโตของเขตเมือง เขตเศรษฐกิจและความทันสมัยด้านวัตถุ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จึงทำให้ประเทศไทย เผชิญปัญหามลพิษทางอากาศ โดยเฉพาะกับฝุ่นละอองขนาดเล็ก ไม่เกิน 2.5 ไมครอน กล่าวได้ว่าการเติบโต ทางเศรษฐกิจ รวมถึงลักษณะการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน มีส่วนสำคัญหลักที่ทำให้ประเทศไทยประสบปัญหา มลพิษอากาศ และอาจกล่าวได้ว่าเมืองขนาดใหญ่จะเป็นแหล่งก่อฝุ่น ละอองขนาดเล็ก ไม่เกิน 2.5 ไมครอน

สำนักจัดการคุณภาพอากาศและเสียง (กรมควบคุมมลพิษ, 2562) ดำเนินการติดตามสถานการณ์ สารมลพิษทางอากาศที่สำคัญ เพื่อการแจ้งเตือนและวางแผนป้องกันและจัดการคุณภาพอากาศและเสียงเพื่อ ปกป้องสุขภาพของประชาชน โดยในปี 2560 มีสถานีตรวจวัดคุณภาพอากาศอัตโนมัติทั่วประเทศทั้งหมด 63 สถานีตั้งอยู่ในพื้นที่ 33 จังหวัด พบว่าแนวโน้มคุณภาพอากาศประเทศไทยในปี 2560 มีแนวโน้มดีขึ้น แต่ข้อมูล จากโครงการศึกษาแหล่งกำเนิดและแนวทางการจัดการฝุ่นละอองขนาดเล็ก ไม่เกิน 2.5 ไมครอนในพื้นที่กรุงเทพ และปริมณฑลกรมควบคุมมลพิษ พบว่า มลพิษทางอากาศรายวันในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีความเข้มข้นของ ฝุ่นพิษ $PM_{2.5}$ เกินค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ที่ไม่เกิน 50 ไมโครกรัม/ลูกบาศก์เมตร ในช่วงเดือนธันวาคม ต่อเนื่องเดือนมกราคมถึงมีนาคมของทุกปี ซึ่งประเด็นที่ภาครัฐและสังคมให้ความสนใจสำคัญที่สุดเกี่ยวข้องกับ ผลกระทบด้านสุขภาพและการใช้ชีวิตของประชาชนในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ปัญหาฝุ่นฝุ่นละอองขนาดเล็ก ไม่เกิน 2.5 ไมครอน ถือเป็นปัญหาระดับประเทศที่ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ แต่ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และหลายๆ ภาคส่วน โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญมากกับประเทศไทย ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ จึงมุ่งความสนใจไปที่ผลกระทบของมลพิษทางอากาศในมิติของการท่องเที่ยวในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยเมื่อเกิด มลพิษทางอากาศจากฝุ่นละอองขนาดเล็ก ไม่เกิน 2.5 ไมครอน ($PM_{2.5}$)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานโดยใช้แบบจำลอง Multinomial Logit Model เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยเมื่อเกิดมลพิษทางอากาศ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยดังต่อไปนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยจำนวน 505 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตั้งแต่ พฤศจิกายน 2562 ถึง พฤษภาคม 2563 โดยมีลักษณะคำถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว แรงจูงใจ ระยะเวลาในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง มีลักษณะคำถามเป็นปลายปิด ส่วนที่ 2 ทักษะคิดและการรับรู้ในเรื่องของมลพิษทางอากาศ กรณิฝุ่นพิษ PM_{2.5} ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า วิธีของ Likert Scale โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการท่องเที่ยว และการปรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยสร้างสถานการณ์และมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียง 1 ข้อจากตัวเลือกทั้งหมด ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชาติ ถิ่นกำเนิด สถานภาพสมรส และครอบครัว มีลักษณะเป็นปลายปิด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลเอกสารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผลกระทบของมลพิษทางอากาศ รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ในงานวิจัยฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์พฤติกรรมการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิง การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ใช้ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่สำหรับการพรรณนาข้อมูลเชิงปริมาณ ส่วนที่ 2 ใช้การวิเคราะห์ Multinomial Logit Model คือ ตัวแบบจำลองที่แสดงความสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบระหว่างตัวแปรตาม กับชุดของตัวแปรต้น หรือตัวแปรอิสระต่างๆ ซึ่งแบบจำลอง Logit จะถูกนำมาใช้เมื่อตัวแปรตามหรือผลลัพธ์ที่ไม่มีความต่อเนื่องและไม่สามารถเรียงลำดับเรียงลำดับ เพื่อแสดงให้เห็นรูปแบบของพฤติกรรมทางเลือกและการตัดสินใจ การท่องเที่ยวในประเทศไทยจะอาศัยเหตุผลทางคณิตศาสตร์พื้นฐานทางด้านสถิติ และความน่าจะเป็นใน

การวิเคราะห์ที่จะทำให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจในการเลือกและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยการศึกษาครั้งนี้ได้มุ่งเน้นไปยังพฤติกรรมการท่องเที่ยวและทัศนคติของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยกับการท่องเที่ยวในประเทศ โดยมีตัวแปรตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ความหมายตัวแปร	ค่าของตัวแปร
วางแผนและจองทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการเที่ยว เรียบร้อยแล้ว	1 = ไม่สนใจสถานการณ์ฝุ่น ยังคงยึดแผนการ ท่องเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิม 2 = สนใจสถานการณ์ฝุ่น เปลี่ยนกิจกรรมระหว่างทริป / เปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยว 3 = เลื่อนแผนการเที่ยวออกไป / ยกเลิกการแผนการ เที่ยวครั้งนั้น / ยกเลิกเที่ยวในประเทศเดินทางไป ต่างประเทศ
เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	เพศหญิง = 0 เพศชาย = 1
อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนปี
สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม	สมรส หย่าร้าง หม้าย = 0 โสด = 1
ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี = 0 สูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า = 1
รับราชการ หรือพนักงานราชการ	อาชีพอื่นที่ไม่ใช่รับราชการ = 0 รับราชการ = 1
พนักงานบริษัทเอกชน	อาชีพอื่นที่ไม่ใช่พนักงานบริษัทเอกชน = 0 พนักงาน บริษัทเอกชน = 1
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอื่นที่ไม่ใช่ประกอบธุรกิจส่วนตัว = 0 ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว = 1
รับจ้างอิสระ	อาชีพอื่นที่ไม่ใช่รับจ้างอิสระ = 0 รับจ้างอิสระ = 1
รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนเงินบาท ต่อเดือน
เที่ยวกี่ครั้งในรอบปี	จำนวนครั้ง
โดยเฉลี่ยระยะเวลาเที่ยวในแต่ละครั้ง	จำนวนวัน
เที่ยวกับทัวร์	ไม่ได้เที่ยวกับทัวร์ = 0 เที่ยวกับทัวร์ = 1
เที่ยวเองโดยจ้างไกด์ส่วนตัว	ไม่ได้เที่ยวเองโดยจ้างไกด์ส่วนตัว = 0 จ้างไกด์ส่วนตัว = 1

ความหมายตัวแปร	ค่าของตัวแปร
เกี่ยวกับครอบครัว	ไม่ได้เกี่ยวกับครอบครัว = 0 เกี่ยวกับครอบครัว = 1
เกี่ยวกับแฟน	ไม่ได้เกี่ยวกับแฟน = 0 เกี่ยวกับแฟน = 1
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3-4 คน	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1- 2 คนหรือมากกว่า 4 คน = 0 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3-4 คน = 1
จำนวนผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 4 คน	จำนวนผู้ร่วมเดินทางน้อยกว่า 4 คน = 0 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง มากกว่า 4 คน = 1
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อทริป	จำนวนบาท
สัดส่วนค่าที่พัก	จำนวนร้อยละ
วัตถุประสงค์เที่ยวเพื่อติดต่อเรื่องงาน	วัตถุประสงค์อื่นๆ = 0 วัตถุประสงค์เที่ยวเพื่อติดต่อเรื่องงาน = 1
ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ = 0 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ = 1
ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวแสง สี เสียง	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ = 0 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวแสง สี เสียง = 1
พักที่โรงแรม/รีสอร์ท	ไม่ได้พักที่โรงแรม/รีสอร์ท = 0 พักที่โรงแรม/รีสอร์ท = 1
พักที่โฮสเทล/เกสเฮ้าส์	ไม่ได้พักที่โฮสเทล/เกสเฮ้าส์ = 0 พักที่โฮสเทล/เกสเฮ้าส์ = 1
ค่าเฉลี่ยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย
ค่าเฉลี่ยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	ค่าเฉลี่ย
ค่าเฉลี่ยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ย
ค่าเฉลี่ยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย
ค่าเฉลี่ยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล/บริการ	ค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด

จากการรวบรวมข้อมูลด้วยการเก็บแบบสอบถามจำนวน 505 คน นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยประมาณ 33 ปี มีอายุต่ำสุด 14 ปี และอายุสูงสุด 82 ปี โดยเป็นเพศชายจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 28.71 และเป็นเพศหญิงจำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 71.29 ในด้านสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วน

ใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 78.61 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 ในการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรีจำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 66.53 รองลงมาก็คือปริญญาโทจำนวน 135 คิดเป็นร้อยละ 26.73 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 27.13 รองลงมาก็คือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 26.53 ในด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 46.34 รองลงมาก็คือ ข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 26.93 เป็นนักเรียนนักศึกษาอีกจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 14.26 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมักใช้ในการเที่ยวต่างจังหวัด พบว่านักท่องเที่ยวมีลักษณะเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ จำนวนครั้งที่สูงสุดคือ 2 ครั้งในรอบ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.81 รองลงมาก็คือ 6 – 10 วัน คิดเป็นร้อยละ 15.05 ส่วนจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เที่ยวต่างจังหวัดในลักษณะเข้าไปเย็นกลับจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 11.49 ซึ่งจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวในประเทศไทยในลักษณะเข้าไปเย็นกลับสูงสุดคือ 30 ครั้ง จำนวนครั้งโดยเฉลี่ย คือ 4.75 ครั้งต่อ 1 ปี ทั้งนี้จำนวนครั้งที่ไปเที่ยวต่างจังหวัดในลักษณะค้างคืนสูงสุดคือ 3 ครั้ง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 41.98 รองลงมาก็คือ 2 ครั้ง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเที่ยวในลักษณะค้างคืนมากที่สุดคือ 15 ครั้ง จำนวนครั้งโดยเฉลี่ย คือ 3.94 ครั้งต่อ 1 ปี ในส่วนของลักษณะและวิธีการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เที่ยวด้วยตนเองคิดเป็นจำนวน 459 คน คิดเป็นร้อยละ 90.89 ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 36.44 รองลงมาก็คือเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 30.69 โดยมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางจำนวน 3-4 คน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 43.96 ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของการเที่ยวคือการพักผ่อนจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 79.21 ซึ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและ การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ คือ จำนวน 280 คน และ 162 คน คิดเป็นร้อยละ 55.45 และ 32.08 ตามลำดับ ในส่วนของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวพบว่า มีค่าใช้จ่ายต่ำสุด 0 บาท และสูงสุดอยู่ที่ 30,000 บาท ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายโดยประมาณ 1,500 – 3,000 บาท จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 42.57 มีค่าเฉลี่ย 2,562 บาท รองลงมาใช้ไม่เกิน 1,500 บาท จำนวน 96 คนคิดเป็นร้อยละ 19.01 มีค่าเฉลี่ย 1,082 บาท และใช้เงินประมาณ 4,501 – 6,000 บาท จำนวน 85 คนคิดเป็นร้อยละ 16.83 มีค่าเฉลี่ย 5,106 บาท

ด้านระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล/พนักงานให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ได้จากค่าเฉลี่ยของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าจากจำนวน

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 505 คน ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ที่มีวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.20 รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวให้เลือกหลากหลายมีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านราคา พบว่า ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านราคาในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาอาหารและเครื่องดื่ม มีความเหมาะสมและคุ้มค่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ 4.29 รองลงมาคือ ราคาของการให้บริการบริษัททัวร์ มีความหลากหลายอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 และต่ำที่สุดคือ ราคาตัวเครื่องบินภายในประเทศถูกมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 ด้านช่องทางการจำหน่าย พบว่า ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความหลากหลายทางเลือกในการเดินทางภายในประเทศมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่คือ 4.16 รองลงมาคือ ความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 และต่ำที่สุดคือ ความหลากหลายช่องทางในการจองที่พักมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ที่อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการบอกต่อของนักท่องเที่ยว/การแบ่งปันประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.12 รองลงมาคือ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ ด้านบุคคล/พนักงานให้บริการทั้งหมด พบว่า ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล/พนักงานให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ คนท้องถิ่นยิ้มแย้ม และต้อนรับอย่างเป็นมิตรซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.16 รองลงมา คือบุคลากรผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวดูแล เอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลืออย่างดี และ บุคลากรผู้ให้บริการมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีตามลำดับ ด้านลักษณะทางกายภาพให้บริการทั้งหมด พบว่า จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 505 คน ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุดคือ มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางไปยังที่พักหรือแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.23 รองลงมา คือจัดสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมบริการทุกที่มีค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านกระบวนการ พบว่า ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านนี้กระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าใช้บริการของที่พักซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.17 รองลงมาคือ ความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการจากร้านอาหารค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05

ด้านทัศนคติและการรับรู้ในเรื่องของมลพิษทางอากาศ กรณีฝุ่นพิษ PM_{2.5} ของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวคิดว่ามลพิษทางอากาศ/ฝุ่น PM_{2.5} เป็นประเด็นปัญหาสำคัญระดับประเทศในระดับมากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 26.53 และคิดว่าไม่ใช่ปัญหาสำคัญจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 15.05 ภาครัฐมีการส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงอันตรายของมลพิษทางอากาศ/ฝุ่นในระดับมากที่สุดจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และคิดว่าภาครัฐมีการส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงอันตรายของมลพิษทางอากาศ/ฝุ่นในระดับน้อยที่สุดเป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.39 และจากแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 74.06 คิดว่ามลพิษทางอากาศ/ฝุ่น PM_{2.5} มีความรุนแรงอันตรายต่อสุขภาพมากที่สุด ในส่วนของ

ค่าเฉลี่ยของส่วนของทัศนคติเรื่องมลพิษทางอากาศ กรณีฝุ่นพิษ $PM_{2.5}$ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมลพิษทางอากาศ/ฝุ่น $PM_{2.5}$ เป็นประเด็นปัญหาสำคัญระดับประเทศในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 ภาครัฐมีการส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงอันตรายของมลพิษทางอากาศ/ฝุ่น $PM_{2.5}$ อยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 มีมลพิษทางอากาศ/ฝุ่น $PM_{2.5}$ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน และมลพิษทางอากาศ/ฝุ่น $PM_{2.5}$ มีความรุนแรงอันตรายต่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.35 และ 4.72 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับฝุ่น $PM_{2.5}$ กล่าวคือร้อยละ 70.69 ทราบมาตรฐานค่าเฉลี่ย 24 ชั่วโมงของฝุ่น $PM_{2.5}$ ของประเทศไทยสูงกว่าค่ามาตรฐานของ WHO กำหนดถึง 2 เท่า ร้อยละ 60.59 ทราบค่าเฉลี่ยรายปีของฝุ่น $PM_{2.5}$ ของประเทศไทยสูงกว่าค่ามาตรฐานของ WHO กำหนดถึง 2.5 เท่า และร้อยละ 86.34 ทราบว่ามีแอปพลิเคชันที่สามารถตรวจสอบค่าฝุ่นละออง แต่มีจำนวนร้อยละ 70.10 ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตรวจสอบค่าฝุ่นละอองผ่านแอปพลิเคชันก่อนออกจากบ้าน

การตัดสินใจในการท่องเที่ยว และการปรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า จากคำถาม “วางแผนและจองทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการเที่ยวเรียบร้อยแล้ว เช่น การซื้อตั๋วเครื่องบิน การจองที่พัก การจองรถ การซื้อตั๋วเข้าสถานที่ใดสถานที่หนึ่งล่วงหน้า เป็นต้น แต่เมื่อใกล้ระยะเวลาที่ทานกำลังจะไปเที่ยว สถานที่เที่ยวที่ต้นประสบกับปัญหามลพิษทางอากาศ ฝุ่นพิษ 2.5 ปกคลุม ท่านจะอย่างไร” พบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีการวางแผนการท่องเที่ยวครบทุกกระบวนการแล้ว ก็ยังคงตัดสินใจไปเที่ยวในครั้งนั้น แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมในการเดินทางเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เป็นการตัดสินใจที่มีจำนวนสูงสุด คือ 235 คน คิดเป็นร้อยละ 46.53 รองลงมาคือ เปลี่ยนสถานที่เที่ยว และ ยอมเสียค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนการเดินทางออกไปก่อนเป็น จำนวน 91 และ 63 คิดเป็นร้อยละ 18.02 และ 12.48 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ Multinomial Logit Model

จากการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Multinomial Logit ค่าสัมประสิทธิ์แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางการเที่ยว โดยมีตัวแปรตาม คือ ไม่สนใจสถานการณ์ฝุ่น ยังคงยึดแผนการท่องเที่ยวสถานที่เดิม กิจกรรมเดิม เป็นฐาน (Base Outcome) ในการเปรียบเทียบกับตัวตามอื่นๆ โดยมีภาพรวม Pseudo R² เท่ากับ 0.1109 ดังนี้

ระดับการศึกษา พบว่า บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (Higher6) มีแนวโน้มที่จะเลื่อนแผนการเดินทางหรือยกเลิกการเดินทางในครั้งนั้น เมื่อเทียบกับบุคคลที่มีการศึกษาน้อยกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 และเมื่อเทียบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยังคงตัดสินใจไปเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิม

ระดับรายได้ (Personal_Salary) พบว่า บุคคลที่มีรายได้ยังสูงมีแนวโน้มที่จะไม่เลื่อนแผนการเดินทางหรือยกเลิกการเดินทางในครั้งและยังคงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยังคงตัดสินใจไปเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิม

นั้น เมื่อเทียบกับบุคคลที่มีรายได้ต่ำกว่า

จำนวนครั้งในการเที่ยวใน 1 ปีที่ผ่านมา (Times_Travel) พบว่า หากมีจำนวนครั้งที่มากขึ้นมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนกิจกรรมระหว่างทริปหรือเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยว และเลื่อนแผนการเดินทางหรือยกเลิกการเดินทาง เมื่อเทียบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยังคงยึดแผนการท่องเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิม และบุคคลที่มีจำนวนเที่ยวในรอบ 1 ปีน้อย

ลักษณะการเที่ยวที่เกี่ยวกับใคร พบว่า การเที่ยวกับครอบครัว (Family) และกับแฟน (Couple) มีแนวโน้มที่จะไม่เปลี่ยนกิจกรรมระหว่างทริปหรือเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยว และไม่เลื่อนแผนการเดินทางหรือยกเลิกการเดินทางในครั้ง เมื่อเทียบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยังคงตัดสินใจไปเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิม และเมื่อเทียบกับการเที่ยวกับเพื่อน

จำนวนสมาชิกในการเที่ยว พบว่า หากมีสมาชิกในทริปมากกว่า 4 ขึ้นไป (More_Than_4) มีแนวโน้มที่จะไม่เปลี่ยนกิจกรรมระหว่างทริปหรือเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยังคงตัดสินใจไปเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิม และเมื่อเทียบกับจำนวนสมาชิกในการท่องเที่ยวที่มีเพียง 1 ถึง 2 คน

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเที่ยว (Average_Cost) พบว่า หากมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่สูงขึ้นมีแนวโน้มที่จะไม่เปลี่ยนกิจกรรมระหว่างทริปหรือเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยว และไม่เลื่อนแผนการเดินทางหรือยกเลิกการเดินทางในครั้ง เมื่อเทียบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยังคงตัดสินใจไปเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิม

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า หากนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทแสง สี เสียง นันทนาการ (Night_Life) มีแนวโน้มที่จะไม่เลื่อนแผนการเดินทางหรือยกเลิกการเดินทาง เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ และเมื่อเทียบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยังคงยึดแผนการท่องเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิม

ค่าเฉลี่ยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ค่าเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์ (Average_Product) ยิ่งสูงขึ้นยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลื่อนแผนการเที่ยวออกไป หรือยกเลิกการแผนการเที่ยวครั้งนั้น หรือยกเลิกเที่ยวในประเทศเดินทางไปต่างประเทศ ในทางกลับกันค่าเฉลี่ยด้านกระบวนการ (Average_Process) ยิ่งสูงขึ้นยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะไม่เปลี่ยนกิจกรรมระหว่างทริป หรือ เปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยึดแผนการท่องเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิม

ปัจจัยสุดท้ายคือ การเช็คค่าฝุ่นละอองก่อนออกจากบ้าน (Check) พบว่า หากนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่เช็คค่าฝุ่นละอองอย่างสม่ำเสมอจะทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลื่อนแผนการเดินทางหรือยกเลิกการเดินทางในครั้งหรือเดินทางไปต่างประเทศ เมื่อเทียบกับพฤติกรรมที่ยังคงยึดแผนการท่องเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิม

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม พบว่า เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ยังยึดแผนการท่องเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิมกับเปลี่ยนกิจกรรมระหว่างทริป หรือเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า จำนวน

เที่ยวใน 1 ปีที่ผ่านมา (Times_Travel) เพิ่มขึ้น 1 ครั้ง จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความน่าจะเป็นที่จะหลีกเลี่ยงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะการเปลี่ยนกิจกรรมระหว่างทริป หรือเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยว และยังคงเดินทางตามแผนการเดินทางเดิมเท่ากับ 0.0053394 เป็นไปได้ว่าการที่นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ท่องเที่ยวมากขึ้นในแต่ละครั้ง และอาจจะเป็นสถานที่เดิมที่ตนเคยไป จึงมีประสบการณ์และเข้าใจลักษณะพื้นที่นั้นในทางกลับกัน เมื่อนักท่องเที่ยวมีลักษณะการเที่ยวกับครอบครัว (Family) จำนวนสมาชิกในทริปมีมากกว่า 4 คนขึ้นไป (More_than_4) และ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (Average_Cost) สูงขึ้นทุกๆ 1 บาท จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความน่าจะเป็นที่จะยังคงเดินทางไปเที่ยว แต่เปลี่ยนกิจกรรมหรือเปลี่ยนสถานที่ 0.0898358 0.0934256 และ 0.00000593 ตามลำดับ เนื่องจากการที่สมาชิกในครอบครัว และมีจำนวนคนที่มากกว่า 4 คน ทำให้เกิดเงื่อนไขส่วนบุคคล เช่น ด้านเวลา เป็นต้น หรือ ค่าใช้จ่ายที่สูง ผู้เดินทางอาจมองว่าหากมีการยกเลิกจะไม่คุ้มกับที่มีการจ่ายล่วงหน้า หรือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นอยู่ในส่วนของที่สามารถปรับเปลี่ยนกิจกรรมให้เข้ากับสถานการณ์ตอนนั้นได้

เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ยึดแผนการท่องเที่ยวตามเดิม กิจกรรมเดิมกับเลื่อนแผนการเที่ยวออกไป/ยกเลิกการแผนการเที่ยวครั้งนั้น/ยกเลิกเที่ยวในประเทศเดินทางไปต่างประเทศ พบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีลักษณะการเที่ยวกับครอบครัว (Family) และ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (Average_Cost) ในการเที่ยวสูงขึ้นทุกๆ 1 บาท จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความน่าจะเป็นที่จะหลีกเลี่ยงการท่องเที่ยวตามเดิม และเลื่อนแผนการเที่ยวออกไปหรือยกเลิกการแผนการเที่ยวครั้งนั้นหรือยกเลิกเที่ยวในประเทศเดินทางไปต่างประเทศ เท่ากับ 0.0898358 และ 0.00000593 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้โดยสารขนาดไม่เกิน 2.5 ไมครอน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงทัศนคติการรับรู้เกี่ยวกับผู้โดยสารขนาดไม่เกิน 2.5 ไมครอนของแต่ละบุคคล มีผลอย่างมากในการตัดสินใจการเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงสถานที่ท่องเที่ยวหรือเปลี่ยนกิจกรรม เมื่อเผชิญปัญหาผู้โดยสารปกคลุมพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศของ เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Daxin Dong, Xiaowei Xu and Yat Fung Wong (2019) การประเมินผลกระทบของมลพิษทางอากาศต่อการท่องเที่ยวในประเทศจีน ภายใต้กรอบการทำงานแบบเศรษฐมิติทั่วไป จากปัจจัยภายในประเทศที่ทำให้

เกิดมลพิษทางอากาศ พบว่า มลพิษทางอากาศมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ การเพิ่มขึ้นของ PM_{10} เป็นสาเหตุทำให้อัตราส่วนรายรับต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ด้านการท่องเที่ยวลดลงเท่ากับ 0.45 เปอร์เซ็นต์ นั่นหมายถึงนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่จะหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่ประสบปัญหา

บทสรุป

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลอย่างมากในการตัดสินใจไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจนถึงความอันตรายของการสูดอากาศที่มีฝุ่นพิษ $PM_{2.5}$ ปะปน แต่ยังมีความเห็นว่าปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่ใช่ปัญหาใหญ่เมื่อเทียบกับสิ่งที่ตนได้วางแผนไว้ล่วงหน้าแล้ว หมายถึง หากแผนการท่องเที่ยวยังไม่สมบูรณ์และมีระยะเวลาในการจัดการ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มมากขึ้นที่จะพิจารณาการยกเลิกการจองตั๋ว และแผนการท่องเที่ยวครั้งนั้น แล้วหาโอกาสมาเที่ยวใหม่เมื่อสภาพอากาศดีขึ้น แต่หากเจอปัญหาดังกล่าวในระยะกระชั้นชิด นักท่องเที่ยวยังคงไปท่องเที่ยวแต่เปลี่ยนกิจกรรม ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนร่วมกัน เพื่อเป็นแนวทางในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากปัญหามลพิษทางอากาศและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยฉบับทำให้เห็นว่าภาครัฐและภาคเอกชน ควรเข้ามาบริหารจัดการกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติให้สอดคล้องกัน เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงภัยอันตรายจากการสูดอากาศที่มีฝุ่นพิษ $PM_{2.5}$ ปะปนมากขึ้นตลอดจนรู้จักวิธีป้องกันและหลีกเลี่ยงที่ถูกต้อง รวมถึงการณรงค์ลดหรือหลีกเลี่ยงพฤติกรรมและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดฝุ่นพิษ $PM_{2.5}$ เพื่อลดปริมาณฝุ่นละอองขนาดใหญ่และขนาดเล็กในอากาศ

ทั้งนี้ ในงานวิจัยครั้งต่อไปเห็นว่า ควรมีการสำรวจพฤติกรรมและการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย ในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย เนื่องจากในปี 2561 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเมื่อ เป็นจำนวน 1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด สร้างรายได้ให้แก่ประเทศราว 1.7 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) และความแตกต่างด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรม การรับรู้และทัศนคติต่อฝุ่นพิษ $PM_{2.5}$ นั้น จะมีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2562). รายงานสถานการณ์และคุณภาพอากาศประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2562. จาก <http://air4thai.pcd.go.th/webV2/>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2562. จาก https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=411.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564). สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2562. จาก [Art tourism plan.indd \(ubu.ac.th\)](http://arttourismplan.indd(ubu.ac.th))
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2562. จาก [ewt_dl_link.php \(nesdc.go.th\)](http://ewt_dl_link.php(nesdc.go.th))
- เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Daxin Dong, Xiaowei Xu and Yat Fung Wong. (2019). *Estimating the Impact of Air Pollution on Inbound Tourism in China: An Analysis Based on Regression Discontinuity Design*. Retrieved June 25, 2019. from <https://ideas.repec.org/a/gam/jsusta/v11y2019i6p1682-d215672.html>.