บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้ในการศึกษา รวมทั้งได้ศึกษารายงานการวิจัย และทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539) ได้กล่าวถึงแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของความต้องการและพฤติกรรม ตลอดจนปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค คำถามที่จะช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ มีดังต่อไปนี้

1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงตลาดเป้าหมาย (Target market) หรือลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ว่าเป็นกลุ่มไหน โดยการแบ่งตามเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และเขตที่พักอาศัย เป็นต้น

2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อและต้องการได้จากผลิตภัณฑ์ (Objects) ซึ่งได้แก่ คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)

3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) เหตุผลหรือปัจจัยต่างๆในการซื้อ ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล

4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying ?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Organizations) ซึ่งอาจเป็นบุคคล หน่วยงาน หรือสถาบันต่างๆ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ เป็นต้น

6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงสถานที่ ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) เช่น ห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy ?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงขั้นตอน หรือกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ตลอดถึงอิทธิพลต่างๆซึ่งจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ประชุม สุวัตถี และคณะ (2533) วิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อหาแนวทางพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวชน พบว่าการจัดการท่องเที่ยวทัศนศึกษาของเยาวชน ที่มีทั้งจัดโดยสถานศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน ผู้ปกครองพาไปหรือเยาวชนจัดกันเอง มีความมุ่งหมายเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ เยาวชนได้เรียนรู้การอยู่ร่วมกันและทำกิจกรรมเป็นหมู่คณะ แหล่งท่องเที่ยวที่เยาวชนไปท่องเที่ยวทัศนศึกษาคือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศิลปวัฒนธรรม ส่วนสถานที่ตากอากาศชายทะเลนิยมไปเฉพาะการทัศนศึกษาประเภทค้างแรม ทางด้านทัศนคติของ ครูอาจารย์ ผู้ปกครองและเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวพบว่า ส่วนมากมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษาของเยาวชน และมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ประโยชน์ที่สำคัญที่สุดของการไปท่องเที่ยวทัศนศึกษาของเยาวชนคือ ทำให้เยาวชนมีประสบการณ์ที่ดีขึ้น เป็นการพักผ่อนที่ได้รับความเพลิดเพลินและทำให้เยาวชนมีโอกาสได้รู้จักประเทศของตนดีขึ้น

คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ (2540) รายงานแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวทัศนศึกษาสำหรับเยาวชนว่า ในอดีตที่ผ่านมา กิจกรรมการท่องเที่ยวทัศนศึกษาสำหรับเยาวชนในประเทศไทยยังไม่เป็นที่แพร่หลายและยังไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยส่วนใหญ่แล้วจะจำกัดอยู่ในวงแคบตามสถานศึกษาต่างๆเท่านั้น ต่อมารัฐบาลได้มองเห็นความสำคัญของเยาวชนซึ่งถือเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ จึงมุ่งเน้นที่จะให้เยาวชนได้รับการพัฒนาอย่างสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญาและมีความสำนึกในบทบาทหน้าที่ของตนในการพัฒนาตนเองและประเทศชาติ ให้สอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเองก็ได้ตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มเยาวชนว่าจะมีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศได้อย่างมาก ดังนั้นจึงได้กำหนด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มเยาวชนเข้าไปเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่สำคัญประการหนึ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมุ่งหวังจะให้เยาวชนของชาติมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและรู้จักคุณประโยชน์ของการท่องเที่ยวตลอดจนเป็นการส่งเสริมค่านิยมการทัศนศึกษาสำหรับเยาวชนภายในประเทศ

กาญจนรัตน์ รัตนสนธิ (2544) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนไทยกับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ได้ผลการศึกษาว่านักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ส่วนใหญ่ใช้การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยการสอบถามจากเพื่อนที่รู้จักและมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะมากที่สุด ในขณะเดียวกันก็ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากโทรทัศน์มากที่สุดเช่นกัน โดยมีเหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อความเพลิดเพลินและโอกาสในการเรียนรู้ธรรมชาติเป็นหลัก ด้านการรับรู้ข่าวสารที่เป็นการโฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือนิตยสารและอินเตอร์เน็ตตามลำดับ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการโฆษณาผ่านทางวิทยุและโทรทัศน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved