

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์" ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนได้ศึกษาข้อมูลความรู้ หลักการ และแนวปฏิบัติต่างๆ จากเอกสาร ตำรา และสื่อออนไลน์ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยนำข้อมูลดังกล่าวนั้นมาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางประกอบการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

1. ประวัติและความเป็นมาของการก่อตั้งเมืองสุรินทร์ที่มีความเชื่อมโยงกับการกำเนิดงานช้างจังหวัดสุรินทร์

2. ประวัติและความเป็นมาของงานช้างจังหวัดสุรินทร์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

3. การท่องเที่ยวโดยรวมของจังหวัดสุรินทร์

4. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้สำหรับการวิจัย ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรตาม ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว และกลุ่มที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ประกอบด้วย ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติและความเป็นมาของการก่อตั้งเมืองสุรินทร์ที่มีความเชื่อมโยงกับการกำเนิดงานช่างจังหวัดสุรินทร์

"สุรินทร์" เมืองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานแต่ไม่ปรากฏหลักฐานที่แน่ชัดว่ามีประวัติและความเป็นมาอย่างไร อาศัยเพียงข้อสันนิษฐานของนักประวัติศาสตร์ นักโบราณคดี และคำบอกเล่าของผู้สูงอายุที่เล่าต่อๆ กันมา โดยเชื่อกันว่าพื้นที่อันเป็นที่ตั้งของเมืองสุรินทร์มีชุมชนอาศัยอยู่เมื่อประมาณ 2,000 ปีล่วงมาแล้วในสมัยที่ขอมยังเรืองอำนาจ แต่เมื่อขอมเสื่อมอำนาจลงเมืองสุรินทร์ได้ร้างเป็นป่าดงอยู่นาน จนกระทั่งสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลายพุทธศักราช 2260 มีกลุ่มชนพื้นเมืองที่เรียกตัวเองว่า "กวย" ซึ่งเป็นกลุ่มชนที่มีความสามารถในการจับช้างป่ามาเลี้ยงไว้ใช้งานและเดิมชนพื้นเมืองกลุ่มนี้อาศัยอยู่แถบเมืองอัตปือแสนแป แขวงจำปาศักดิ์ซึ่งในขณะนั้นเป็นดินแดนของประเทศไทย ชนกลุ่มนี้ได้เดินทางข้ามมาจากฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขงมายังฝั่งขวาของไทยด้วยกองคาราวานช้าง (ปัจจุบัน คือ ฝั่งตรงข้ามอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี) และชนกลุ่มนี้อีตเคยเป็นชนเผ่าทหารกล้าในบังคับบัญชาของขุนเจืองกษัตริย์ไทยผู้เรืองอำนาจพระองค์หนึ่งในประวัติศาสตร์ชาติไทยในยุคเริ่มแรกแห่งแคว้นล้านนา หลังจากที่พระองค์สวรรคตแล้วชาวกวยก็ไม่ปรารถนาที่จะมีผู้บังคับบัญชาใหม่จึงพากันอพยพผู้คนข้ามแม่น้ำโขงมาตั้งถิ่นฐานใหม่ในดินแดนฝั่งขวา อันเป็นดินแดนของภาคอีสานของไทยในปัจจุบัน การอพยพในครั้งนั้นได้เดินทางมาเป็นขบวนใหญ่โดยมีหัวหน้าคุ้มกันหลายคนเพื่อนำกลุ่มชาวกวยเดินทางผ่านดงป่าใหญ่มายังฝั่งขวาของแม่น้ำโขง โดยฝั่งขวาของไทยในขณะนั้นยังหลงเหลือซากเมืองเก่าในยุคที่ขอมเรืองอำนาจกระจัดกระจายอยู่ทั่วไป กลุ่มชาวกวยจึงได้แยกย้ายกันออกไปตั้งถิ่นฐานตามหัวหน้าคุ้มกันดังปรากฏหลักฐาน 6 พวก คือ พวกที่ 1 เข้ามาตั้งถิ่นฐานสร้างบ้านเรือนอยู่ที่เมืองที่ ปัจจุบันคือ บ้านเมืองที่ ตำบลเมืองที่ อำเภอเมืองสุรินทร์ มีหัวหน้าหมู่บ้านชื่อ "เชียงปุม" และมีน้องชายชื่อ "เชียงปัด" พวกที่ 2 เข้ามาตั้งถิ่นฐานสร้างบ้านเรือนอยู่ที่บ้านกุดหวาย หรือ เมืองเตา ปัจจุบันอยู่ในเขตอำเภอรัตนบุรี มีหัวหน้าหมู่บ้านชื่อ "เชียงสี" หรือ "ตากะอาม" พวกที่ 3 ได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานสร้างบ้านเรือนอยู่ที่เมืองสิง ปัจจุบันคือ บ้านเมืองสิงตำบลเมืองสิง อำเภอจอมพระ มีหัวหน้าหมู่บ้านชื่อ "เชียงสง" พวกที่ 4 เข้ามาตั้งถิ่นฐานสร้างบ้านเรือนอยู่ที่โคกลำดวน ปัจจุบันอยู่ในเขตอำเภอชุมขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีหัวหน้าหมู่บ้านชื่อ "ตากะจะ และ เชียงขัน" พวกที่ 5 เข้ามาตั้งถิ่นฐานสร้างบ้านเรือนอยู่ที่อำจะปะเนียง ปัจจุบันคือ บ้านสังขะ อยู่ในเขตอำเภอสังขะ มีหัวหน้าหมู่บ้านชื่อ "เชียงมะ" และพวกที่ 6 เข้ามาตั้งถิ่นฐานสร้างบ้านเรือนอยู่ที่กุดปะไท หรือจารพัด ปัจจุบันคือ บ้านกุดปะไท และ บ้านจารพัด อยู่ในเขตอำเภอศีขรภูมิ มีหัวหน้าหมู่บ้านชื่อ "เชียงไชย"

ในปีพุทธศักราช 2302 รัชกาลของสมเด็จพระบรมราชาที่ 3 พระที่นั่งสุริยามรินทร์ กษัตริย์ผู้ครองกรุงศรีอยุธยาได้เกิดเหตุการณ์ช้างเผือกแตกโรงหนีออกจากเมืองหลวงเข้าป่าไปทางทิศตะวันออกมุ่งสู่เมืองพิมาย พระองค์จึงให้สองพี่น้องและเจ้าหน้าที่กรมช้างประมาณ 30 คน ออกติดตามหาช้างเผือก (สองพี่น้องที่กล่าวถึงนี้ในพงศาวดารมิได้ระบุนามจึงได้สันนิษฐานว่า อาจจะเป็นพระยามหากษัตริย์ศึกและพระยาสุรสีห์เพราะในขณะนั้นสองพระองค์นี้ทรงรับราชการอยู่ที่กรุงศรีอยุธยา) จนกระทั่งเดินทางถึงเขตเมืองพิมายสองพี่น้องได้ทราบข่าวจากเจ้าเมืองพิมาย ว่าในดงป่าใหญ่ริมเทือกเขาพนมดงรักมีชาวกว๊ยกกลุ่มคนที่มีความชำนาญในการจับช้างและเลี้ยงช้างอาศัยอยู่ในดงป่าเป็นจำนวนมาก หากไปสืบหาช้างเผือกจากกลุ่มคนพวกนี้อาจจะทราบเรื่องและติดตามช้างเผือกเหล่านั้นกลับคืนมาได้ เมื่อทราบเช่นนั้นสองพี่น้องและไพร่พลจึงได้เดินทางเพื่อไปพบกับเชียงสี (ตากะฮาม) ที่บ้านกุดหวาย (อำเภอรัตนบุรี) และเชียงสี (ตากะฮาม) จึงได้พาสองพี่น้องและไพร่พลเดินทางไปพบกับหัวหน้าชาวกว๊ยกอีก 5 คน ได้แก่ เชียงสงที่บ้านเมืองถึง (อำเภอจอมพระ) และเดินทางต่อเพื่อไปพบกับเชียงปุมที่บ้านเมืองที่ (อำเภอเมืองสุรินทร์) และไปพบเชียงไชยที่บ้านกุดปะไท (อำเภอศีขรภูมิ) ไปพบตากะจะและเชียงขันที่บ้านโคกลำดวน (อำเภอซุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ) และเดินทางต่อเพื่อไปพบกับเชียงมะที่บ้านอัจจะปะนึ่ง (อำเภอสังขะ) เป็นคนสุดท้าย เมื่อได้พบกับหัวหน้าชาวกว๊ยกทั้งหมดแล้วสองพี่น้องและไพร่พลก็ได้รับการช่วยเหลือจากกลุ่มคนดังกล่าวเป็นอย่างดี และเชียงมะ 1 ใน 6 ของหัวหน้าชาวกว๊ยกเป็นผู้ที่เคยพบเห็นช้างเผือกมีเครื่องประดับติดที่งาทั้งสองข้างในขณะที่เชียงมะพาโขลงช้างของตนลงเล่นน้ำที่หนองโชนในตอนบ่าย (ปัจจุบันเป็นอ่างเก็บน้ำและทุ่งนาอยู่ที่ศได้ฝั่งตรงข้ามสถานีขนส่งสังขะ) เมื่อสองพี่น้องทราบเช่นนั้นจึงให้หัวหน้าชาวกว๊ยกที่ 6 พาไปดูที่หนองโชนและได้พบโขลงช้างป่าประมาณ 50-60 เชือก เดินห้อมล้อมช้างเผือกออกมาจากดงป่าเพื่อลงไปเล่นน้ำในหนองโชน หลังจากที่ได้พบแล้วเชียงปุม เชียงสี เชียงมะ เชียงไชย ตากะจะ และเชียงขัน ได้ประกอบพิธีกรรม ศาสตร์การจับช้างจนสามารถนำช้างเผือกเชือกสำคัญไปถวายคืนสมเด็จพระบรมราชาที่ 3 พระที่นั่งสุริยามรินทร์ ผู้ครองกรุงศรีอยุธยาได้สำเร็จ ครั้นสมเด็จพระบรมราชาที่ 3 พระที่นั่งสุริยามรินทร์ทรงทราบจึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานบรรดาศักดิ์ให้หัวหน้าชาวกว๊ยกทั้ง 6 เป็นการตอบแทนความดีที่ได้ให้ความช่วยเหลือการติดตามช้างเผือกถวายคืน พระองค์จึงสำเร็จ โดยพระองค์ทรงโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้เชียงปุมหัวหน้าหมู่บ้านเมืองที่รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น "หลวงสุรินทร์ภักดี" เชียงขันหัวหน้าหมู่บ้านบ้านโคกลำดวนรับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น "หลวงปราบเชียงมะ" เชียงมะหัวหน้าหมู่บ้านอัจจะปะนึ่งรับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น "หลวงเพชรเชียงสี" เชียงสี หรือ ตากะฮาม หัวหน้าหมู่บ้านบ้าน

กุดหวายรับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น "หลวงศรีนครเตา" เชียงไชยหัวหน้าหมู่บ้านบ้านกุดปะไท รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น "ขุนไชยสุริยวงศ์" และตากะจะแห่งบ้านโคกลำดวนบ้านเดียวกับ เชียงชั้นได้รับความดีความชอบพิเศษให้เป็น "หลวงแก้วสุวรรณ" (ภายหลังท่านผู้นี้ได้เป็นต้นตระกูล บรรพบุรุษของชาวเมืองชูนันท์หรือเมืองศรีสะเกษในปัจจุบัน) และหัวหน้าทั้ง 6 ดังกล่าวได้ปกครอง หมู่บ้านเดิมซึ่งขึ้นตรงต่อเมืองพิมาย และในปีพุทธศักราช 2306 หลวงสุรินทรภักดี (เชียงปุม) ได้ ขอให้เจ้าเมืองพิมายกราบบังคมทูลขอพระบรมราชานุญาตย้ายหมู่บ้านจากเมืองที่ไปอยู่ที่บ้านคูปะ ทาย หรือ บ้านปะทายสมันต์ เมืองเก่าของชาวขอมอยู่ห่างจากเมืองที่มาทางทิศตะวันตกประมาณ 16 กิโลเมตร ซึ่งหลวงสุรินทรภักดีเห็นว่าเป็นชัยภูมิที่เหมาะสมในการสร้างเมืองและเป็นหมู่บ้านที่กว้าง ใหญ่ มีกำแพงและค่ายคูล้อมรอบถึง 2 ชั้น ประกอบกับมีน้ำท่าที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การ ประกอบอาชีพและเป็นอยู่อาศัย เมื่อเจ้าเมืองพิมายได้กราบบังคมทูลขอพระบรมราชานุญาต สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระที่นั่งสุริยามรินทร์ก็ทรงอนุญาตให้หลวงสุรินทรภักดีย้ายหมู่บ้านได้ และ หลวงสุรินทรภักดีได้อพยพราษฎรบางส่วนมาอยู่ที่บ้านคูปะทายและราษฎรอีกจำนวนหนึ่งก็ยังคง ปักหลักอยู่ที่เมืองที่โดยมีเสียงปัดผู้เป็นน้องชายของหลวงสุรินทรภักดีเป็นผู้หัวหน้าดูแลหมู่บ้าน เมืองที่แทน และในเวลาต่อมาหลวงสุรินทรภักดีได้กระทำความดีความชอบเป็นที่โปรดปรานพระ เจ้าอยู่หัวสมเด็จพระบรมราชาที่ 3 พระที่นั่งสุริยามรินทร์อีกครั้งหนึ่ง พระองค์จึงทรงพระกรุณา โปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้ยกบ้านคูปะทายเป็น "เมืองปะทายสมันต์" และเลื่อนบรรดาศักดิ์ หลวงสุรินทรภักดีเป็น "พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง" ผู้เป็นเจ้าเมืองปกครองเมืองสุรินทร์ และในเวลาต่อมาหัวหน้าหมู่บ้านทั้ง 6 จึงได้เดินทางเพื่อไปเข้าเฝ้าสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวสมเด็จพระ บรมราชาที่ 3 พระที่นั่งสุริยามรินทร์ ณ กรุงศรีอยุธยา และได้นำสิ่งของขึ้นทูลเกล้าทูลกระหม่อม ถวายอันประกอบไปด้วย ข้าว ม้า แก่นสน ยางสน ปีกนก นอระมด (นอแรด) งาช้าง และน้ำผึ้งเพื่อ ส่งส่วยตามราชประเพณี นับจากบัดนั้นเป็นต้นมากลุ่มคนเลี้ยงช้างในดงป่าเหล่านั้นจึงถูกชาวกรุง ศรีอยุธยาขนานนามว่าชาวกวยมาจนถึงปัจจุบัน และสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวสมเด็จพระบรมราชาที่ 3 พระที่นั่งสุริยามรินทร์ยังได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมแต่งตั้งบรรดาศักดิ์หัวหน้า หมู่บ้านของชาวกวยเหล่านั้นให้สูงขึ้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. หลวงสุรินทรภักดี (เชียงปุม) เป็นพระสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง และยกบ้านคูปะ ทายให้ขึ้นเป็นเมืองปะทายสมันต์
2. หลวงเพชร (เชียงชะ) เป็นพระสังฆะบุรีศรีนครอัจจะ และยกบ้านอัจจะปะนึ่งให้ขึ้น เป็นเมืองสังชะ

3. หลวงศรีนครเตา (เชียงใหม่) เป็นพระศรีนครเตา และยกบ้านกุดหวายให้ขึ้นเป็น เมืองรัตนบุรี

4. หลวงแก้วสุวรรณ (ตากะจะ) เป็นพระไกรภักดีศรีนครลำดวนและยกบ้านโคกลำดวนให้ขึ้นเป็นเมืองขุขันธ์

ทั้งหมดนี้ได้ปกครองบ้านเมืองด้วยความร่มเย็นเป็นสุขโดยขึ้นตรงต่อเมืองพิมายตลอดมา จนกระทั่งสมัยกรุงธนบุรีเมื่อปีพุทธศักราช 2324 เมืองเขมรได้เกิดจลาจลจากศึกสงครามเมืองเวียงจันทน์ สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึกและเจ้าพระยาสุรสีห์จึงได้รับพระบรมราชโองการให้เป็นแม่ทัพในการยกทัพไปปราบจลาจลที่เมืองเขมรโดยเกณฑ์กำลังพลจากเมืองปะทายสมันต์ เมืองขุขันธ์ และเมืองสังขะไปสมทบด้วย หลังจากศึกสงครามชาวเขมรบางส่วนได้ถูกกวาดต้อนมาอยู่ที่เมืองปะทายสมันต์ เมืองสังขะ บ้านกำพงสวาย (แขวงท่าตุม) และอีกส่วนหนึ่งได้อพยพมาเอง ดังนั้นเมืองปะทายสมันต์จึงมีทั้งชาวทวายปะปนอยู่กับชาวเขมร เมื่อเสร็จศึกสงครามแล้ว สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีจึงได้ปูนบำเหน็จให้เจ้าเมืองปะทายสมันต์ เจ้าเมืองสังขะ และเจ้าเมืองขุขันธ์เลื่อนบรรดาศักดิ์ขึ้นเป็นพระยาทั้ง 3 เมือง จนกระทั่งในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ราวปีพุทธศักราช 2329 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมเปลี่ยนชื่อเมืองปะทายสมันต์เป็นเมืองสุรินทร์ตามสร้อยบรรดาศักดิ์ของเจ้าเมืองสุรินทร์และหลวงสุรินทร์ภักดี (เชียงใหม่) ก็ได้เลื่อนบรรดาศักดิ์เป็น "พระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวาง" ผู้เป็นเจ้าเมืองปกครองคนแรกของจังหวัดสุรินทร์" หลังจากพระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวาง (เชียงใหม่) เจ้าเมืองสุรินทร์คนแรกถึงแก่กรรมแล้วได้มีเจ้าเมืองขึ้นปกครองเมืองสุรินทร์สืบเชื้อสายต่อกันมารวม 11 คน คนสุดท้าย คือ หลวงประเสริฐสุรินทร์บาล (ตุ่มทอง) ซึ่งถึงแก่กรรมเมื่อปีพุทธศักราช 2450 จนในสมัยรัชกาลที่ 5 ตำแหน่งเจ้าเมืองปกครองเมืองสุรินทร์จึงหมดลง จนกระทั่งปีพุทธศักราช 2451 ได้มีการปรับปรุงระบบบริหารราชการแผ่นดินเป็นแบบเทศาภิบาลส่วนกลางจึงได้แต่งตั้งพระกรุงศรีบุรีรักษ์ (สุข สุมานนท์) มาดำรงตำแหน่งเป็นข้าหลวงประจำจังหวัด หรือ ผู้ว่าราชการจังหวัดสุรินทร์เป็นคนแรก

จากข้อเท็จจริงดังกล่าว "จังหวัดสุรินทร์" จึงเปรียบเสมือนเป็นเมืองศูนย์กลางแห่งการเชื่อมโยงอารยธรรมขอมโบราณในอดีตกาล ซึ่งจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ปรากฏย่อมสามารถบ่งบอกได้ว่าการก่อสร้างเมืองสุรินทร์นั้นได้มีการเชื่อมโยงกับอารยธรรมขอมโบราณอย่างเห็นได้ชัด ดังจะเห็นได้จากการปราสาทขอมโบราณที่ยังคงหลงเหลืออยู่ในพื้นที่ต่างๆ ของจังหวัดสุรินทร์หลายแห่งด้วยกัน เช่น ปราสาทเมืองที ปราสาทเมืองสิง ปราสาทจอมพระ ปราสาทศิขรมุมิ ปราสาทตาเมือน ปราสาทตาเมือนตุ้จ ปราสาทตาเมือนธม ปราสาทหินบ้านพลวง

ปราสาทภูมิโปน ปราสาททายเหงา เป็นต้น ซึ่งการเชื่อมโยงทางอารยธรรมขอมดังกล่าวจึงทำ
จังหวัดสุรินทร์มีขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกันอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะ
การได้รับอิทธิพลภาษาขอม หรือภาษาเขมร ที่ประชาชนโดยส่วนใหญ่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกันใน
หลายท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีการละเล่นพื้นบ้านเรอมนำเร (ระบำสาก) เจริง (การขับร้องเพลง
พื้นบ้านภาษาเขมร) กันตรึม (การเล่นดนตรีและการขับร้องในทำนองเพลงเขมร) เป็นต้น
(สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาสุรินทร์, 2551)

ประวัติและความเป็นมาของงานช้างจังหวัดสุรินทร์จากอดีตจนถึงปัจจุบัน

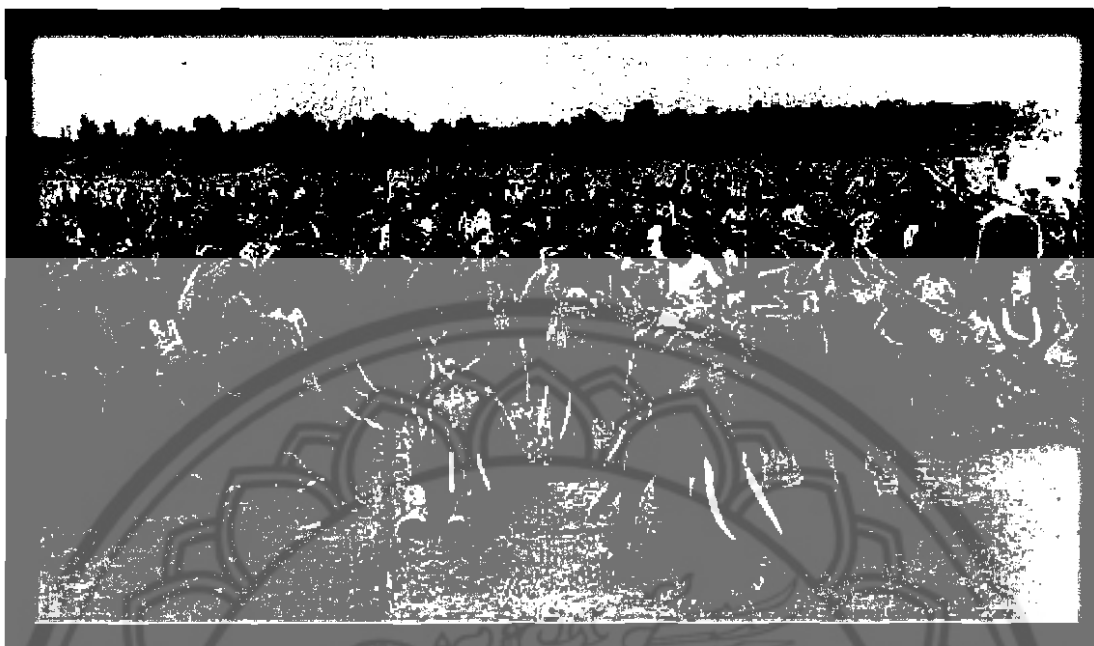
ณ บ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ หมู่บ้านของกลุ่มชน
พื้นเมืองหรือชาวเมืองในอดีตที่เรียกตัวเองว่า “กวย หรือ กวย” ซึ่งประกอบอาชีพทำนาเป็นส่วน
ใหญ่ ภายหลังเสร็จสิ้นฤดูกาลทำนาชาวกวยกลุ่มนี้นิยมไปคล้องช้างป่าในเขตพื้นที่ป่าของประเทศ
กัมพูชาเพื่อนำมาเลี้ยงไว้เป็นเพื่อนหรือเสมือนเป็นสมาชิกหนึ่งในแต่ครัวเรือนโดยไม่นำไปใช้
แรงงานหนักเหมือนช้างในพื้นที่อื่น ๆ ชนพื้นเมืองกลุ่มนี้ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นกลุ่มชนที่มีความชำนาญ
ในการคล้อง เลี้ยงช้าง และฝึกช้างได้เป็นอย่างดี ช้างของชาวกวยเลี้ยงง่าย ฉลาด และจดจำการ
ฝึกฝนต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว วิถีชีวิตของชาวกวยจึงมีช้างเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ ไม่ว่าจะเป็น
การใช้ช้างเป็นพาหนะในการเดินทางไปร่วมงานบุญ งานบวช งานประเพณี และกิจกรรมต่าง ๆ
ของชุมชน และจากตำนานได้กล่าวไว้ว่า “ในปี พ.ศ. 2498 เป็นปีแห่งการชุมนุมช้างของกลุ่มชาว
กวยพื้นเมืองโดยไม่ได้ตั้งใจ การชุมนุมช้างของชาวกวยในครั้งนั้นเกิดจากการทราบข่าวว่าจะมี
เฮลิคอปเตอร์ลงจอดที่ลานทุ่ง ณ บ้านตากกลาง ชาวกวยจึงได้ชักชวนกันไปรอดูเฮลิคอปเตอร์
แต่ละคนแต่ละครอบครัวต่างก็นั่งช้างของตนเป็นพาหนะในการเดินทางไปยังบริเวณที่เฮลิคอปเตอร์
จะลงจอด จนกระทั่งเฮลิคอปเตอร์ได้ลงจอดที่ลานทุ่งของหมู่บ้านของบ้านตากกลางเรียบร้อยแล้ว
เหล่านักบินและผู้โดยสารที่โดยสารมากับเฮลิคอปเตอร์ต่างก็ตกใจและแปลกประหลาดใจอย่างยิ่ง
กับช้างโขลงใหญ่ที่มีจำนวนมากกว่า 300 เชือก” และจากเหตุการณ์ในครั้งนั้นทำให้มีข่าวแพร่
ออกไปอย่างกว้างขวางทำให้ประชาชนอีกหลาย ๆ พื้นที่ให้ความสนใจกันเป็นจำนวนมาก
จนกระทั่งในโอกาสการจัดงานเฉลิมฉลองที่ว่าการอำเภอท่าตูมหลังใหม่ เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน
พ.ศ. 2503 โดยมีนายวินัย สุวรรณประกาศ เป็นนายอำเภอท่าตูมในขณะนั้น ซึ่งนายวินัย
สุวรรณประกาศ ได้ชักชวนให้ชาวกวยนำช้างของตนมาจัดแสดงในงานเฉลิมฉลองที่ว่าการอำเภอท่า
ตูมดังกล่าว ซึ่งในช่วงกลางวันมีกิจกรรมชบวนแห่ช้าง การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน การ
สาธิตการคล้องช้าง การแข่งขันช้างวิ่งเร็ว การแข่งขันฟุตบอลช้าง และในช่วงกลางคืนได้มีการจัด
แสดงมหรสพรื่นเริงตลอดทั้งคืน และจากการที่นำช้างมาจัดแสดงในงานเฉลิมฉลอง ณ ที่ว่าการ



1. 4571 457 0.2 สำนักหอสมุด

อำเภอท่าตูมหลังใหม่แห่งนี้ทำให้สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ได้แพร่ภาพและประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ จึงทำให้ประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศที่รับทราบข่าวต่างให้ความสนใจและอยากให้มีการจัดแสดงช้างอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในปีต่อมามองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (อสท.หรือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน (ททท.) จึงให้การสนับสนุนการจัดแสดงช้างของจังหวัดสุรินทร์อย่างจริงจัง ทั้งการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และการร่วมกำหนดรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวและการแสดงของช้างตลอดจนได้นำนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวชมงานช้างที่จัดขึ้นที่ว่าการอำเภอท่าตูมเป็นจำนวนมาก จนกระทั่งในปีพุทธศักราช 2505 คณะรัฐมนตรีจึงได้อนุมัติการจัดงานช้างให้เป็นงานประเพณีประจำปีของจังหวัดสุรินทร์ และยังกำหนดให้ส่วนราชการหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ให้การสนับสนุนการจัดงานช้างจังหวัดสุรินทร์อย่างเป็นทางการ ซึ่งในอดีตงานช้างนั้นได้จัดแสดงขึ้น ณ สนามที่ว่าการอำเภอท่าตูมซึ่งมีระยะทางห่างจากจังหวัดสุรินทร์ประมาณ 50 กิโลเมตร จึงทำให้เกิดปัญหาด้านการคมนาคม และการอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ว่าราชการจังหวัดในขณะนั้นจึงได้พิจารณาย้ายสถานที่การจัดงานช้างจากสนามที่ว่าการอำเภอท่าตูม มาจัดแสดง ณ สนามหน้าศาลากลางจังหวัดสุรินทร์ จนกระทั่งประเพณีงานช้างเริ่มเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมากขึ้นจึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมกันมากขึ้น จึงส่งผลให้สนามหน้าศาลากลางจังหวัดสุรินทร์ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด ผู้ว่าราชการจังหวัดสุรินทร์จึงได้พิจารณาการก่อสร้างสนามแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ขึ้นมาเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด และนับจากบัดนี้เป็นต้นมาจึงได้ถือเอาการจัดแสดงช้างจัดขึ้นพร้อมกับงานกาชาดจังหวัดสุรินทร์ ภายใต้ชื่อ "งานช้างและกาชาดสุรินทร์" โดยแยกการจัดงานออกเป็นสองส่วน คือ ส่วนที่ 1 การจัดงานกาชาด และส่วนที่ 2 คือ การจัดงานแสดงช้าง โดยมีงานประเพณีต้อนรับและเลี้ยงอาหารช้างขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย กำหนดการจัดงานดังกล่าวตรงกับสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนพฤศจิกายนในทุกๆ ปี โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรต่างๆ ร่วมกันจัดนิทรรศการ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ดนตรีพื้นเมือง มหรสพพื้นเมือง ออกร้านอาหารกาชาด และการออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าพื้นเมือง เช่น สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) งานหัตถกรรมผ้าไหม เครื่องเงิน เครื่องจักสาน ของฝาก-ของที่ระลึก อาหารพื้นบ้าน สินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น รวมระยะเวลาในการจัดงานทั้งสิ้น 10 วัน

จากการนำช่างของชาวกลุ่มชาวกวຍบ้านตากกลางไปจัดแสดงเนื่องในงานเฉลิมฉลองที่ว่าการอำเภอท่าตูมหลังใหม่ ณ สถานที่ว่าการอำเภอท่าตูม อำเภอขนาดเล็กในถิ่นทุรกันดารของดินแดนอีสานใต้ เมื่อวันที่ 19 เดือน พฤศจิกายน พุทธศักราช 2503 ได้กลายมาเป็นงานประเพณีประจำปีที่มีบทบาทความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ นับจากอดีตจนถึงปัจจุบันประเพณีดังกล่าวได้รับการสืบทอดมาอย่างยาวนานเป็นปีที่ 48 แล้ว โดยมีชาวทุกกลุ่มคนพื้นเมืองแห่งบ้านตากกลางผู้เป็นบรรพบุรุษของชาวสุรินทร์ที่ได้สรรค์สร้างการแสดงช่างผสมผสานกับวิถีชีวิตพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นได้อย่างมีเอกลักษณ์ จนทำให้สุรินทร์เมืองขนาดเล็กที่เคยเงียบเหงาเป็นต้นกำเนิดของงานแสดงช่างที่ยิ่งใหญ่ มีคุณค่า และมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวทั้งในระดับชุมชน ระดับจังหวัด และระดับประเทศ จากความสำคัญดังกล่าวรัฐบาลจึงได้กำหนดให้งานช่างเป็นงานประเพณีที่ต้องจัดขึ้นประจำปี โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุน ส่งเสริม เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว การร่วมกำหนดรูปแบบการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และนำนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเข้ามาชมการแสดงช่างอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี จนทำให้งานช่างจังหวัดสุรินทร์เป็นงานประเพณีที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดสุรินทร์ให้เจริญก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังทำให้จังหวัดสุรินทร์เมืองขนาดเล็กในภาคอีสานตอนล่างของประเทศไทยกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและสร้างชื่อเสียงโด่งดังให้กับประเทศ จนทำให้จังหวัดนักท่องเที่ยวต่างรู้จักจังหวัดสุรินทร์กันอย่างกว้างขวางในสมญานาม "สุรินทร์ เมืองช่าง" ได้อย่างน่าภาคภูมิใจ (ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 2551)



ภาพ 2 แสดงการชุมนุมช้างครั้งแรก ณ บ้านตากกลาง ในปีพุทธศักราช 2503



ภาพ 3 แสดงการชุมนุมช้างบ้านตากกลางในปัจจุบัน

ที่มา: ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 2551

กิจกรรมท่องเที่ยวและการแสดงช้าง ประจำปีพุทธศักราช 2551

กิจกรรมท่องเที่ยวและการแสดงช้างที่สำนักงานจังหวัดสุรินทร์ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดขึ้นในงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ครั้งที่ 48 ระหว่างวันที่ 22 และ 23 เดือน พฤศจิกายน พุทธศักราช 2551 ประกอบด้วยการแสดงต่างๆ 9 ชุด ดังนี้

1. องค์ 1 “นมัสการ องค์สุรินทร์เทวา” การแสดงองค์พระสุรินทร์เทวา ทรงคชานาม เศวธาณทั้งดงามสมกับเป็นพญาช้างแห่งสวรรค์เสด็จมาประทานพร

2. องค์ 2 “จตุสุโลกาธาณี” เป็นการแสดงความหมายว่าพระอินทร์ได้ทรงประทานช้างให้มาเกิดบนแผ่นดินเมืองสุรินทร์ การแสดงชุดนี้บ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งช้างจังหวัดสุรินทร์และความผูกพันของเด็กๆ ชาวสุรินทร์กับลูกช้างตัวเล็กๆ คล้ายกับพระอินทร์ได้ประทานช้างให้มาเกิดรวมกันไว้ ณ ที่นี้

3. องค์ 3 “บุชาฟ้า คันทาพญาช้างไทย” ชาวสุรินทร์ประกอบพิธีไหว้ศาลประจำอำเภอ ออกคล้องช้างป่า ซึ่งเป็นประเพณีที่ปฏิบัติกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษนับหลายร้อยปีโดยมีนางรำ “แกลมอ” ออกมาร่ายรำเพื่อร่วมพิธีกว่า 200 นาง ทำให้บรรยากาศเต็มไปด้วยมนต์ขลัง

4. องค์ 4 “ปฐมทีเลือนลั่น สนั่นพงไพร” เป็นการแสดงโขนช้างกลางแปลงโดยการดัดแปลงโขนช้างป่าจำนวนมากกว่า 300 เชือก ออกมารวมกันไว้ตั้ง “ทะเลช้าง” เพื่อให้พราวนช้างไล่คล้อง นับเป็นความสามารถของคนเลี้ยงช้างชาวสุรินทร์

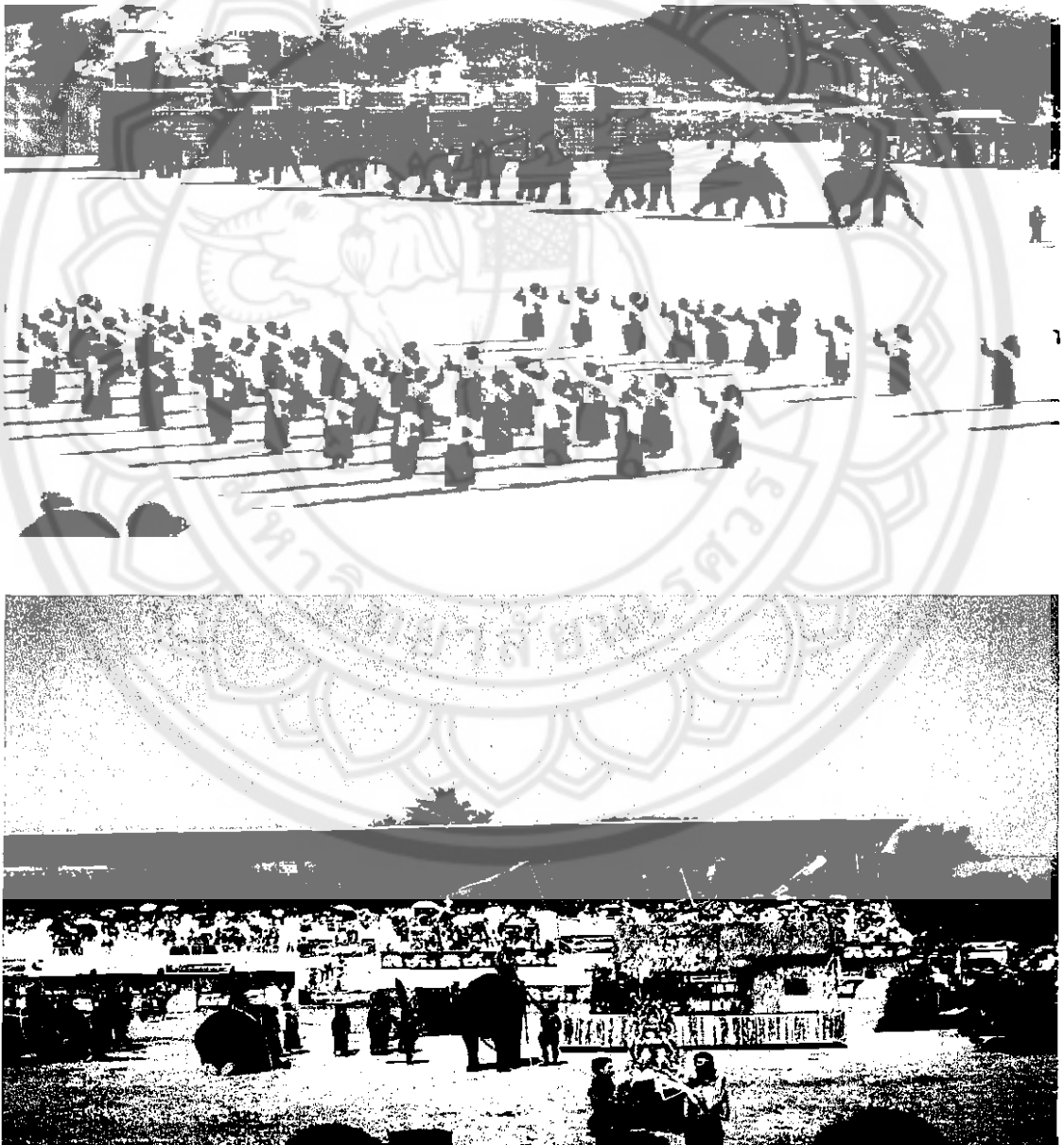
5. องค์ 5 “พาราแซ่ซ้อง รับขวัญคชชา” ชาวสุรินทร์ทั้งชายและหญิงจำนวน 400 คน ออกมาร่ายรำ “เรื่องอัมเร” เฉลิมฉลองการคล้องช้างพร้อมกับชมขบวนวัฒนธรรมในการแห่บูชาของชาวสุรินทร์ในชุดผ้าไหมที่สวยงามตระการตาอีกกว่าร้อยชีวิต

6. องค์ 6 “คชศาสตร์ศึกษา เรื่องฤทธิไกร” เป็นการแสดงช้างแสนรู้ที่น่ารัก และการเล่นกายกรรมในท่าต่างๆ แข่งกับเด็กๆ ชาวสุรินทร์ เช่น ช้างสวัสดี ช้างขอบคุณ ช้างยืนสองขา ช้างยิ้ม ช้างวาดภาพ ช้างเล่นฮูล่าฮูป ช้างปาเป้า ช้างแข่งขันฟุตบอลช้าง ช้างแข่งขันชักคะเย่อกับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว การนำช้างมาฝึกเพื่อออกรบอย่างวิริยบราณ เป็นต้น การแสดงเหล่านี้สามารถสร้างเสียงหัวเราะและความสนุกสนานในทุกนาที

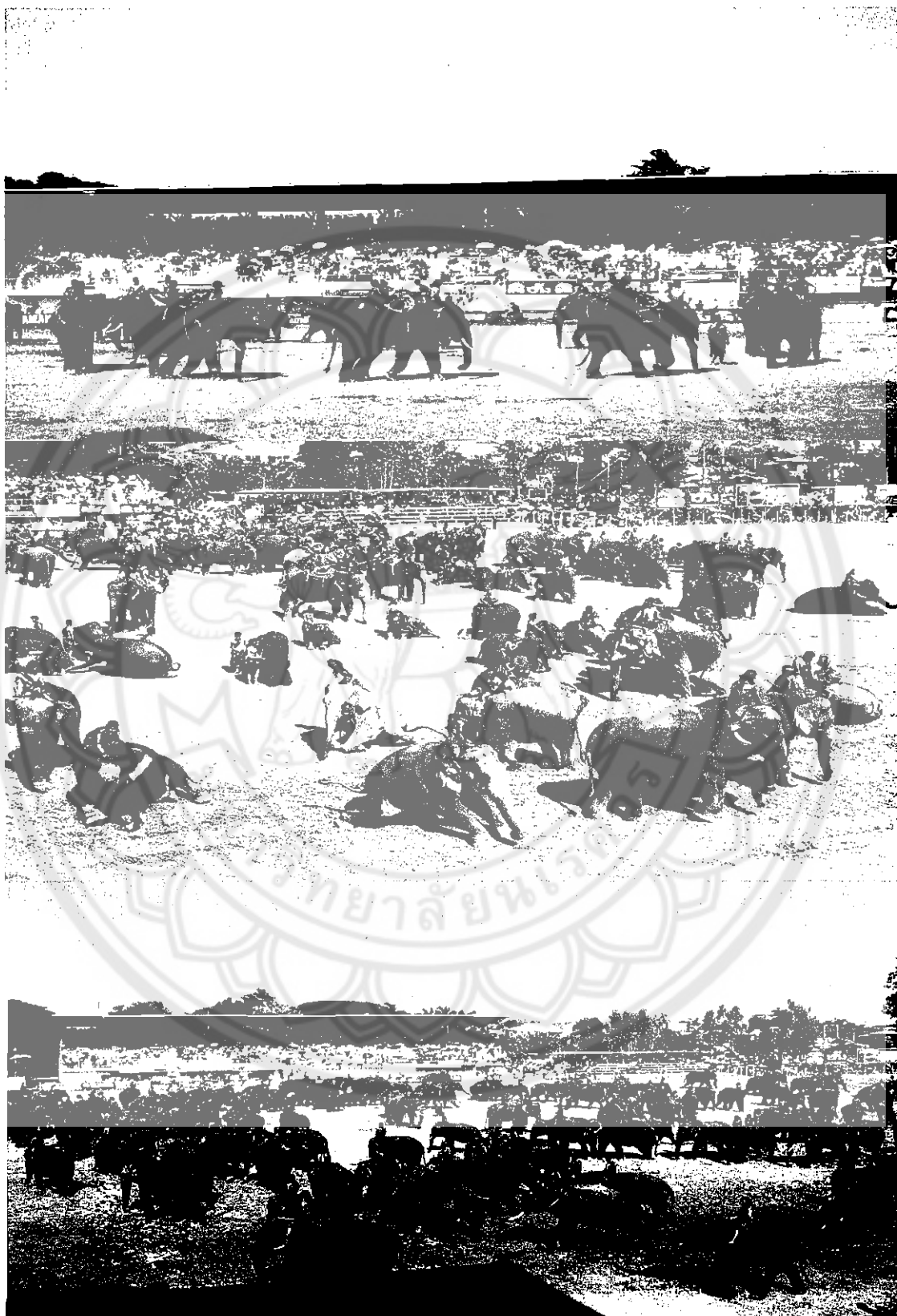
7. องค์ 7 “รุกขไพรี ยุทธหัตถิมิชัย” เป็นการแสดงขบวนทัพโบราณเมื่อครั้ง 400 ปีระหว่างอยุธยาถึงหงสาวดี โดยใช้นักแสดงกว่า 1,000 คน ในเครื่องแต่งกายอย่างนักรบโบราณ และชมการรบที่ยิ่งใหญ่สมจริงซึ่งมีทั้งกองปืนใหญ่ที่ยิงต่อสู้อย่างดุเดือด การรบบนหลังม้าที่ตื่นตาตื่นใจท่ามกลางดงระเบิด กองทหารหลวงนับพันนับร้อยเข้ารบประจัญบานชนิดตาต่อตาฟันต่อฟันและการสปีลยุทธ์ที่เป็นสุดยอดของการรบบนหลังช้างที่เรียกว่า “ยุทธหัตถิ” ที่สร้างวีรกรรมแก่ช้างไทยโด่งดังไปทั่วโลก

8. องค์ที่ 8 “ยิ่งใหญ่เกรียงไกร ช้างไทยก้องปฐพี” เป็นการแสดงฉากจบโดยโขลงช้างและนางรำทุกฉากทยอยเดินออกมายืนล้อมกองทัพยุทธหัตถี

9. องค์ที่ 9 “หนึ่งร้อยสิบหกวัน จากวันแม่ถึงวันพ่อ ช้างไทยสร้างสามัคคี” เป็นการรวมตัวของกองทัพโยธยา กองทัพหงสาวดี และเหล่านักแสดงชุดต่างๆ กว่า 2,000 คน พร้อมกับช้างไทยจำนวนหลายร้อยเชือกเพื่อแสดงพลังที่ยิ่งใหญ่เกรียงไกรถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถตามโครงการ “จากวันแม่ถึงวันพ่อ 116 วันสร้างสามัคคี” เพื่อสร้างความสมัครสมานสามัคคีของประชาชนชาวไทย



ภาพ 4 แสดงชุดการแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ ในปีพุทธศักราช 2551



ภาพ 4 (ต่อ)



ภาพ 4 (ต่อ)



ภาพ 4 (ต่อ)



ภาพ 4 (ต่อ)

ที่มา: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์, 2551

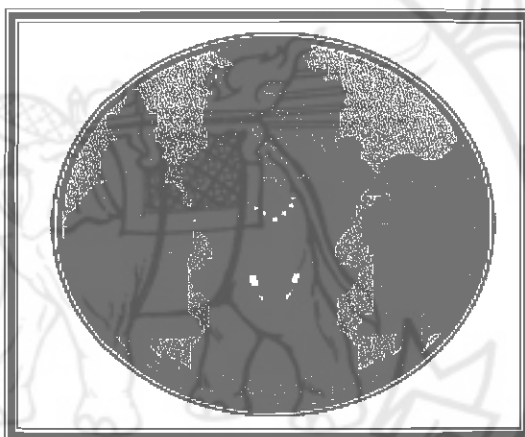
ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยรวมของจังหวัดสุรินทร์

คำขวัญประจำจังหวัดสุรินทร์

"สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมสวยล้ำนวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม"

ตราประจำจังหวัดสุรินทร์

รูปพระอินทร์ทรงช้าง หมายถึง พระอินทร์ผู้เก่งกล้าสามารถ ซึ่งประกอบด้วยสัญลักษณ์พระอินทร์ประทับขัดสมาธิบนหลังช้าง หัตถ์ขวาทรงตรี หัตถ์ซ้ายทรงพระแสงขอช้าง มีภาพปราสาทสลักปรางค์หักพังเป็นฉากเบื้องหลัง



ภาพ 5 แสดงตราประจำจังหวัดสุรินทร์

ที่มา: สำนักงานจังหวัดสุรินทร์, 2551

อาณาเขตติดต่อของจังหวัดสุรินทร์

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดมหาสารคาม
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษ
ทิศใต้	ติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดบุรีรัมย์

สัญลักษณ์ของแบรนด์จังหวัดสุรินทร์

1. “ช้าง พ่อ แม่ ลูก” สัญลักษณ์ของแบรนด์จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย “รวงทอง ช้างตัวพ่อ” พ่อเป็นหัวหน้าครอบครัวจึงเป็นตัวแทนของภาคเกษตร ซึ่งเป็นเสาหลักรายได้ของสุรินทร์ “ไหมทิพย์ ช้างตัวแม่” ผู้หญิงเป็นเพศที่เกี่ยวข้องกับความงาม จึงเป็นตัวแทนความวิจิตรบรรจงของไหมสุรินทร์ และ “สดใส ช้างตัวลูก” เด็ก คือ อนาคตของชาติ ซึ่งเต็มไปด้วยความสดใสรุ่งเรือง เบิกบาน พร้อมทั้งจะเติบโตไปในทางที่ดีงาม ช้างตัวลูกจึงเหมาะสมที่จะเป็นตัวแทนในเรื่องของกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยว ฯลฯ

2. “ธรรมชาติ” คือ สิ่งที่ยิ่งใหญ่ สุรินทร์จังหวัดที่ความเป็นตัวตนของเมือง ตลอดจนวิถีชีวิตผู้คนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันผูกพัน สัมพันธ์กันอย่างสมดุลง และแนบแน่นกับธรรมชาติ อย่างยาวนานธรรมชาติ คือ การเกิดของสรรพสิ่งที่เป็นไปตามครรลอง อันไร้ซึ่งการปรุงแต่ง ธรรมชาติ คือ สิ่งที่จรรโลง สิ่งที่แท้ สิ่งที่บริสุทธิ์ สิ่งที่มีคุณค่า สิ่งที่เป็นรากฐานของสรรพสิ่งในโลก

3. “วิถีธรรมชาติ” คือ ถ้อยคำที่เป็นจุดยืนของแบรนด์ที่แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่เล็งเห็นถึงคุณค่าความเป็นตัวตนของวิถีสุรินทร์ จนทำให้แบรนด์จังหวัดสุรินทร์มีความโดดเด่น แตกต่าง มีเอกลักษณ์ และมีศักยภาพ ที่กล่าวนี้มิได้จำกัดอยู่แต่ในพื้นที่ใกล้เคียงหรือในประเทศเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างความโดดเด่นในระดับนานาชาติ ช่วยสร้างภาพให้จังหวัดสุรินทร์เป็นเมืองแห่งธรรมชาติ อันจะส่งผลในด้านที่ดีเกี่ยวเนื่องไปจนถึงภาพในด้านเกษตร ชีวิตความเป็นอยู่อันสงบ ร่มเย็น การท่องเที่ยว การค้า การลงทุน และอื่น ๆ ฯลฯ อย่างเป็นรูปธรรมและอย่างยั่งยืน “



Su*rin
by nature



ภาพ 6 แสดงชุดสัญลักษณ์ของแบรนด์จังหวัดสุรินทร์

ที่มา: ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 2551

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์

จังหวัดสุรินทร์มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายประเภทด้วยกัน ทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ โบราณสถานและโบราณวัตถุ วัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่โดดเด่นในแต่ละพื้นที่ของจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ เขตอำเภอเมือง ได้แก่ อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง วัดบูรพาราม (ที่ประดิษฐานหลวงพ่อบุญรอด) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสุรินทร์ ศาลหลักเมืองสุรินทร์ ปราสาทเมืองที หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง (หมู่บ้านผ้าไหมเอเปค) หมู่บ้านวัฒนธรรมบ้านดง หมู่บ้านจักสานบ้านนุทม แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติ ฯ วนอุทยานเขาพนมสวาย และอ่างเก็บน้ำห้วยเสนง / เขตอำเภอปราสาท ได้แก่ ปราสาทหินบ้านไพล และปราสาทหินบ้านพลวง / เขตอำเภอพนมดงรัก ได้แก่ โบราณสถานกลุ่มปราสาทตาเมือน / เขตอำเภอกาบเชิง ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน - ห้วยสำราญ อ่างเก็บน้ำตาเกาวัล จุดชมวิวยุทธอุทยาน และตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา (ตลาดช่องจอม) / เขตอำเภอบัวเชด ได้แก่ พุทธอุทยานเขาศาลา พระบรมสารีริกธาตุ รอยพระพุทธบาท น้ำตกคีรีไทร ถ้ำผาไทร ผานางคอย และแหล่งผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้หมู่บ้านชำปะโต เขตอำเภอสังขะ ได้แก่ ปราสาทภูมิโปน และปราสาทยายเหงา / เขตอำเภอลำดวน ได้แก่ ปราสาทบ้านตะเปียงเตี้ย และเขตนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบ / เขตอำเภอเขวาสินรินทร์ ได้แก่ หมู่บ้านผ้าไหมและเครื่องเงินเขวาสินรินทร์ / เขตอำเภอจอมพระ ได้แก่ ปราสาทเมืองสิงห์ และปราสาทจอมพระ / เขตอำเภอท่าตูม ได้แก่ หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง และวัดพระพุทธบาทเขาพนมดิน และเขตอำเภอศีขรภูมิ ได้แก่ ปราสาทศีขรภูมิ ปราสาทขางปี และปราสาทอานัน เป็นต้น

เทศกาลและงานประเพณีของจังหวัดสุรินทร์

"วันข้าวหอมมะลิอินทรีย์และมหกรรมผ้าไหมสุรินทร์" จัดขึ้นในช่วงเดือนมกราคมของทุกปี เพื่อประกวดและจัดแสดงผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกร รวมถึงการประกวดผ้าไหมและการแสดงผลงานของส่วนราชการด้วย / "ประเพณีทำบุญสู่ขวัญข้าว" จัดแสดงทุกหมู่บ้าน ในพื้นที่อำเภอพนมดงรัก โดยมีการสู่ขวัญข้าวเปลือก ทำบุญตักบาตร และสัมผัสกับวิถีชีวิตพื้นบ้าน / "วันช้างไทย" จัดขึ้นในวันที่ 13 เดือน มีนาคมของทุกปี ภายในงานมีการจัดแสดงแสง-สี เสียง ตำนานช้างไทย และการละเล่นพื้นเมือง ณ หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง อำเภอท่าตูม "ประเพณีขึ้นเขาสวาย เคาะระฆัง 1,080 ใบ ไหว้ 9 สิ่งศักดิ์สิทธิ์" มีการจัดขบวนแห่ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านของชาวสุรินทร์ เพื่อขึ้นเขาสวายไปนมัสการพระใหญ่ และกราบไหว้ พระพุทธบาทจำลองสักการะอัฐิหลวงปู่ดูล และทำบุญที่วัดพนมศิลาราม จัดขึ้นในช่วงกลางเดือนเมษายนของทุก /

“งานสืบสานวัฒนธรรมพื้นเมืองสุรินทร์ ประเพณีสงกรานต์” ระหว่างวันที่ 12-13 เมษายน ณ เวที ไผทสรายุ / “ประเพณีบวชนาค-แห่ช้าง” (มุมมองใหม่ วิถีชีวิตประเพณีและวัฒนธรรม) จัดขึ้นในวัน ขึ้น 13-15 ค่ำ เดือน 6 (กลางเดือนพฤษภาคมของทุกปี) ณ วัดแจ้งสว่าง บ้านตากกลาง อำเภอท่าตูม มีการแห่บรรดาศาสนาด้วยขบวนช้างกว่า 50 เชือก ช้างม่านำมูลไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ศาลเจ้าพ่อ วังทะเล เพื่อทำพิธีอุปสมบทนาค / “งานประเพณีสู้ขวัญควาย” เป็นประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรโดยเฉพาะการทำไร่ ทำนา และเลี้ยงสัตว์ของชาวบ้านบ้านบัว ตำบลเบา อำเภอปราสาท ในวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 6 ชาวบ้านจะมารวมตัวกันที่หมู่บ้านอนุรักษ์พันธุ์กระบือไทยเพื่อทำพิธีเช่นเจ้า ที่สิ่งศักดิ์สิทธิ์ วิญญาณปู่ย่าตายาย เพื่อเป็นสิริมงคลในการเริ่มฤดูกาลเพาะปลูก โดยมีพิธีเช่น ไหว้เพื่อขอฤกษ์ลงนา กิจกรรมสาธิตการไถนาแบบโบราณด้วยแรงงานกระบือ และการนั่งเกวียน ชมวิถีชีวิตในหมู่บ้าน / “ประเพณีแข่งเรือยาวชิงถ้วยพระราชทานฯ” ริมฝั่งแม่น้ำมูล หน้าวัดโพธิ์ อำเภอท่าตูม นอกจากการแข่งเรือแล้วยังมีการประกวดขบวนแห่เรือที่ประดับตกแต่งอย่างสวยงาม และเรือจังหวัดต่างๆ เข้ามาร่วมการแข่งขันด้วย / “ประเพณีสืบสานตำนานพันปีปราสาทศีขรภูมิ และประเพณีลอยกระทง” บริเวณปราสาทศีขรภูมิ อ.ศีขรภูมิ มีการแสดงแสง สี เสียง การจำลอง วิถีชีวิตคนพื้นเมือง (เขมร ลาว ส่วย) การแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน การจำหน่ายของที่ระลึก การประกวดนางนพมาศ การประกวดกระทงและขบวนแห่ จัดขึ้นในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ สัปดาห์ที่ 3 ของเดือนพฤศจิกายนของทุกปี / และ “งานต้อนรับและเลี้ยงอาหารช้างและงานช้างและกาชาด สุรินทร์” ประเพณีที่จัดได้อย่างยิ่งใหญ่ มีกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลาย ได้แก่ ขบวนแห่ต้อนรับ ช้างและเลี้ยงอาหารช้าง การประกวดโต๊ะอาหารช้าง เช่นศาลปะกำช้าง การแสดงการคล้องช้าง ชักคะเยอระหว่างคนกับช้าง ช้างแข่งฟุตบอล ขบวนช้างศึก การแสดงพื้นเมือง เช่น เรือมอญเร กันตริ่มฯลฯ งานออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และการจัดนิทรรศการของหน่วยงานต่างๆ จัดขึ้นในสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนพฤศจิกายนของทุกๆ ปี ณ สนามช้างจังหวัดสุรินทร์ และสนาม กีฬาศรีณรงค์ “เทศกาลงานปลาไหล ข้าวใหม่หอมมะลิ” จัดขึ้น ณ สนามที่ว่าการอำเภอชุมพลบุรี ในสัปดาห์ที่ 3 เดือนธันวาคมของทุกปี

จากความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวดังกล่าว จึงทำให้จังหวัดสุรินทร์ เป็นเมืองที่มีความน่าสนใจอีกแห่งหนึ่งไม่แพ้จังหวัดอื่นใดในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทาง มาเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้ตลอดทั้งปี ดังสโลแกน “2551 ปีแห่งการท่องเที่ยวสุรินทร์” (Amazing Surin) เที่ยวสุรินทร์ เที่ยวได้ทั้งปี ภายใต้ภาพลักษณ์ “วิถีสุรินทร์ วิถีธรรมชาติ” (Surin by Nature) และวัฒนธรรมอันดีงามของชาวสุรินทร์ (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์, 2551)



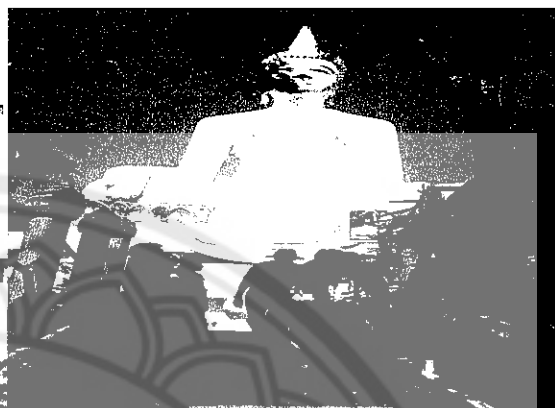
ภาพ 7 แสดงป้าย "2551 ปีแห่งการท่องเที่ยวสุรินทร์" (Amazing Surin 2008)

ที่มา: ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 2551

อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง

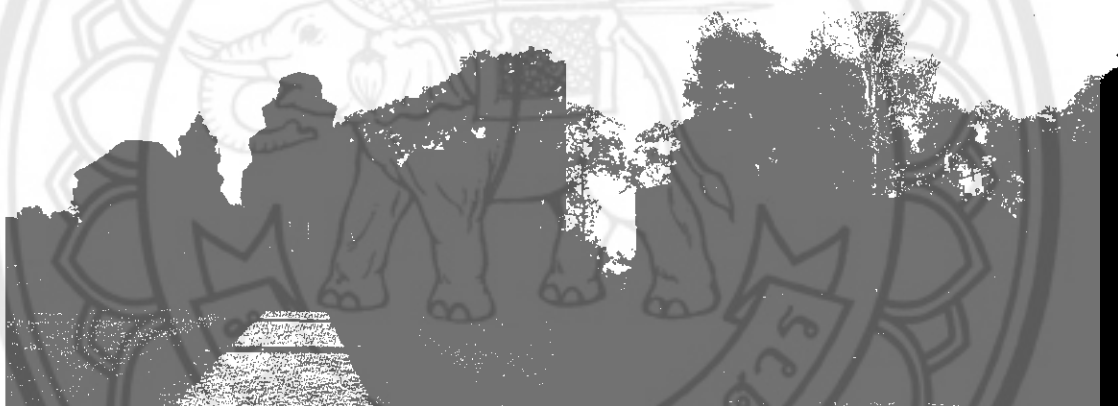


วนอุทยานพนมสวาย



ปราสาทศิขรภูมิ

ปราสาทตาเมือน



ปราสาทภูมิโปน

ปราสาทหินบ้านพลวง

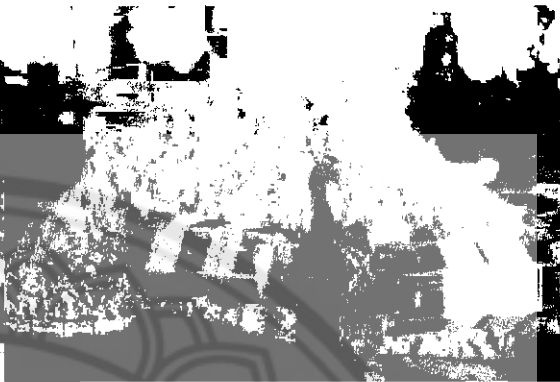


ภาพ 8 แสดงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์

หมู่บ้านข้างบ้านตากกลาง



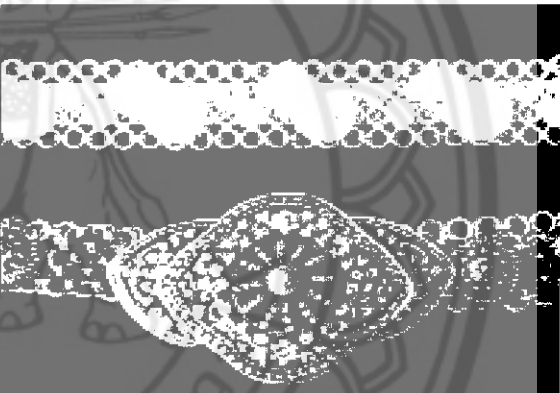
ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติ ฯ



หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง



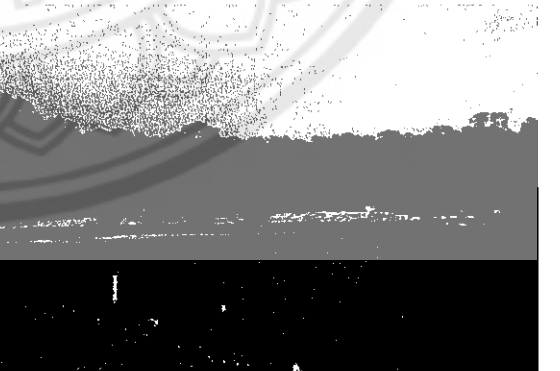
หมู่บ้านทำเครื่องเงินเขวาสินรินทร์



ด่านถาวรของจอม ไทย - กัมพูชา



อ่างเก็บน้ำตาแก้ว



ภาพ 8 (ต่อ)

ที่มา: ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 2551

การเดินทางสู่จังหวัดสุรินทร์

การเดินทางสู่จังหวัดสุรินทร์ สามารถเดินทางได้ 3 เส้นทาง ได้แก่ รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถไฟ ดังนี้

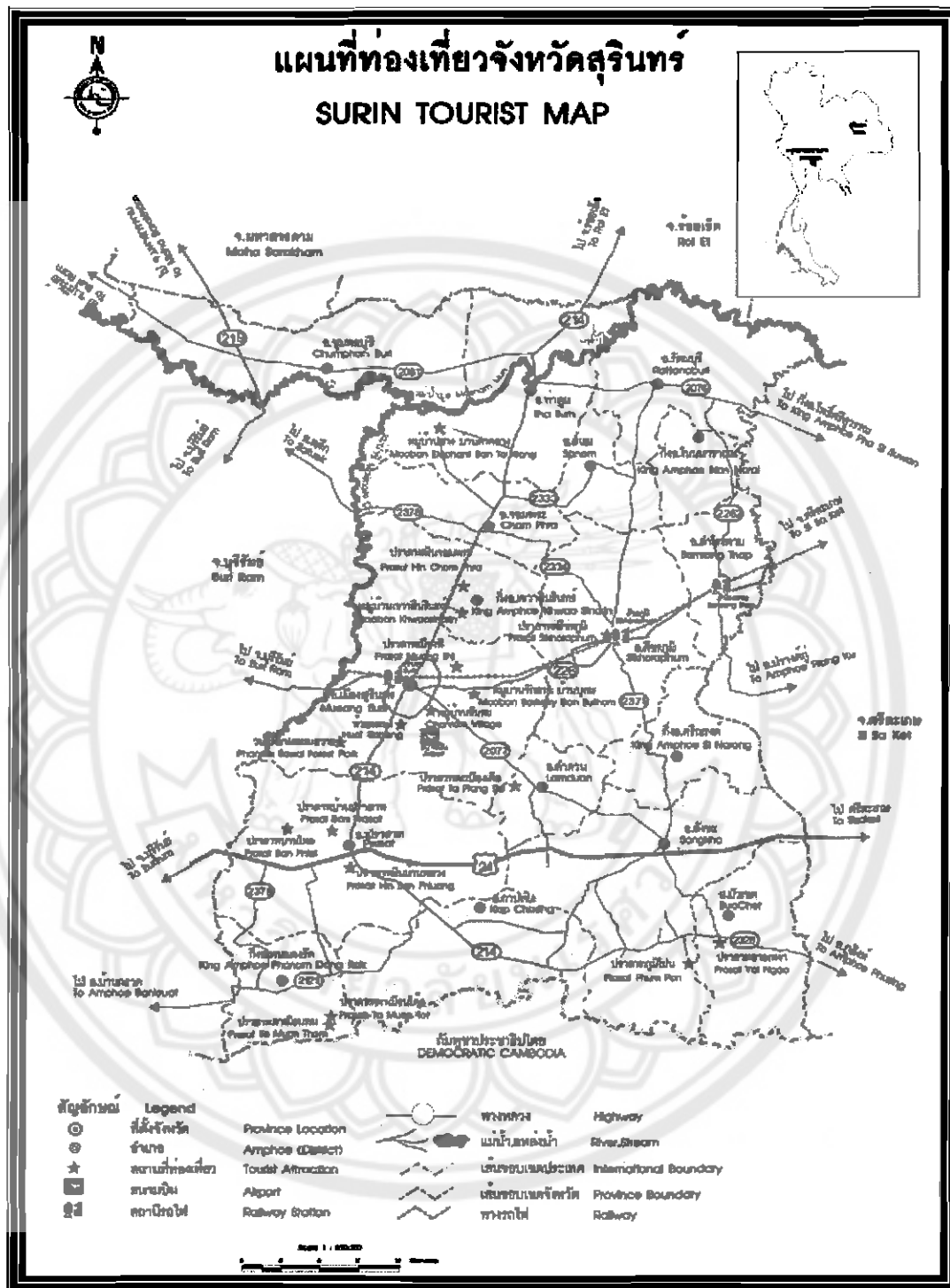
1. การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว สามารถเดินทางได้ 2 เส้นทาง ดังนี้

1.1 ออกจากกรุงเทพมหานคร ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน แยกเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 2 ถนนมิตรภาพที่จังหวัดสระบุรี และเดินทางเข้าสู่จังหวัดนครราชสีมา ตรงเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 224 นครราชสีมา อำเภอโชคชัย แยกซ้ายสู่ทางหลวงหมายเลข 24 โชคชัย - เดชอุดม ถึงแยกอำเภอปราสาทแล้วเลี้ยวซ้ายใช้เส้นทางหมายเลข 214 เข้าสู่ตัวเมืองสุรินทร์ รวมระยะทาง 450 กิโลเมตร

1.2 ออกจากกรุงเทพมหานคร ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน แยกเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 2 ถนนมิตรภาพที่จังหวัดสระบุรี และเดินทางเข้าสู่จังหวัดนครราชสีมา ผ่านจังหวัดบุรีรัมย์ตรงเข้าสู่ตัวจังหวัดสุรินทร์ โดยใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 226 เข้าสู่ตัวเมืองสุรินทร์ รวมระยะทาง 434 กิโลเมตร

2. การเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง มีรถโดยสารประจำทางออกจากสถานีขนส่งจตุจักร (หมอชิตใหม่) ทุกวัน หรือเดินทางจากสุรินทร์ไปกรุงเทพมหานครก็มีรถโดยสารประจำทางทุกวันเช่นกัน ทั้งรถธรรมดา รถปรับอากาศ และรถวีไอพี เช่น บริษัทนครชัยแอร์ โทร. 0 4451 5151 สมบัติทัวร์ โทร. 0 44511 221 กิจการราชสีมาทัวร์ โทร. 0 4451 2161 ฯลฯ ติดต่อและสอบถามรายละเอียดได้ที่บริษัทขนส่งจำกัด โทร. 0 2936 285 -66 (สถานีขนส่งจตุจักร) หรือ โทร. 0 4451 1756 (สถานีขนส่งสุรินทร์) หรือดูรายละเอียดการเดินทางเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <http://www.transport.co.th>

3. การเดินทางด้วยรถไฟ มีรถไฟออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพมหานคร (สถานีรถไฟหัวลำโพง) ทุกวัน ทั้งรถไฟธรรมดา รถเร็ว รถด่วน และรถดีเซลรางปรับอากาศ สายกรุงเทพฯ - อุบลราชธานี หรือ สายอุบลราชธานี-กรุงเทพฯ จอดรับ-ส่งผู้โดยสารที่สถานีรถไฟจังหวัดสุรินทร์ สอบถามรายละเอียดได้ที่สถานีรถไฟหัวลำโพง โทร. 0 2223 7010 / 0 2223 7020,1690 สถานีรถไฟจังหวัดสุรินทร์ โทร. 0 4451 1295 / 04451 5393 หรือดูรายละเอียดการเดินทางเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <http://www.railway.co.th>



ภาพ 9 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์, 2551



ภาพ 10 แสดงแผนที่การเดินทางไป 17 อำเภอของจังหวัดสุรินทร์

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์, 2551

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้สำหรับการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวน

พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2524) กล่าวว่า "ประชากร (Population) ในวิชาประชากรศาสตร์ หมายถึง จำนวนคนทั้งหมดในพื้นที่แห่งหนึ่ง ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง หรือในขณะใดขณะหนึ่ง และในวิชาสถิติหมายถึงได้ทั้งคน สัตว์ หรือสิ่งของ ซึ่งอยู่ในข่ายที่จะได้รับการศึกษาหรือสุ่มตัวอย่าง"

ราชบัณฑิตยสถาน (2524, หน้า 272) ให้คำนิยามของคำว่า "ประชากร" ไว้ 2 ความหมาย คือ ในวิชาประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง "จำนวนคนทั้งหมดในพื้นที่แห่งหนึ่งในช่วงระยะเวลาหนึ่งหรือในขณะใดขณะหนึ่ง และในวิชาสถิติ หมายถึง คน สัตว์ หรือ สิ่งของ ซึ่งอยู่ในข่ายที่จะได้รับการศึกษาหรือสุ่มตัวอย่าง"

ประชากรศาสตร์ (Population) หมายถึง "ศาสตร์ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับขนาดหรือจำนวนของคน ที่มีอยู่ในแต่ละสังคม ภูมิภาค และระดับโลก นอกจากนี้ยังศึกษาเกี่ยวกับการกระจายตัวของประชากรและองค์ประกอบต่างๆ ของประชากร ซึ่งองค์ประกอบของประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะต่างๆ ของคนหรือประชากรทั้งทางด้านชีววิทยาและสังคม สามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่ติดตัวมาแต่กำเนิด เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ และองค์ประกอบที่หามาได้จากสังคม เช่น การศึกษา อาชีพ รายได้" (วิไลพร สุตันไชยนนท์, 2547)

องค์ประกอบของประชากรศาสตร์ (Population Composition) หมายถึง คุณลักษณะต่างๆ ที่มีอยู่ในประชากรกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งสามารถนำไปเปรียบเทียบกับประชากรกลุ่มอื่น ๆ ได้ ลักษณะที่กล่าวแล้วนั้นอาจเป็นลักษณะทางประชากร ลักษณะทางสังคม หรือลักษณะทางเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ แรงงาน รายได้ การศึกษา สถานภาพสมรส เขตที่อยู่อาศัย ในเมืองและชนบท

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางสังคม กล่าวคือ เพศ เป็นตัวแปรที่สำคัญ โดยเฉพาะเพศหญิงจะเป็นเป้าหมายและเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจการซื้อสูงไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม อายุ ผลิตภันธ์ต่างๆ จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันจึงสามารถใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแบ่งส่วนตลาดได้ การศึกษา มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร เช่น ผู้มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสาร ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ เหมือนคนมีการศึกษาต่ำฐานะทางสังคม หมายถึง อาชีพ รายได้ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, หน้า 41)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

1. เพศ (Sex) เพศหญิงหรือเพศชายชอบการท่องเที่ยวมากกว่ากันจะขึ้นอยู่กับการฝึกฝนของแต่ละครอบครัว และการขัดแย้งบางอย่าง ผู้ชายมักจะมีบทบาททางด้านธุรกิจ และบางครั้งมีการขัดแย้งภายในครอบครัว ถ้ามีเวลาที่ชอบที่จะออกไปผจญภัย ส่วนผู้หญิงนั้นมีความเป็นห่วงกังวลติดกับครอบครัวมากกว่า นอกจากนั้นความสนใจของหญิงและชายก็แตกต่างกัน ผู้ชายอาจท่องเที่ยวเพื่อค้นคว้า ทดสอบ หาความรู้ความชำนาญ รวมไปถึงกิจกรรมที่น่าตื่นเต้นทั้งหลาย ส่วนผู้หญิงนั้นต้องการความอบอุ่น มั่นใจ และถ้าอยากรู้มักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความสวยงามเสียเป็นส่วนใหญ่ (ชวีลนุช อุทยาน, 2542, หน้า 52) และลักษณะทางเพศยังเป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใดๆ ก็ตามจะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และประชากรเพศหญิง (Female) โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยสามารถเดินทางได้ทั้งตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่ม มักกระจายตัวไปได้แทบทุกแหล่งท่องเที่ยว และสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายได้มากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงซึ่งมีความคล่องตัวน้อยกว่า มักเดินทางมากับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว โดยจะพิถีพิถันและรอบคอบในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวใดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมากหรือมีอัตราการเติบโตที่สูง ก็ย่อมได้รับภาพลักษณ์ในทางอ้อมว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

2. อายุ (Age) เป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความคิดและพฤติกรรมของบุคคลที่แตกต่างกัน กล่าวคือ โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนสูง ผู้ที่มีอายุมากมักเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติ มีความสุขุมระมัดระวังมากกว่าหนุ่มสาว สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะคนที่มีอายุผ่านประสบการณ์มามากกว่า เมื่อมีอายุมากขึ้นโอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกโน้มน้าวให้เปลี่ยนใจน้อยลง (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548, หน้า 49) และอายุยังเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคลซึ่งในอาณาเขตหนึ่ง และ ณ เวลาหนึ่ง ที่ประกอบไปด้วยคนต่างวัยและบุคคลที่มีช่วงอายุแตกต่างกันก็มีความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวได้แตกต่างกันโดยแบ่งออกตามกลุ่มอายุ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ดังนี้

2.1 กลุ่มวัยเด็ก ช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี เป็นกลุ่มที่ไม่สามารถเดินทางได้ตามลำพัง หากเดินทางท่องเที่ยวมักจะมากับพ่อแม่ หรือโรงเรียน หรือสถาบันที่จัดอบรมต่าง ๆ

2.2 กลุ่มวัยรุ่น ช่วงอายุ 1-24 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ หรือเพิ่งจบการศึกษา จึงยังไม่มีทุนทรัพย์ในการเดินทางด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มักเดินทางมากับพ่อแม่ หรือโรงเรียน หรือสถาบันที่จัดอบรมต่างๆ หรือเดินทางมาพักอาศัยอยู่กับครอบครัวอุปถัมภ์ตามโครงการแลกเปลี่ยนทางการศึกษาต่างๆ ในทางการตลาด ทั้งกลุ่มวัยเด็กและกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มตลาดศักยภาพที่น่าส่งเสริมแม้ว่าจะยังเป็นกลุ่มที่คาดหวังรายได้ทางการท่องเที่ยวได้น้อยก็ตาม หากว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวเมื่อวัยเด็กแล้ว พวกเขาก็อาจกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง และจะกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพในอนาคตที่จะสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวได้มากกว่าเดิม

2.3 กลุ่มวัยทำงานตอนต้น ช่วงอายุ 25-34 ปี เป็นกลุ่มศักยภาพในการใช้จ่ายเงินได้สูง เพราะมีรายได้เป็นของตนเองแล้ว ลักษณะกิจกรรมที่เลือกก็ยังสามารถทำได้หลากหลาย เพราะสุขภาพเอื้ออำนวย โดยส่วนใหญ่พบว่ากลุ่มวัยนี้จะมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มวัยอื่น ๆ

2.4 กลุ่มวัยทำงานตอนกลางและตอนปลาย ช่วงอายุ 3-44 ปี และ 4-54 ปี เป็นกลุ่มที่มีการเดินทางค่อนข้างสูงตามภาระหน้าที่การงานที่รับผิดชอบมากขึ้น ประกอบกับมีฐานะทางการเงินและการเงินที่ค่อนข้างมั่นคงแล้ว

2.5 กลุ่มวัยเกษียณ ช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีความดีในการเดินทางลดลง เนื่องจากสุขภาพไม่เอื้ออำนวย แต่จะมีวันหยุดนันทนาการวันกว่ากลุ่มวัยอื่นๆ เพราะไม่มีภาระงานที่จะต้องรับผิดชอบแล้ว

3. การศึกษา (Education) การศึกษาแบ่งออกเป็นระดับ ได้แก่ ระดับประถมศึกษา หมายถึง การสำเร็จการศึกษาในชั้นประถมศึกษาสูงสุดหรือต่ำกว่า ระดับมัธยมศึกษา หมายถึง การสำเร็จการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาสูงสุดหรือต่ำกว่า ระดับอุดมศึกษา หมายถึง การสำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษาศึกษาสูงสุดหรือต่ำกว่า ซึ่งระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่มีความสอดคล้องกับอาชีพและรายได้ของนักท่องเที่ยว เพราะโดยส่วนใหญ่แล้วบุคคลที่มีการศึกษาสูงก็มักจะมีอาชีพและรายได้ที่ดี ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้บ่อยกว่ากลุ่มที่มีการระดับการศึกษาต่ำกว่า..นอกจากนี้ระดับการศึกษายังเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยว ด้วยสมมติฐานที่ว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงก็มักจะเป็นผู้ที่มีความคิดและวิถีชีวิตที่ดี ซึ่งจะแสดงออกถึง

ทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานที่ดียิ่งขึ้น เช่น มีแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม หรือมีความเข้าใจในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่าง เป็นต้น

4. อาชีพ (Occupation) คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ และมีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 155) อาชีพยังเป็นลักษณะของบุคคลที่มีภารกิจหน้าที่การทำงานที่แตกต่างกันออกไป และทำให้มีโอกาสในการเดินทางที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่ทำงานในอาชีพระดับสูงจะมีโอกาสเดินทางมากกว่ากลุ่มอื่นๆ เพราะมีทุนทรัพย์มากกว่า นอกจากนี้ภาระหน้าที่การทำงานยังมีส่วนกำหนดให้ต้องเดินทางไปติดต่องานบ่อยครั้งเช่นกัน โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในกลุ่มระดับผู้บริหาร กลุ่มนักวิชาชีพเฉพาะ หรือตัวแทนขาย เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

5. รายได้ (Personal Income) รายได้เป็นผลรวมของรายรับที่คิดมูลค่าทางเศรษฐกิจภายในเวลาหนึ่งเดือน จากการศึกษพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่ารายได้มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพราะรายได้เป็นปัจจัยสำคัญเริ่มที่ตั้งแต่เป็นตัวกำหนดว่าการท่องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่ และเป็นปัจจัยในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว ตลอดจนการศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวก็มักจะทำให้รายได้เป็นตัวแปรสำคัญในการคาดเดาพฤติกรรมการจ่ายต่างๆ ของนักท่องเที่ยว (ศุภลักษณ์ อัครวงคกุล, 2547, หน้า 62) รายได้ยังเป็นตัวบ่งชี้สำคัญถึงความสามารถในการเดินทางของบุคคล กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้ไกล และบ่อยครั้งกว่าบุคคลที่มีรายได้น้อยกว่า โดยทั่วไปในทางการตลาดนั้น ได้แบ่งกลุ่มรายได้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มรายได้สูงหรือกลุ่มระดับบน กลุ่มรายได้ปานกลางหรือกลุ่มระดับกลาง และกลุ่มรายได้ต่ำหรือกลุ่มระดับล่าง ซึ่งช่วงรายได้ที่จะกำหนดระดับฐานนั้นขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ และระดับค่าครองชีพของแต่ละประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

6. ภูมิภวณ บุคคลที่อยู่ในสถานที่ที่มีสภววะแวดล้อมและภูมิอากาศที่แตกต่างกันก็ย่อมมีความต้องการและเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป เช่น กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศเย็นจัดก็ย่อมนิยมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศอบอุ่นกว่า ในขณะที่กลุ่มที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศร้อนก็มักจะแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งที่แตกต่างกันไปจากที่ตนประสบอยู่ เช่น ชาวตะวันตกนิยมเดินทางมาดินแดนตะวันออกเพื่อมาดูวัฒนธรรมที่แตกต่าง ภูมิภวคของตน เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

พฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว (Tourism Experience) เป็นพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสามารถปรับเปลี่ยนทั้งสถานการณ์ ความรู้ ทักษะ ทักษะ ความรู้สึกนึกคิด และการรับรู้ โดยแต่ละบุคคลให้ความสำคัญต่อบัจจัยแต่ละตัวไม่เท่ากัน บางบัจจัยสำคัญกว่าบัจจัยตัวอื่นตามทัศนคติและประสบการณ์ของบุคคลนั้น และในบุคคลเดียวกันนี้เองการให้ความสำคัญต่อบัจจัยดังกล่าวยอมเปลี่ยนไปตามเวลา อายุ สถานการณ์ และประสบการณ์ที่เปลี่ยนไป (ศุภลักษณ์ อัครางกูล, 2547, หน้า 65)

2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว (Tourism Information) หมายถึง การใช้สื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2542, หน้า, 108-110) ดังนี้

2.1 การโฆษณา (Advertising) กระทำได้หลายวิธี ได้แก่ การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ (Television) วิทยุ (Radio) หนังสือพิมพ์ (Newsletter) นิตยสาร (Magazine) ป้ายโฆษณา (Bill Board) และการโฆษณานอกสถานที่อื่นๆ (Public Display) การโฆษณาทางไปรษณีย์ หรือจดหมายตรง (Direct Mail) และการโฆษณาผ่านสื่ออื่นๆ เช่น แผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ วิดีโอ การจัดแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ

2.2 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Public Relations) ได้แก่ การปฏิบัติงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และบริษัท ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และดำเนินการวิธีอื่นๆ อย่างมีแบบแผนการกระทำอย่างต่อเนื่อง

2.3 การเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Public Relations) การตีพิมพ์บทความต่างๆ ของธุรกิจท่องเที่ยวลงในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในตลาดท่องเที่ยวอาจไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงในการลงบทความเหมือนการโฆษณา แต่จะเสียค่าใช้จ่ายให้ผู้จัดทำไปหาข้อมูลซึ่งกิจกรรมที่เผยแพร่ต่อสาธารณชนของการท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดทัศนศึกษา (Education Trip) การทำจดหมายแจ้งข่าว (Business News/Newsletter) การแจ้งข่าวเป็นครั้งคราว (Pre/News Release) การสัมภาษณ์บุคคล (Photo Release) การจัดแถลงข่าวสื่อมวลชน (Press Conference)

2.4 การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนต่างๆ (Community Relations) ซึ่งเป็นการร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญหรือของประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเคยจัดรถบุพชาติเข้าร่วมในงาน Rose Parade ที่ลอสแอนเจลิสเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย

2.5 การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ (Special Event) ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมเป็นครั้งเป็นคราวในโอกาสหรือวาระพิเศษ เช่น งานกีฬา การประกวดแข่งขันต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

นอกจากนี้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมิได้ท่องเที่ยวเพราะรูปแบบหรือภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของตนโดยมีอิทธิพลของข้อมูลที่มาจกแหล่งเชิงพาณิชย์ (Commercial Sources) สื่อสาธารณะ สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ (Public Sources) หรือ จากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก (Personal Sources) โดยน้ำหนักที่ให้กับแหล่งข้อมูลจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล อีกทั้งสัมพันธ์กับบุคลิกภาพและรูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลนั้น (ศุภลักษณ์ อัครางกูล, 2547, หน้า 68)

3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว (Tourism Purpose) หมายถึง วัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ แต่มีความมุ่งหมายในการเดินทางอย่างอื่น (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542, หน้า 1) ดังนี้

3.1 การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ (Recreation) วันหยุด (Holiday) เพื่อสุขภาพ (Health) การศึกษา (Study) ศาสนา (Religion) และการกีฬา (Sport)

3.2 การติดต่อธุรกิจ (Business) ได้แก่ การประชุม (meeting) การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย (Mission) รสนิยม และความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเที่ยวช้อปปิ้ง การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยวมีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเงินตามราคาของสินค้าในขณะนั้น

4. มูลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว (Tourism Motivations) การเดินทางท่องเที่ยวน่าจะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนที่มีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยสัญชาตญาณอยู่แล้ว ซึ่งมนุษย์ทุกคนมีมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามเศรษฐกิจ สังคม และช่วงเวลา ซึ่งพอจะสรุปถึงมูลเหตุหรือปัจจัยที่จูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้คนนับล้านๆ คนทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ต้องการในวาระต่างๆ กัน ได้แก่ ความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตนเอง ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ความต้องการในการยอมรับของสังคม ความต้องการความภาคภูมิใจ และความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549, หน้า 139-141)

5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว หมายถึง การจัดการเดินทางท่องเที่ยวตามลักษณะดังต่อไปนี้ (ฉลองศรี ทิมลสมพงศ์, 2542, หน้า, 79)

5.1 การเดินทางมาต่างประเทศส่วนตัว (Foreign Independent Tour:FIT) สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนตัว (Free Individual Traveller : FIT)

5.2 การเดินทางมาเป็นกลุ่ม จำนวนคนน้อยสุดเท่าที่จะจัดได้ (Group Inclusive Tour:GIT) เดินทางตามรายการปกติ

5.3 การเดินทางแบบเช่าเหมาลำ (Charter Tour)

5.4 การจัดการเดินทางในแต่ละจุดหมายปลายทาง

6. จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว หมายถึง ปริมาณของบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวที่ทำให้มีความรู้สึกว่ามีมากหรือน้อย ซึ่งเป็นนามธรรมและมีความเข้าใจตรงกัน แต่ที่เรียก "หนึ่ง" "สอง" "สาม" นั้นย่อมแตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติภาษาของชนชาตินั้น

7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว (Vehicle) หมายถึง การเคลื่อนย้ายของนักท่องเที่ยวจากที่อยู่อาศัยด้วยอุปกรณ์การขนส่งยานพาหนะ หรือการบริการของการขนส่งเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 360) และพาหนะในการมาเที่ยวหมายรวมถึงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสารประจำทาง รถบริการนำเที่ยว รถยนต์ส่วนบุคคล (รถยนต์ส่วนตัวของนักเดินทาง/รถยนต์ของหน่วยราชการหรือเอกชน) และพาหนะอื่นๆ ที่ใช้ในการเดินทางทางน้ำและทางทะเล ได้แก่ เรือสำราญ เรือโดยสารทางน้ำ เรือโดยสารตามชายฝั่งทะเล และข้ามมหาสมุทรแบบมีตารางและไม่ตารางเวลา เช่น เรือเฟอร์รี่ และเรือเหมาลำ เป็นต้น

8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว (Accommodation) เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวก็จำเป็นต้องใช้บริการที่พักแรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งที่พักแรมตามความหมายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวแบ่งตามลักษณะได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ที่พักประเภทโรงแรม (Hotel) หมายถึง ที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะและแบ่งเป็นห้องพัก บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทาง บริการอาหารและเครื่องดื่ม และเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง และที่พักประเภทอื่นๆ ได้แก่ เกสต์เฮ้าส์ (Guest House) โมเต็ล (Motel) บังกะโล (Bungalow) หอพัก (Hostel) รีสอร์ท (Resort) บ้านพักในหมู่บ้านหรือ บ้านพักในฟาร์ม (Home Stay or Farm Stay) ที่ตั้งแคมป์ (Camping Ground) บ้านญาติมิตร (Friend or Relative' s Home) และบ้านพักรับรอง (Vacation Home) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549, หน้า 70-71)

9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว (Length of Stay) หมายถึง ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ทำนักรในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยว โดยมักคิดระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นวัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 360) ระยะเวลาในการมาเที่ยว ยังหมายถึง ช่วงสุดสัปดาห์ (Weekend and Mini-Vacation Package) วันหยุดพักผ่อน (Holiday Package) ช่วงฤดูกาล (Seasonal Package) ช่วงก่อนและหลังการประชุม (Pre and Post Convention Package) และช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Off-Peak Specials) (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542, หน้า 78)

10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว หมายถึง หมวดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจำแนกเป็นหมวดค่าใช้จ่ายหลัก 7 หมวด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ได้แก่

10.1 ค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าที่พัก เช่น ค่าใช้จ่ายที่จ่ายเป็นค่าเช่า ค่าบริการโรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท บังกะโล ที่พักในอุทยาน ค่าบำรุงวัด (กรณีพักที่วัด) และอื่น ๆ

10.2 ค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งรายการที่จ่ายระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดที่เดินทางไป เช่น ค่าอาหารในภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านหาบเร่แผงลอย เป็นต้น

10.3 ค่าบริการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าบริการนำเที่ยว (ค่าไกด์) ค่าผ่านประตูเข้าอุทยานแห่งชาติและการแสดงต่างๆ ค่าธรรมเนียมบริการการใช้ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ สวนสัตว์ สวนสนุก ศูนย์แสดงสินค้า เป็นต้น

10.4 ค่าพาหนะเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด เช่น ค่าโดยสารรถประจำทางระหว่างอำเภอ หมู่บ้าน ค่าเรือข้ามฟาก ค่ารถแท็กซี่ รถตุ๊ก-ตุ๊ก รถสามล้อ รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง ค่ารถเช่า เป็นต้น

10.5 ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและของที่ระลึก เช่น ค่าใช้จ่ายที่จ่ายเพื่อซื้อสินค้าทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค เพื่อกลับไปยังถิ่นที่อยู่ถาวรของตน แต่ต้องไม่ใช่เพื่อนำกลับไปขายต่อ เช่น สินค้าประเภทอัญมณี เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าไหม สินค้าประเภทหัตถกรรมมีเย็บห่อ หรือเครื่องหนัง เป็นต้น

10.6 ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง คือ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายเพื่อกิจกรรมทางด้านความบันเทิงทุกประเภท เช่น ไนต์คลับ บาร์ ดุหนัง ค่าบริการเชิงสุขภาพ กอล์ฟ ดำน้ำ ล่องแก่ง เป็นต้น

10.7 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าทำบุญ ค่ารักษาพยาบาล ค่าฟิล์ม ค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์ทางกีฬาและนันทนาการ เป็นต้น

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

1. ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว อันเป็นพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยว โดยมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทุกประเภทเข้ามาเยี่ยมชมเยือน

2. ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว หมายถึง เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่มีหน้าที่ดูแล ช่วยเหลือ ประสานงาน ติดต่อ และอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวในบริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ

3. ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว (Tourism Activities) หมายถึง กิจกรรมที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการในการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม หรือเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ซึ่งทำให้เพิ่มระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548.)

4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สรรพสิ่งที่อำนวยความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวในขณะการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากท่องเที่ยวมาวันขึ้น ซึ่งอย่างน้อยต้องมีองค์ประกอบ 3 ประเภท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549) ดังนี้

4.1 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทการเข้า-ออกเมือง ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกในการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง การตรวจหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว การต่อวีซ่า เป็นต้น

4.2 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การสื่อสาร ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า การสุขาภิบาล การขนส่ง การสาธารณูปโภค สวนสาธารณะ การศึกษาและการฝึกอบรม เป็นต้น

4.3 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย ได้แก่ ความปลอดภัยในลักษณะทั่วไป ความปลอดภัยจากการให้บริการธุรกิจท่องเที่ยว ความปลอดภัยอื่นๆ เป็นต้น

นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะให้ได้ อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่นๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวก อาจพิจารณาได้จากระบบ

สาธารณูปโภค / สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่างๆ ระบบสื่อความหมาย และระบบการจัดการ (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2550)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีของนักทฤษฎี นักวิชาการ และผู้รู้ให้ความหมายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวดังนี้

กอลิสตา จันทรเรือง (2545, หน้า 47) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง "การกระทำของบุคคลที่แสดงออกมาเพื่อตอบสนองสิ่งต่างๆ พฤติกรรมที่แสดงออกมาไม่ว่าจะเป็นการกระทำที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ ซึ่งอาจจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม การกระทำนั้นมีผลมาจากพื้นฐานของความรู้และทัศนคติของแต่ละบุคคลนั้น ๆ"

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 359). ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ว่า (Tourist Behavior) "พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับขบวนการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ราชบัณฑิตยสถาน (2546, หน้า 768) ได้ให้ความหมายของคำว่าพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง "การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด ความรู้สึก เพื่อตอบสนองสิ่งเร้า"

สุรพล พยอมแย้ม (2545, หน้า 18) พฤติกรรมในทางจิตวิทยานั้น หมายถึง "การกระทำอันเนื่องมาจากการกระตุ้นหรือการจูงใจจากสิ่งเร้าต่างๆ การกระทำหรือพฤติกรรมเหล่านั้นเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้ผ่านขบวนการกลั่นกรอง ตกแต่ง และตั้งใจที่จะทำให้เกิดขึ้น เพื่อให้บุคคลอื่นได้สัมผัสรับรู้พฤติกรรมของตน แม้จะกระทำด้วยสาเหตุจุดมุ่งหมายเดียวกันแต่จะมีลักษณะอาการแตกต่างกันเมื่อบุคคล เวลา สถานที่ หรือสถานการณ์เปลี่ยนไป เนื่องจากการกระทำของบุคคลล้วนจะต้องผ่านกระบวนการคิด การตัดสินใจ อันประกอบด้วย อารมณ์และความรู้สึกของผู้กระทำพฤติกรรมนั้นๆ จึงทำให้พฤติกรรมของแต่ละคนมีความแตกต่างกันหรือปรับเปลี่ยนไปตามเรื่องราวที่เกี่ยวข้องเสมอ ด้วยเหตุผลที่ว่าพฤติกรรมแต่ละครั้งเกิดจากกระบวนการที่ประกอบด้วย การแสดงออก หรือ กิริยาท่าทาง (Acting) ความคิดที่เกี่ยวกับกิริยานั้น (Thinking) และความรู้สึกที่มีอยู่ในขณะนั้น (Feeling)"

ศุภลักษณ์ อัครางกูล (2547, หน้า 47) ได้กล่าวไว้ว่า "พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วไป กล่าวคือ การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการวางแผนล่วงหน้า และนักท่องเที่ยวจะเผื่อรอกและนับวันถอยหลังเพื่อให้ถึงการเดินทางท่องเที่ยว"

ศิริ สยามสุโพธิ์ (2543, หน้า 63-64) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นแง่ของสังคมวิทยา เพราะพฤติกรรม หรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากเกิดจากสาเหตุที่แตกต่างเพราะการอบรมเลี้ยงดู การศึกษา เพศ รสนิยม วัย เชื้อชาติ ศาสนา และประสบการณ์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่พบเห็นโดยทั่วไปไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศก็จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การชมเมืองโบราณ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประเภทนี้ คือ ขอบนั่งรถ หรือเดินชมเมือง หรือใช้ยานพาหนะอื่นๆ เช่น รถม้า รถสามล้อ สัญจรผ่านบริเวณสำคัญต่างๆ ของเมือง
2. การเข้าชมสถานที่สำคัญและสถานที่ที่น่าสนใจ เช่น สถานที่สถาปัตยกรรม สถานที่เชิงวัฒนธรรม บ้านบุคคลสำคัญในอดีต และพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น
3. การขึ้นที่สูงเพื่อชมเมือง อาจเป็นหอคอย หรือ เจดีย์สูง เช่น ภูเขาทอง พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม หรือภูเขาในตัวเมือง เช่น เขารัง จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น
4. การชมการละเล่นพื้นเมือง หรือ ขบวนแห่ในงานเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง แข่งเรือ ฯลฯ ซึ่งจัดขึ้นตามเมืองต่างๆ หรือเทศกาลที่จัดขึ้นเฉพาะที่ เช่น เทศกาลหุ่นฟางนก จังหวัดชัยนาท เทศกาลแห่สิงโต จังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น
5. การกราบนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวลักษณะนี้มักจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย กิจกรรมที่ทำ ได้แก่ การไหว้พระเปิดทอง การรดน้ำมนต์ และการแก้บน เป็นต้น
6. การพนัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวลักษณะนี้มีจุดประสงค์เพื่อเล่นการพนันเป็นหลัก ส่วนใหญ่มักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางการเงินดี และเป็นผู้ทรงอิทธิพล
7. การแข่งขันกีฬาและการชมการแข่งขันกีฬา การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะพบทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ชอบการแข่งขันต่างๆ โดยเฉพาะการแข่งขันกอล์ฟ การแข่งขันเรือ และการชมศิลปะมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นต้น
8. การจับจ่ายซื้อของ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์พื้นเมืองต่างๆ เช่น การเดินตลาดไนท์บาซาร์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

9. การผจญภัย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวลักษณะนี้มักจะเดินทางไปตามสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อแสดงออกถึงการเสี่ยงภัยและการผจญภัย เช่น การปีนหน้าผาสูง การเล่นเรือแบบโลดโผน และการกระโดดหอคอย เป็นต้น

สุบัญญัติ ไชยชาญ (2543, หน้า 51) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม (Behavioral) หมายถึง "การกระทำหรือการแสดงออกทางกล่อมเนื้อความคิดและความรู้สึกเพื่อตอบสนองของสิ่งเร้า" จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลนั้นในการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกันย่อมแตกต่างกันไป ทั้งนี้เป็นเพราะปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นจุดเริ่มต้นในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลเกิดความต้องการในการท่องเที่ยว และหาหนทางเพื่อให้เกิดกระบวนการตอบสนองต่อความต้องการนั้น ๆ จนกระทั่งออกมาในรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist' s Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist' s Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมี 6 ประการ ดังนี้

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เกียรติยศโดยการแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม
2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้
3. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุดในการเดินทางหนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาให้นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

4. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

5. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวไม่ได้กำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

6. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปีคริสต์ศักราช 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2551, หน้า 23) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยวมีมากมายหลายปัจจัย แต่ไม่มีการสรุปออกมาอย่างชัดเจนว่ามีอะไรบ้าง ซึ่งปัจจัยแต่ละปัจจัยเป็นตัวขับให้เกิดความต้องการ และเมื่อปัจจัยหลายๆ ปัจจัยมารวมกันย่อมทำให้เกิดความต้องการขึ้นมาได้อีกเช่นกัน มากไปกว่านั้น คือ การรวมตัวกันของปัจจัยดังกล่าวสามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวได้ในหลายๆ รูปแบบ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคณะ (2541, หน้า 54) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระบวนการในการตัดสินใจซื้อบริการใดๆ ซึ่งมักจะมีสาเหตุหรือปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ 2 ประการ ได้แก่ "การซื้อด้วยเหตุผล" ซึ่งเป็นการซื้อบริการโดยการหาข้อมูลมาเปรียบเทียบก่อนที่จะตัดสินใจเป็นลูกค้าธุรกิจให้บริการหนึ่งแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ว่าการใช้บริการนั้นมีความคุ้มค่าหรือไม่ การตัดสินใจแบบนี้มักพบในเพศชายมากกว่าเพศหญิง สาเหตุประการหนึ่งอาจมาจากเพศชายมีภาวะทางอารมณ์ที่ค่อนข้างคงที่และมั่นคงกว่าเพศหญิง นักการตลาดต้องกระตุ้นลูกค้ากลุ่มที่ซื้อด้วยเหตุผลนี้ให้เห็นคุ้มค่าอย่างแท้จริง ด้วยการให้ข้อมูลอย่าง

เหมาะสมและชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรกระทำอย่างยิ่งในยุคนี้ เนื่องจากลูกค้ามีการศึกษามากขึ้น การให้ข้อมูลเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจโดยอาศัยข้อมูลที่มีเหตุผล และ “การซื้อด้วยอารมณ์” ซึ่งมักเกิดกับเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เป็นการตัดสินใจใช้บริการอย่างรวดเร็วเมื่อได้รับข้อมูลบางอย่างที่มากกระตุ้นต่อมความต้องการ การลดราคาเป็นการกระตุ้นต่อมให้เกิดพฤติกรรมทันที นักการตลาดต้องกระตุ้นลูกค้าให้มากขึ้นเนื่องจาก จะเป็นกลุ่มที่ยอมจ่ายเงินมากสำหรับการบริการในครั้งหนึ่งๆ เพื่อแลกกับความสะดวก ความสบาย ความสวยงามและความหรูหรา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 130) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคด้านต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นทางการตลาดท่องเที่ยวให้เหมาะสมมี ดังนี้

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นลักษณะและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนดควบคุมพฤติกรรมและค่านิยมของมนุษย์
2. ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ
3. ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการตัดสินใจของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของแต่ละบุคคลในแง่ต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ อาชีพ เป็นต้น
4. ปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า
5. ปัจจัยภายใน ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้-การเรียนรู้ ความเชื่อ-ทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวคิดของตนเอง เป็นต้น

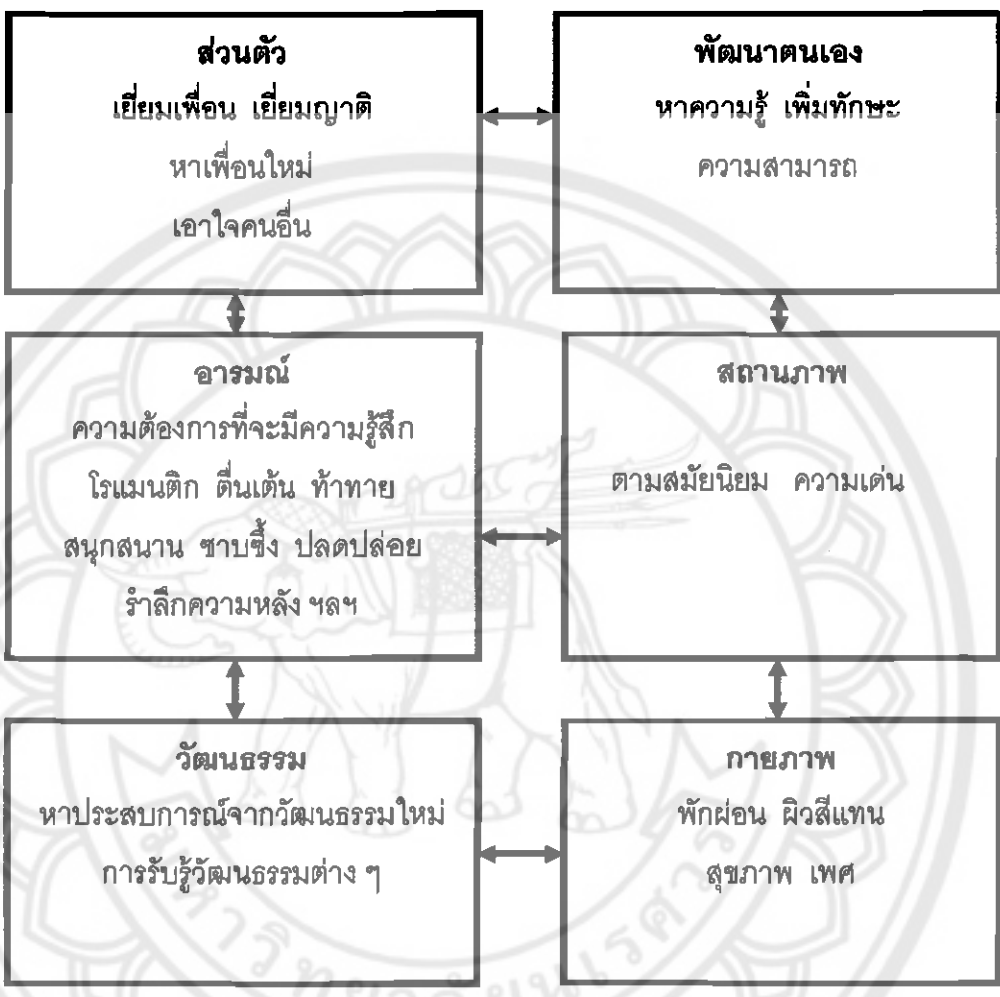
ไซโลม่อน (2002) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ได้แก่ Who-ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย What-ผู้บริโภคซื้ออะไร Why-ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Who-ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ When-ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด Where-ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ How-ผู้บริโภคซื้ออย่างไร เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ (7Os) ได้แก่ Occupant-ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย/Objects-สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ/Objective-วัตถุประสงค์ในการซื้อ Organizations/บทบาทของกลุ่มต่างๆ /Occasions-โอกาสในการซื้อ Outlet-ช่องทางหรือแหล่งในการซื้อ และ Operations-ขั้นตอนในการตัดสินใจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

คำถาม (6Ws - 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย Who is in the target market?	กลุ่มเป้าหมาย(Occupants) 1. ประชากรศาสตร์ 2.ภูมิศาสตร์ 3. พฤติกรรมศาสตร์ 4.จิตวิทยา	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และตอบสนองของความพึงพอใจ
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร What does the consumer buy?	สิ่งที่ผู้บริโภคนั้นต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์คือ ต้องการคุณสมบัติองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าของคู่แข่ง	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ได้แก่ 1.ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 3. ผลิตภัณฑ์ความ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5.ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Why does the consumer buy?	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการ ด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1.ปัจจัยภายใน 2. ปัจจัยทางสังคม-วัฒนธรรม 3 ปัจจัยเฉพาะบุคคล	1.กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2.กลยุทธ์ด้านราคา 3.กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยพนักงาน การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 4.กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4.ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ Who participated in the buying?	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ 1.ผู้ริเริ่ม 2.ผู้มีอิทธิพล 3.ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5.ผู้ใช้	กลยุทธ์การโฆษณา/กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด When does the consumer buy?	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือน-ฤดูกาลใดของปี/ช่วงวันใด ช่วงเวลาใด/โอกาสพิเศษ-เทศกาล	กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน Where does the consumer buy?	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคทำการซื้อ เช่นห้างสรรพสินค้า	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายบริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร How does the consumer buy?	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ได้แก่ 1.การรับรู้ปัญหา 2.การค้นหาข้อมูล3.การประเมินทางเลือก4.ตัดสินใจซื้อ 5 ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยพนักงานส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง

ภาพ 11 แสดง 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 Os

ที่มา: Solomon, 2002. p.528 อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 126

ฮอร์เนอร์ (1999) ได้เสนอประเภทของแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว 6 ประเภท ดังนี้



ภาพ 12 แสดงประเภทของแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว

ที่มา: Swarbrooke J Horner, 1999 อ้างอิงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2551, หน้า 43

นอกจากนี้ ฮอว์เนอร์ ยังได้แบ่งปัจจัยเลือกในการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยภายนอกดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) ในพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบ่งย่อยออกมาได้ 4 ประเภท ดังนี้

1.1 สุขภาพ สุขภาพเป็นสิ่งแรกที่จะบอกได้ว่าความต้องการท่องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่ สุขภาพที่กล่าวถึงนี้ หมายถึง ทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต มนุษย์มีการดูแลตนเองที่ดีขึ้น มีอาหารดี การแพทย์ก้าวหน้า ทำให้เราสามารถต่อสู้โรคได้มากกว่าอดีต แต่ในขณะเดียวกันการทำงานที่เคร่งเครียดก็เป็นสิ่งบั่นทอนสุขภาพ รวมถึงสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงที่เพิ่มสูงขึ้น โรคภัยที่เกิดขึ้นใหม่เป็นสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการเดินทาง ทั้งที่เกิดจากสุขภาพดีและสุขภาพไม่ดี ตัวอย่างของการเดินทางเพื่อการพักผ่อน หรือการไปในสถานที่ที่เหมาะสมต่อการฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น

1.2. รายได้ มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญ เริ่มตั้งแต่เป็นตัวกำหนดว่าการท่องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่ จนกระทั่งถึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว ในการศึกษาการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมักใช้รายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญในการคาดเดาพฤติกรรมการจ่ายของนักท่องเที่ยวดังที่ Davies and Mangan (1992) ใน Jang, S.C., O'Leary, J.T. (2004) พิสูจน์จากการใช้ข้อมูลการสำรวจรายจ่ายของครอบครัวในสหราชอาณาจักรว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับรายได้ในทุกกลุ่มรายได้ของประชากร โดยความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มรายได้ประจำเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการคาดการณ์การท่องเที่ยวและการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความจริงแล้วปัจจัยในส่วนของสถานการณ์ส่วนบุคคล คือ รายได้ เวลาพักผ่อน ภาระงาน ภาระครอบครัว มีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น โดยมีวงจรชีวิตเข้ามาเชื่อมโยงเวลาและรายได้ในแต่ละช่วงชีวิตแสดงความขัดแย้งระหว่างเวลาและรายได้ คนหนุ่มสาวที่มีเวลารว่างมากกลับมีรายได้น้อย คนวัยกลางคนที่มีรายได้เพิ่มขึ้นกลับขาดเวลารว่างในการพักผ่อน คนชราที่กลับมามีเวลารว่างอีกครั้ง รายได้ก็ลดน้อยถอยลง อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มหลังเกษียณอายุเป็นกลุ่มที่จัดว่ามีเวลารว่างและรายได้มาก ในการสำรวจการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในสหรัฐอเมริกาพบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวมากขึ้นในนักท่องเที่ยวที่อายุสูงขึ้น หรือกล่าวได้ว่ายิ่งอายุมากขึ้นเท่าใดรายได้ก็มากขึ้นเท่านั้น จากยุคเกษตรที่เวลารว่างและเวลาทำงานที่เพียงเส้นบางๆ มากัน ถึงยุคอุตสาหกรรมที่เวลาทำงานถูกจัดเป็นตารางอย่างชัดเจน ส่งผลให้เวลาที่เหลือจากการทำงานเป็นเวลาสำหรับการพักผ่อน การ

เริ่มมีวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อน ซึ่งต่างจากการทำงาน 6 วันต่ออาทิตย์ ที่ต้องการท่องเที่ยวต้องเป็นแบบไปเช้า-เย็นกลับเท่านั้น เวลาว่างและเวลาทำงานในสังคมยุคหลังอุตสาหกรรมเริ่มกลับไปคล้ายกับเวลาการทำงานยุคเกษตรกรรม กล่าวคือ เวลาทำงานและเวลาพักผ่อนอาจเป็นช่วงเวลาเดียวกัน เทคโนโลยีการสื่อสารเปลี่ยนรูปแบบเวลาการทำงาน และวิธีการทำงาน อำนวยให้การทำงานและการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เกิดคู่กันได้ การกำหนดวัน เวลาทำงานได้เองในงานบางประเภท ทำให้การท่องเที่ยวระยะสั้นมีได้มากขึ้น โดยการท่องเที่ยวระยะสั้นนี้มีได้มาแทนที่การท่องเที่ยวประจำปีแต่อย่างใด แต่เป็นการเพิ่มจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี โดยการท่องเที่ยวระยะสั้นนี้มีลักษณะที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวหลัก กล่าวคือ การท่องเที่ยวระยะสั้นมีระยะเวลาไม่เกิน 4 วัน เป็นการท่องเที่ยวในประเทศ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักอยู่ในวัยทำงาน มีช่วงอายุระหว่าง 45-54 ปี และมักไม่พาลูกไปด้วยในการท่องเที่ยวระยะสั้น

1.3 ทักษะคติและการรับรู้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลไม่เท่ากัน และมีความแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละบุคคล ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในยุคของการก่อการร้าย ความชอบและความกลัว เป็นสิ่งที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวพยายามปรับเปลี่ยนให้เป็นไปในแนวทางที่ต้องการ เช่น สายการบินใช้ความเข้าใจในเรื่องการกลัวการขึ้นเครื่องบิน จัดอบรมการเอาชนะความกลัวนั้น หากคนเลิกกลัวการขึ้นเครื่องบิน หมายถึงการเพิ่มกลุ่มตลาด รวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศโดยเครื่องบิน

1.4 ประสบการณ์ สามารถปรับเปลี่ยนทั้งสถานการณ์ ความรู้ ทักษะคติ และการรับรู้ได้ ประสบการณ์การซื้อแบบมีส่วนลดอาจทำให้เกิดพฤติกรรมการพยายามหาส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป อย่างไรก็ตามแต่แต่ละบุคคลให้ความสำคัญต่อบริษัทในแต่ละตัวไม่เท่ากัน บางปัจจัยสำคัญกว่าปัจจัยตัวอื่นตามทักษะคติ ความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ของบุคคลนั้น และในบุคคลเดียวกันนี้เอง การให้ความสำคัญต่อบริษัทดังกล่าวย่อมเปลี่ยนไปตามเวลา อายุ สถานการณ์ และประสบการณ์ที่เปลี่ยนไป

ปัจจัยส่วนบุคคล



ภาพ 13 แสดงปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor)

ที่มา: Swarbrooke J Horner, 1999 อ้างอิงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2551, หน้า 61

2. ปัจจัยภายนอก (External Factor) เป็นปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวแต่ละบุคคลโดยแนวโน้มของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับการทำงาน ดังจะเห็นการท่องเที่ยวระยะสั้นซึ่งเป็นการพักผ่อนเพื่อเติมกำลังในการกลับมาทำงานมีให้เห็นมากขึ้น เพราะภาวะงานที่คาดหวังให้พนักงานทำงานได้มากกว่าเดิม ในรูปแบบที่เปลี่ยนไป ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่อยู่ในความควบคุมของบุคคลมากกว่าปัจจัยภายนอก แต่ปัจจัยทั้ง 2 ตัว มีความความเกี่ยวข้องและส่งผลถึงกัน ปัจจัยภายนอกเป็นเสมือนเกราะคุ้มปัจจัยภายใน กล่าวคือ ปัจจัยภายนอกบางตัวมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวถึงขนาดเป็นตัวกำหนดให้เกิดการท่องเที่ยวได้หรือไม่ แม้ว่าปัจจัยส่วนตัวจะพร้อมที่จะท่องเที่ยวก็ตาม เช่น การเมือง กฎหมาย กฎระเบียบ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้รับผลกระทบโดยตรงจากกฎระเบียบการเดินทางออกนอกประเทศ และการอนุญาตเข้าประเทศ ซึ่งปัจจัยภายนอกมีดังนี้

2.1. การเมือง ซึ่งเกี่ยวข้องกับกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระเบียบเกี่ยวกับคนเข้าเมืองการขออนุญาตเข้าประเทศ การก่อการร้าย นโยบายภาษี โดยเฉพาะภาษีสนามบิน ภาษีนักท่องเที่ยว ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์กำหนดการเดินทางท่องเที่ยว อิทธิพลของปัจจัยทางการเมืองต่อการท่องเที่ยวเห็นได้ชัดในเหตุการณ์ 11 กันยายน พ.ศ.2544 การก่อการร้ายในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้ WTO ลดการประมาณการณ์การเติบโตของการท่องเที่ยวลง

2.2. เศรษฐกิจ เป็นอีกปัจจัยภายนอกที่สำคัญ จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวมากในยุคเศรษฐกิจหลังสงครามเกาหลีในปี ค.ศ.1950-1953 ได้อย่างรวดเร็วจากนโยบายการส่งออก ซึ่งทำให้ประชาชนมีรายได้และกลายเป็นประเทศในเอเชียที่สร้างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นอันดับต้นในกลุ่มประเทศเอเชีย (Tourist Generating Countries, WTO)

2.3. สังคม ในที่นี้รวมถึงวัฒนธรรมด้วย เป็นปัจจัยที่กำหนดการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชนชั้น หรือแบบแผนชีวิตในสังคมเมืองการท่องเที่ยวเป็นเสมือนสิ่งจะเป็นในชีวิตเปลี่ยนจากทัศนคติเดิมที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย WTO (1990) กล่าวว่า แนวโน้มการให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเป็นสิทธิที่พึงมีของมนุษย์ทุกคนมีให้เห็นมากขึ้นโดยเฉพาะในโลกตะวันตก นอกจากปัจจัยภายนอกทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่กล่าวมาแล้ว กิจกรรมทางการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลต่อความต้องการการท่องเที่ยว บริการอำนวยความสะดวกของตัวแทนจำหน่าย หรือธุรกิจจัดนำเที่ยวถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความต้องการท่องเที่ยว หรือเปลี่ยนความต้องการภายใน (Suppressed Demand) ให้เกิดเป็นความต้องการที่แท้จริง (Actual Demand)

2.4. ข้อมูลที่มาจากแหล่งเชิงพาณิชย์ (Commercial Sources) สื่อสาธารณะ (Public Sources) หรือจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก (Personal Sources) โดยน้ำหนักที่ให้กับแหล่งข้อมูลจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล อีกทั้งสัมพันธ์กับบุคลิกภาพ และรูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลนั้น



ภาพ 14 แสดงปัจจัยภายนอก (External Factor)

ที่มา: Swarbrooke J Horner, 1999 อ้างอิงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2551

บีช และ ราเก็บ (1983) ได้เสนอทฤษฎี Leisure Motivation Scale ซึ่งแบ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็น 4 ประเภท โดยอิงหลักความต้องการของ Maslow (Beach and Ragheb, 1983, อ้างอิงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2551 หน้า 44) ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความต้องการรู้จักตนเอง โดยแรงจูงใจประเภทนี้จะทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ การค้นหา การใช้ความคิด จินตนาการ
2. ปัจจัยด้านความต้องการทางด้านสังคม พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยมีแรงจูงใจประเภทนี้จะท่องเที่ยวโดยมีเหตุผลด้านสังคมเป็นหลัก ประกอบไปด้วยเหตุผล 2 อย่าง คือ ความต้องการเพื่อน ต้องการเป็นที่ยอมรับ และความต้องการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งเป็นเหตุผลที่ต้องการจะเอาใจผู้อื่น

3. ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จ มักเป็นผู้ที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยหรือทำกิจกรรมที่ทำให้ตนเองรู้สึกว่าคุณมีความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย ทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งสำเร็จลุล่วงด้วยความสามารถของตนเอง

4. ปัจจัยด้านความต้องการปลื้มใจ คือ ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสังคมหรือสิ่งที่เป็นชีวิตประจำวัน ต้องการพักผ่อน ปลดปล่อยตัวเองออกมาจากชีวิตสังคม

เพิร์ซ (1998) ได้เสนอทฤษฎี "Travel career ladder" บนพื้นฐานของทฤษฎีของ Abraham Maslow คือ ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ The Hierarchy of needs โดยได้ขยายความต้องการในแต่ละขั้นของมนุษย์ แต่ใจความหรือแนวคิดหลักยังคงใช้แนวคิดของ Abraham Maslow กล่าวคือ ความต้องการขั้นต่ำของมนุษย์ต้องได้รับการตอบสนองจนพึงพอใจก่อนที่มนุษย์จะมีความต้องการขั้นสูงต่อไป อย่างไรก็ตามทั้ง 5 ขั้นจะช่วยอธิบายแรงจูงใจในภาพรวมมากกว่ามุ่งไปที่ความต้องการเพียงตัวเดียว ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวยังคงต้องการความปลอดภัย แต่อาจไม่สนใจชื่อเสียงหรือการพัฒนาตนเอง ซึ่ง Travel career ladder เน้นที่จะอธิบายว่ามนุษย์มีแรงจูงใจหลายแบบในการค้นหาประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่เดินทางท่องเที่ยวฮ่องกง เพราะชอบอาหารจีนและวัฒนธรรมจีน โดยลำดับขั้นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนี้มีมากกว่า 1 ขั้นที่รวมกันเป็นแรงจูงใจในภาพรวม อย่างไรก็ตามแรงจูงใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในเวลาและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น การเดินทางไปท่องเที่ยวที่บาหลี นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียคนเดิมอาจต้องการเดินทางไปเพื่อกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว หรือเพื่อพักผ่อนมากกว่าที่จะไปหาอาหารรสเลิศ หรือความตื่นตาตื่นใจ สำหรับทฤษฎี Travel career ladder แหล่งท่องเที่ยวจึงเปรียบเสมือนฉากที่มีหลากหลายรูปแบบที่สามารถหาได้ที่นั่น ดังนั้น แรงจูงใจเป็นสิ่งที่มอิทธิพลในการค้นหาสิ่งที่ต้องการจากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวต่างมีความหลากหลายซึ่งให้ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จากทฤษฎีดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลไม่ได้ท่องเที่ยวเพราะรูปแบบหรือภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวพิจารณาจากการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการและแรงจูงใจของตน (Pearce, 1998 อ้างอิงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2551)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 142-146) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง “ปฏิภรียาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจทางท่องเที่ยว” โดยมี 9 ขั้นตอน ดังนี้

1. การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารการท่องเที่ยว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว บริษัทการบิน ญาติมิตรและเพื่อน ซึ่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวเหล่านั้นอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ที่พักแรม การคมนาคม ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

2. ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น อยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้สิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ โดยปกติ นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การบริการได้มาตรฐาน สะดวกสบาย และมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

3. สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ

3.1 Push Factor คือ สภาพเงื่อนไขมากกระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว

3.2 Pull Factor คือ สภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีสิ่งจูงใจดังนี้

3.2.1 สิ่งจูงใจด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

3.2.2 สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

3.2.3 สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจารึกแสวงบุญ เป็นต้น

3.2.4 สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ-ชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนาระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุม การเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อในต่างประเทศ เป็นต้น

4. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว จะเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยว อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจูงใจและเกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวที่ไหนที่ดีที่สุด โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย ความภริมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศแถบยุโรปมีความปลอดภัยสูงแต่ค่าใช้จ่ายก็สูงตามด้วย หรือประเทศสังคมนิยมก็มีเงื่อนไขในการเข้าประเทศที่ยุ้งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวตามลำดับความสำคัญ 8 ประการ ดังนี้

- 4.1 จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
- 4.2. จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
- 4.3. จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (ทางบก ทางเรือ ทางอากาศ)
- 4.4 จะไปท่องเที่ยวกับใคร
- 4.5. จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร
- 4.6. จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
- 4.7. จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน
- 4.8. จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

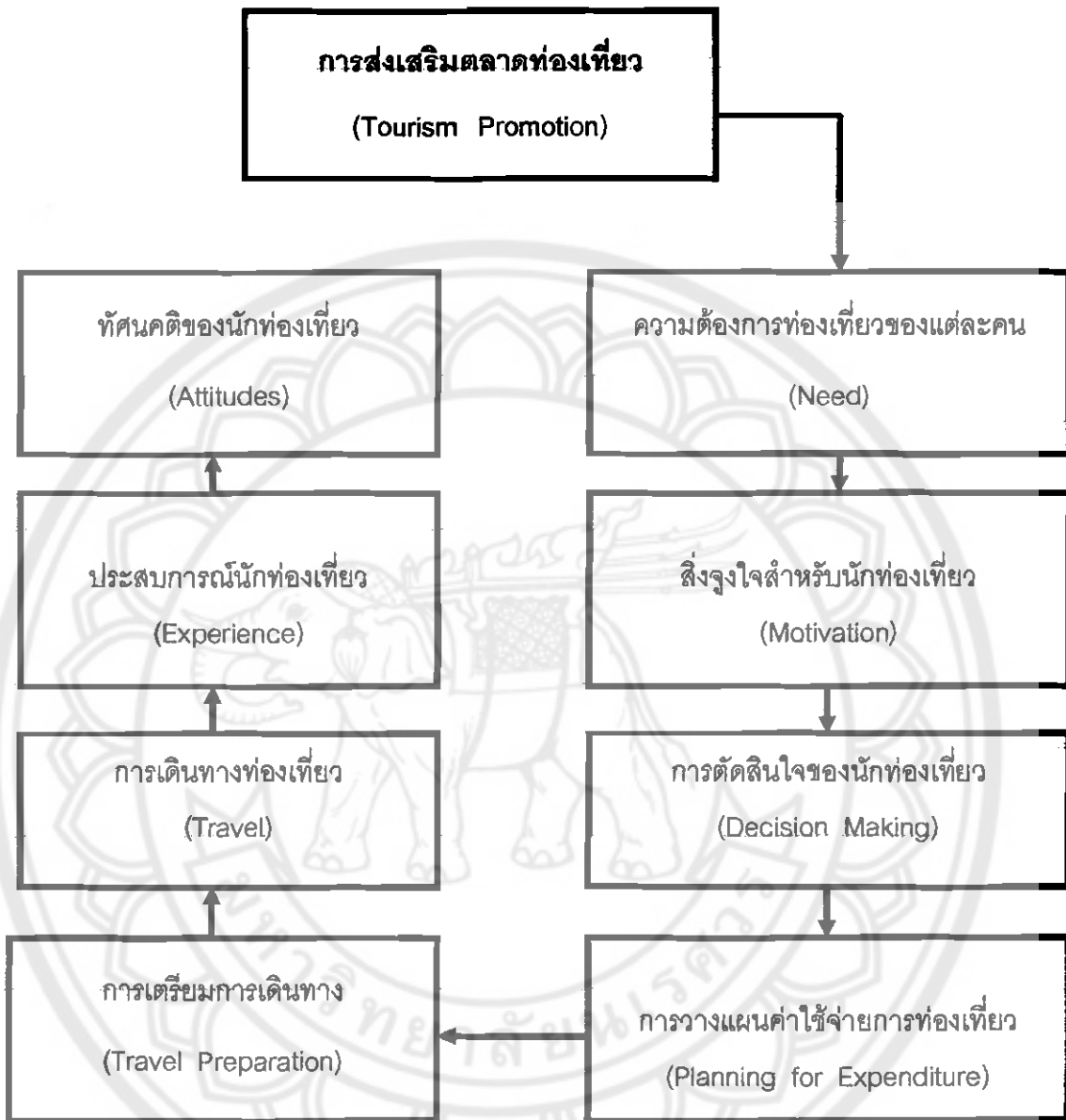
5. การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) เมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็ต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากจึงต้องเตรียมเก็บเงินไว้และต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี รวมถึงวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล และค่าใช้จ่ายของที่ระลึก เป็นต้น

6. การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอนและมีการวางแผนค่าใช้จ่ายแล้ว ในขั้นนี้ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวต้องเตรียมตัวของตัวเองพาดำเนินการเดินทาง ของรายการท่องเที่ยว ยืนยันการเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องเตรียมเสื้อผ้า ของใช้ที่จำเป็น การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมพร้อมสุขภาพ และจัดการภารกิจส่วนตัว

7. การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนที่พัก อาหาร และอื่นๆ เพื่อประเมินการเดินทางท่องเที่ยวว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจในการเดินทางครั้งต่อไป หรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาสถานที่แห่งนี้

8. ประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกฯ ก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ "ความพึงพอใจ" ซึ่งเป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่เป็นผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากการได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ บุคคล สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และ "ไม่มีความพึงพอใจ" เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่เป็นผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจจากการได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

9. ทักษะคตินักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว ซึ่งอาจทำให้กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติได้ต่อการท่องเที่ยว อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย



ภาพ 15 แสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

ที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 146

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction)

นักทฤษฎี นักวิชาการ และผู้รู้ได้ให้ความหมายของคำว่า "ความพึงพอใจ" ดังนี้

สมิท กล่าวว่า "ความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นผลทางจิตวิทยา สาระวิทยา และ สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ" (Smith. 1955, p.114 อ้างอิงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

วูมร์ กล่าวว่า "ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถแทนกันได้ เพราะทั้งสอง คำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลได้มีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็น สภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ" (Vroom. 1964, p.99 อ้างอิงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

กู๊ด ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า "ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นๆ" (Good. 1973, p.320 อ้างอิงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

แชลลี ได้ศึกษาและสรุปความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้ เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางด้านบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็น ความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ และความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่ทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึก ทางบวกมากขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อ บุคคลมากกว่าความรู้สึกด้านบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางด้านลบ ความรู้สึกทางด้านบวก และ ความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความ พึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจทางด้านบวกมากกว่าด้านลบ (Shelly. 1975 อ้างอิงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550 หน้า 450)

วิมลสิทธิ์ หรยางกุล (2546, หน้า 54) ได้กล่าวไว้ว่า "ความพึงพอใจ หมายถึง ค่า ความรู้สึกของบุคคลสัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ซึ่งค่าความรู้สึก ของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี - เลว พอใจ - ไม่พอใจ สนใจ - ไม่สนใจ เป็นต้น"

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548, หน้า 169 -170) ได้กล่าวไว้ว่า "ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีลักษณะความพึงพอใจต่อการบริการเป็นพฤติกรรมการแสดงออกในทางบวกของบุคคลที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์อันใดอันหนึ่ง ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และได้อธิบายลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในการรับบริการ บุคคลจะรับรู้รูปแบบของการบริการและคุณภาพของการบริการโดยใช้ความคาดหวังของผู้รับบริการ ลักษณะบริการที่ได้รับ การประเมินเปรียบเทียบความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในการใช้บริการบุคคลย่อมมีข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงต่างๆ (Reference) เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว ความรู้จากการเรียนรู้ คำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อน ข้อมูลที่ได้จากธุรกิจบริการแบบเดียวกัน เป็นต้น เกิดเป็นความคาดหวังต่อสิ่งที่ควรจะได้รับจากการบริการ (Expectation) ซึ่งจะมีอิทธิพลแก่ผู้รับบริการในการที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการ (Performance) หากการบริการเป็นไปตามที่คาดหวังย่อมเกิดการยืนยันความถูกต้อง (Confirmation) ต่อการบริการและเกิดเป็นความพึงพอใจในการรับบริการ แต่หากไม่ได้รับการบริการที่เป็นไปตามความคาดหมายก็จะเกิดเป็นการยืนยันความไม่ถูกต้อง (Disconfirmation) และเกิดเป็นความไม่พึงพอใจได้

3. ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเนื่องจากในแต่ละช่วงเวลาบุคคลย่อมมีความคาดหวังต่อการบริการแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์ ความรู้สึก ประสบการณ์ที่ได้มากระหว่างเวลานั้น ทำให้เกณฑ์ประเมินความพึงพอใจมีการเลื่อนขึ้น-เลื่อนลงตลอดเวลาจึงส่งผลให้การเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวังเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

จากความหมายดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า ลักษณะของความพึงพอใจนั้นเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในการรับบริการ ที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง และเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 142-146) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่เป็นผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากการได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ บุคคล สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก และ “ไม่มีความพึงพอใจ” เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่เป็นผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจจากการได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2550, หน้า 108) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ ซึ่งความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกมากกว่าทางลบ สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร (Resource) หรือสิ่งเร้า (Stimulate) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจและให้ความสุขแก่มนุษย์ และความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน จึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่จะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่นั้นสังเกตได้จากการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและยากที่จะวัดความพึงพอใจได้โดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยอ้อม คือ วัดความรู้สึกหรือความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงจะสามารถวัดความพึงพอใจเหล่านั้นได้ ฉะนั้นแต่ละบุคคลจะแสวงหาความสุขให้กับตนเองก่อนเสมอ สิ่งใดที่ชอบ ประารถนา และพอใจแล้ว ก็จะมีแนวโน้มในการเข้าหาสิ่งนั้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ตอบสนองต่อความต้องการของตน

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism)

องค์การสหประชาชาติ (2506) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จัดขึ้น ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางด้วยเงื่อนไข 3 ประการ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 11) ดังนี้

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และให้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง จุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง ความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific in Tourism-IASET) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า "การท่องเที่ยว" หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวและไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการค้าเงิน ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 5 ประการ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 11-12) คือ

1. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ไปยังที่สถานที่ต่างๆ

2. การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่าง คือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและพักค้างคืน

3. การเดินทางและการพักค้างคืนนั้นจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำ และในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น

4. การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้นโดยมีแผนจะเดินทางกลับภายใน 180 วัน

5. จุดหมายปลายทางที่เดินทางไปจะต้องเพื่อการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมเยือนเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการถาวรหรือไปทำงาน

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 29-30) ได้อ้างถึงความหมายการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ว่า "การท่องเที่ยว" หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ

1. ต้องมีการเดินทาง ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน
2. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง
3. ต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่ไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใด

อย่างหนึ่งหรือหลายๆ อย่าง เช่น เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 12) ได้กล่าวไว้ว่า "การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยวแต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้างแต่ต้องเพื่อวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยวถ้าหากการเดินทางอยู่ในเงื่อนไข 6 ประการ" ดังนี้

1. เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ หรือประกอบธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งในประเทศที่เดินทางไป
2. เป็นการเดินทางโดยตั้งใจจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. เป็นการเดินทางเข้าไปประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงานด้านการทูต หรือองค์การระหว่างประเทศ หรือเอกชนอื่นๆ โดยได้รับค่าจ้างตอบแทน
4. เป็นการเดินทางข้ามพรมแดนไปทำงานนอกประเทศทุกวันเป็นประจำ
5. เป็นการเดินทางผ่านโดยไม่แวะลง แม้ว่าการเดินทางจะอยู่ในอาณาเขตของประเทศหนึ่งประเทศใดเป็นเวลานานมากกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม
6. เป็นการเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่น การนำกองทหารเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หรือการย้ายนักโทษจากที่คุมขังหนึ่งไปยังอีกที่คุมขังหนึ่ง เป็นต้น

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการเดินทางรูปแบบหนึ่งโดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้ โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน เพื่อการศึกษา หรือ

วัตถุประสงค์อื่นๆ อันมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ธรรมชาติ วัฒนธรรม และประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่นซึ่งมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันไป

ประเภทของการท่องเที่ยว

การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบว่าแต่ละประเภทของการท่องเที่ยวมีลักษณะอย่างไร ซึ่งการแบ่งประเภทการท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา, 2548, หน้า 15-18) ดังนี้

1. การแบ่งการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง ได้แก่
 - 1.1 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศโดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้น
 - 1.2 การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้นๆ
2. การแบ่งการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ได้แก่
 - 2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสภาพชีวิตประจำวันที่จำเจ หรือหลีกเลี่ยงอากาศหนาวในประเทศของตนอันเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลกใหม่
 - 2.2 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อกิจธุรกิจ หรือไปประชุมโดยมีระยะเวลา 2-3 วันแรกให้ไปท่องเที่ยว
 - 2.3 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจในกิจกรรมพิเศษ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 4 รูปแบบ คือ
 - 2.4 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติ และการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ
 - 2.5 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม
 - 2.6 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริง บันเทิงใจ และการออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

2.7 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากผลพลอยได้ในการเดินทางไปติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ซึ่งอาจไม่มีการศึกษาดูงานและทัศนศึกษารวมอยู่ก็ได้ หรือมีเวลาว่างจากการติดต่อธุรกิจประชุมสัมมนา ก็อาจเดินทางไปดูงานหรือทัศนศึกษาเองก็ได้

3. แบ่งตามลักษณะการเดินทาง ได้แก่

3.1 การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism:GIT หรือ All Inclusive Tourism:AIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวขายรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว อาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจัดการบริการเที่ยวบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้

3.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism:FIT) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตัวเองทุกอย่าง หรือใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางอย่าง

4. แบ่งตามการตลาด ได้แก่

4.1 การท่องเที่ยวตลาดหรูหร่า (Elite Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราสูงเพราะมุ่งให้บริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหร่า

4.2 การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้นฐาน ในราคาถูก โดยต้องการให้บริการผู้เดินทางที่มีรายได้น้อยแต่มีปริมาณมาก

5. แบ่งตามการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่

5.1 การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventionality Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

5.2 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสมและมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอนแต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

5.3 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดีและมีมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

5.4 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หรือชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อความเข้าใจต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวดูวิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวกีฬาและบันเทิงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น

6. แบ่งตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่

6.1 ระยะทาง (Distance) คือ การเดินทางที่เกิดขึ้นจากถิ่นที่อยู่อาศัยของตนไปยังสถานที่อื่นๆ ภายในประเทศหรือต่างประเทศ

6.2 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง (Purpose of Travel) เป็นกิจกรรมใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

6.3 ระยะเวลาของการพำนัก (Length of Stay) ต้องพำนักในสถานที่เดินทางไม่เกินระยะเวลา 60 วัน

จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเกิดขึ้นโดยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ความตั้งใจ (Purpose) การเดินทาง (Travel) และจุดหมายปลายทาง (Destination) ในองค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้ การเดินทางเป็นพาหนะที่ทำให้วงจรการท่องเที่ยวของมนุษย์สมบูรณ์ จึงอาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า "การเดินทางทำให้เกิดการท่องเที่ยว"

7. แบ่งตามลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยว ได้แก่

7.1 การท่องเที่ยวเกิดจากการเคลื่อนที่ของมนุษย์สู่ที่หมายต่าง ๆ รวมทั้งการหยุดพัก ณ ที่เหล่านั้น

7.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 2 ส่วน คือ การเดินทางสู่จุดหมายและการหยุดพักประกอบกิจกรรม ณ จุดหมายนั้น

7.3 การเดินทางและการหยุดพักเกิดขึ้นนอกภูมิลำเนาและที่ทำงาน ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยให้เกิดกิจกรรมซึ่งแตกต่างจากกิจวัตรของเจ้าของถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางผ่านและแวะพัก

7.4 การเดินทางสู่จุดหมายนั้นเป็นการเดินทางชั่วคราว ช่วงระยะเวลาสั้นๆ โดยมีความตั้งใจว่าจะกลับมาภายใน -3 วัน หรือ 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน

7.5 ความตั้งใจในการเยือนจุดหมายปลายทาง มิได้เป็นไปเพื่อตั้งหลักแหล่ง หรือประกอบอาชีพ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 ให้ความหมายไว้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 34)

1. ธุรกิจนำเที่ยว
2. ธุรกิจที่โรงแรมนักท่องเที่ยว
3. ธุรกิจภัตตาคาร สถานที่บริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
4. ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับท่องเที่ยว
5. ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
6. การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือดำเนินการอื่นใดโดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักจูงหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ผสมผสานทั้งสินค้าและบริการ แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการบริการมากกว่า ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษพอสรุปได้ ดังนี้

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ ดังนี้

1. โรงงาน ได้แก่ อาณาบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน เป็นบริเวณที่เข้าถึงได้ไม่ยาก มีสถานที่พักและบริการที่สะดวกพอสมควรสำหรับการพักอยู่ชั่วคราว
2. วัตถุประสงค์ ได้แก่ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจมาชม

3. การลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ฯลฯ มีการลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

4. การใช้แรงงานเพื่อสร้างสาธารณูปโภค การผลิตสินค้าและบริการ

5. ผลิตผล ได้แก่ บริการของธุรกิจที่ประกอบกับเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

6. การส่งเสริมการขาย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผลิตผลเป็นที่รู้จักแพร่หลายมีการรณรงค์ให้เกิดความต้องการซื้อผลิตผลเหล่านี้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ

จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เปรียบอุตสาหกรรมอื่นๆ ตรงที่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะไม่สิ้นเปลืองสูญหาย หากมีการควบคุมป้องกันด้วยการวางแผนพัฒนาอย่างมีระบบ อีกทั้งยังไม่ต้องลงทุนด้านการขนส่งเพื่อนำผลิตผลออกไปขาย แต่ผู้ซื้อจะเดินทางมาซื้อถึงที่ จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ลงทุนไม่มากแต่ผลิตตอบแทนสูงและในระยะสั้น

การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะต้องดำเนินการควบคู่กัน 2 ประการ คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการกับการดำเนินงานการตลาด ซึ่งหากจะเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมผลิตอื่นๆ ให้เห็นได้ชัด คือ การพัฒนาตัวสินค้าให้มีคุณภาพสมราคา ซึ่งจะต้องทำพร้อมๆ กัน การโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จักผู้ซื้อนั่นเอง การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ก่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากที่สุด จึงต้องมีการวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย แนวทางและมาตรการดำเนินการที่จะทำให้การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง ทั้งในด้านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการส่งเสริมการตลาดที่มีระบบและการประกอบธุรกิจที่มีระเบียบมีความเป็นธรรม

บทบาทของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก
2. รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีผลในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจะทำให้ผลผลิตมวลรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว
3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคอื่นๆ มีการสร้างงานสร้างอาชีพ และยังเป็นการกระจายรายได้อย่างแท้จริง
4. ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการให้บริการในท้องถิ่นนั้น ๆ

5. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาสุดแล้วแต่ความเหมาะสม และความสามารถของผู้ขาย

6. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรมูลเงินภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงาน ส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ

ประโยชน์ที่ท้องถิ่นจะได้รับจากการท่องเที่ยว

1. การสร้างงานและสร้างอาชีพ โดยจะแยกลักษณะงานออก ดังนี้

1.1 งานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบินมัคคุเทศน์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานเริงรมย์ การประกอบการขนส่งผู้โดยสาร นอกจากนี้ยังมีงานที่เห็นได้ชัดมาก คือ การผลิตสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง เช่น การทอผ้า เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

1.2 งานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางอ้อม ได้แก่ งานด้านการก่อสร้าง เช่น อาคารที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า เป็นต้น งานด้านกิจกรรม เช่น ปลูกผัก เลี้ยงไก่ขายให้โรงแรม เป็นต้น

2. การพัฒนาสาธารณูปโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีบทบาทต่อการลงทุนพัฒนา ด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการซึ่งจะสร้างความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ดังจะเห็นได้ว่าตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากจะต้องมีความสวยงามตามธรรมชาติ มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์แล้ว ยังจะต้องมีความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีน้ำสะอาดใช้ สามารถใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าได้บ้างพอสมควร มีบริการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว ซึ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับความงามล้ำค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว แม้ว่าการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่างๆ ส่วนใหญ่แล้วจะจัดให้มีขึ้นโดยมีสาเหตุเนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจในสาขาสำคัญอื่นๆ ก็ตาม แต่ก็ยังมีอีกหลายกรณีที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการสร้างถนน สนามบินขนาดใหญ่ การสื่อสารโทรคมนาคม การไฟฟ้า การประปา ในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่าการพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญเติบโต และประชาชนในท้องถิ่นได้รับความสะดวกสบายไปพร้อมๆ กัน

ลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้า คือ บริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อ ก็จะต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมกับ การได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศ รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยผ่อนคลายความเสียหายเปรียบในเรื่องดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง เช่น เปลือกหอย หินสวยๆ ตามชายหาด ไม้ไผ่ ฯลฯ ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึก สำหรับนักท่องเที่ยวเป็นการนำเอาวัสดุที่เคยเห็นว่างเปล่าจากคุณค่ามาทำให้เกิดประโยชน์และเพิ่มรายได้ ซึ่งแม้จะเป็นรายได้เล็กๆ น้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเข้าก็เป็นรายได้สำคัญอย่างหนึ่ง

ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทยในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะการท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยหนึ่งในการช่วยกระตุ้นและเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่ช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศไม่ขาดดุลการค้า อีกทั้งยังช่วยพัฒนาสังคมให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลเข้าสู่ประเทศในแต่ละปีเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์มีสิ่งดึงดูดด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสวยงาม มีวัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ความเป็นมิตรและมีน้ำใจ ซึ่งล้วนเป็นสิ่งดึงดูดและจูงใจให้นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อเรียนรู้และสัมผัสบรรยากาศเหล่านั้นเป็นจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทยนับตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2541 เป็นต้นมา จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละปีของแต่ละภูมิภาคมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและสร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศ ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2541-2549 จะเห็นได้ว่ารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะมีมูลค่าสูงกว่านักท่องเที่ยว

ภายในประเทศ และมีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวปี 2552 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่เกิน 14 ล้านคน ซึ่งลดลงจากปี 2250 ที่มีนักท่องเที่ยว 14.3 ล้านคน และปี 2551 ที่มีนักท่องเที่ยว 13.4 ล้านคน ในช่วง 11 เดือน ซึ่งปี 2552 น่าจะเป็นปีที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่ำสุดในรอบ 2 ปี และตลาดนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาท่องเที่ยวลดลงต่ำกว่าเป้าตั้งแต่ต้นปี ขณะที่ตลาดในยุโรป คาดว่าจะลดลงเกือบทุกประเทศ เช่น เยอรมันและอังกฤษลดลง 30% สแกนดิเนเวียลดลง 10% (อภิชาติ สังฆอารี, 2552)

และในปี 2552 แนวโน้มการท่องเที่ยวในไตรมาส 2, 3 และ 4 ยังคงไม่มีความชัดเจน ซึ่งเกิดจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศยังไม่มีเสถียรภาพพอที่จะเรียกความเชื่อมั่นทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลับคืนมาได้ ปัจจัยลบดังกล่าวส่งผลกระทบต่อภาพรวมธุรกิจโรงแรมที่มีอัตราการเข้าพักจะอยู่ในระดับเฉลี่ย 60% จากปีที่ผ่านมา 65% และจะติดลบทุกภาคเฉลี่ย 10-30% แบ่งเป็นภาคตะวันตก คาดว่าอัตราการเข้าพักจะลดลง 20-30% ภาคตะวันออกเฉยงเหนือลดลง 10% ภาคกลางลดลง 27.58% ภาคเหนือลดลง 20% และภาคใต้ลดลง 15-20% ส่วนภาพรวมตัวเลขนักท่องเที่ยวในปี 2551 ที่ผ่านมา ธุรกิจโรงแรมมีอัตราการเข้าพักลดลงประมาณ 5-10% เป็นผลจากไตรมาสที่ 1-3 การท่องเที่ยวในประเทศมีการเติบโตสูง 10-15% ขณะที่ในไตรมาสที่ 4 ซึ่งเกิดเหตุการณ์ปิดสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิจึงส่งผลให้อัตราการเข้าพักในปี 2552 ลดลง 20-30 % และตัวเลขอัตราการเข้าพักในทุกภาคเป็นลบ ยกเว้นจังหวัดภูเก็ตและภาคกลาง ซึ่งยังมีการเติบโต 4% และ 1% ตามลำดับ (ประกิจ ชินอมรพงษ์)

สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวโลก

การท่องเที่ยวของโลกได้เติบโตขึ้นอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยเฉพาะตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา (พ.ศ. 2488/ค.ศ. 1945) หลายประเทศมีการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และได้มีการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมใหญ่โต องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกไว้ ดังนี้

พ.ศ. 2493 / ค.ศ. 1950	มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก	25	ล้านคน
พ.ศ. 2503 / ค.ศ. 1960	มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก	69	ล้านคน
พ.ศ. 2513 / ค.ศ. 1970	มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก	166	ล้านคน
พ.ศ. 2523 / ค.ศ. 1980	มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก	286	ล้านคน
พ.ศ. 2533 / ค.ศ. 1990	มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก	458	ล้านคน
พ.ศ. 2543 / ค.ศ. 2000	มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก	668	ล้านคน

และได้คาดการณ์ไว้ว่า (Forecast) พ.ศ. 2553/ค.ศ. 2010 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก 1,006 ล้านคน และ พ.ศ. 2563/ค.ศ. 2020 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก 1,561 ล้านคน

การคาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วโลกในปี ค.ศ. 2020

แนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลก ปี ค.ศ. 2020 (2563) องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization:WTO) คาดการณ์ว่าจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะมีนักท่องเที่ยวถึง 1,006 ล้านคน และ 1,561 ล้าน โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้น 4.15% ต่อปี ประเทศไทยจะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 ในเอเชียแปซิฟิก มีจำนวน 37 ล้านคน ในช่วงปี 2010-2020 นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศที่ต่างภูมิภาคไปจะมีอัตราเพิ่มขึ้นสูงกว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในภูมิภาคเดียวกัน เมื่อกลางทศวรรษที่ 90 (ค.ศ.1990-2000) มีนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศที่ต่างภูมิภาคไปมีจำนวน 18% ของการท่องเที่ยวทั้งหมด และจะเติบโตขึ้นเป็น 24% ในปี 2020 จากการแบ่งภูมิภาคต่างๆ ของโลกออกเป็น 6 ภูมิภาค ได้แก่ ยุโรป อเมริกา เอเชีย ตะวันออก และแปซิฟิก แอฟริกา ตะวันออกกลาง และเอเชียใต้ มีการเปรียบเทียบถึงแนวโน้มที่ค่อยๆ เกิดขึ้นใน 10 ปีแรกของสหัสวรรษใหม่ คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกจะมีส่วนแบ่งของนักท่องเที่ยวแทนที่ยุโรป การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนับแต่ปี ค.ศ.1970 (พ.ศ.2513) จะเห็นได้ชัดเจนว่าปริมาณนักท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปจะลดลง 17.3% ในขณะที่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกเพิ่มขึ้น 17.3% เช่นกัน ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวภูมิภาคอเมริกันจะลดลง 3.2% ในขณะที่ภูมิภาคที่เหลือเพิ่มขึ้นเล็กน้อย และมีการคาดการณ์ต่อไปอีกว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่มายังภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะมีถึง 397 ล้านคนในปี 2020 เพิ่มขึ้นคิดเป็น 6.55% ต่อปี ในช่วง 1995-2020 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตของโลกซึ่งคิดเป็น 4.15 % เมื่อแบ่งกลุ่มตามภูมิภาคแล้วปรากฏว่า นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศภูมิภาคอื่นที่ห่างออกไปมายังภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเพิ่มขึ้น 6.15% และนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในภูมิภาคเดียวกันจะเพิ่มขึ้นสูงกว่าเป็น 6.65% แม้ว่าจะประสบปัญหาในเรื่องภาวะเศรษฐกิจในช่วงสั้น และปัญหาการกระทบการทั้งกันภายในก็ตาม และหากนับตามจำนวนนักท่องเที่ยวแล้วส่วนครองตลาดของภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งโลกจะเพิ่มขึ้นจาก 14.39% ในปี 1995 เป็น 25.44% ในปี 2020

สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2020 ยังถูกคาดการณ์ต่อไปอีกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเดินทางไปยังที่ต่างๆ สูงถึง 405 ล้านคน อัตราเพิ่มขึ้นคิดเป็น 6.47% ต่อปี ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตของโลกถึง 2% และจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเดินทางไปยังกลุ่มประเทศในภูมิภาคเดียวกันจะสูงกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังกลุ่มประเทศที่ห่างออกไปคิดเป็น 1% รวมความแล้วกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก และเอเชีย

ตะวันออกเฉียงใต้จะมีอัตราการนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศเพิ่มขึ้นสูงที่สุดในโลก ประเทศในกลุ่มเอเชียและแปซิฟิกที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศมากที่สุด คือ ประเทศจีน (130 ล้านคน) รองลงมา คือ ฮองกง (56.6 ล้านคน) ไทย (36.9 ล้านคน) อินโดนีเซีย (27.4 ล้านคน) มาเลเซีย (25.0 ล้านคน) และ 17.6 ล้านคน) ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันประเทศในกลุ่มเอเชียและแปซิฟิกที่จะมีอัตราเพิ่มของนักท่องเที่ยวออกสูงสุดคือ ประเทศจีน คิดเป็นอัตราเพิ่ม 12.27% ต่อปี ระหว่าง 1990-2020 (มีจำนวน 100 ล้านคน ในปี 2020) แต่ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวออกสูงสุดยังคงเป็นประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวออก จำนวน 141.5 ล้านคน ในปี 2020 อัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยคิดเป็น 7.49% ต่อปี

กลุ่มประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางออกมากที่สุดในโลก 10 อันดับแรก ได้แก่ เยอรมัน 152.9 ล้านคน ญี่ปุ่น 141.5 ล้านคน อเมริกา 123.3 ล้านคน จีน 100.0 ล้านคน อังกฤษ 94.5 ล้านคน ฝรั่งเศส 54.6 ล้านคน เนเธอร์แลนด์ 45.6 ล้านคน อิตาลี 35.2 ล้านคน แคนาดา 31.1 ล้านคน และ รัสเซีย 30.5 ล้านคน และการจัดกลุ่มย่อยเฉพาะประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจำนวน 185 ล้านคน ในปี 2020 มีอัตราเพิ่มขึ้นเป็น 7.72% นับจากปี 1995-2020 โดยประเทศจีนเป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดคิดเป็น 130 ล้านคนในปี 2020 เพิ่มขึ้นคิดเป็น 7.77% นับจากปี 199-2020 ประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตระหว่าง 6.91 % (ไทย) ถึง 12.05% (ลาว) ซึ่งสูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกและเป็นกลุ่มที่มีอัตราเพิ่มสูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศที่มีอัตราเติบโตสูงมากด้วยกัน เช่น ประเทศในภูมิภาคมหาสมุทรอินเดียจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจำนวน 184 ล้านคน เพิ่มขึ้นคิดเป็น 6.37% นับจากปี 1995-2020 และมีส่วนครองตลาดนักท่องเที่ยวเป็น 12% ของโลก ประมาณการกันว่าประเทศไทยจะเป็นประเทศที่มีความเติบโตสูงมาก สูงกว่าอัตราเฉลี่ยของภูมิภาคและของโลกโดยมีนักท่องเที่ยว 36.9 ล้านคนในปี 2020 นับว่าเพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตรา 6.91% ต่อปี ระหว่างปี 1995-2020

จากผลการสำรวจข้อมูลและศึกษาด้านการท่องเที่ยวแห่งชาติโดยองค์การการท่องเที่ยว (WTO) ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาชี้ให้เห็นถึงภาวะเศรษฐกิจและการเงินของโลกกำลังแย่ลง ซึ่งทำให้ค่าเงินของแต่ละประเทศปรับลดลงและเกิดความผันผวนในตลาดเงิน ทำให้ประเทศต่างๆ ต้องพยายามวางแผนการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ 80% ของหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ ไม่เพียงพอแต่จะจัดกิจกรรมพิเศษมากขึ้น แต่ยังร่วมมือกันภายในภูมิภาคมากขึ้นด้วย เช่น กลุ่มประเทศอาเซียน และหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ในเอเชียและแปซิฟิกมากกว่าครึ่ง เช่น นิวซีแลนด์ ฮองกง ฟิลิปปินส์ ไทย ได้

เพิ่มงบประมาณเพื่อทำการตลาดในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยเน้นที่กลุ่มประเทศที่ต่างภูมิภาค ในขณะที่ประเทศที่เหลือก็ทุ่มงบการตลาดไปกับทั้งกลุ่มประเทศที่ห่างออกไปและกลุ่มประเทศในภูมิภาคเดียวกัน เช่น เกาหลี ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ นอกจากนี้กลุ่มประเทศเอเชียและแปซิฟิกพยายามใช้กลยุทธ์ใหม่เพื่อปรับสถานการณ์การท่องเที่ยว โดยเพิ่มการร่วมมือกันภายในภูมิภาคและการนำเทคโนโลยีทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้รวมทั้งปรับเปลี่ยนข้อเสนอทางการตลาดใหม่ และใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของตนเองอย่างเต็มที่ หลายประเทศเตรียมแผนการพัฒนาการขนส่งทางอากาศ โดยแข่งขันกันสร้างสนามบินใหม่และจองเครื่องบินรุ่นใหม่ที่มีประหยัดและปลอดภัยกว่า ในขณะที่เดียวกันการพัฒนาด้านการโรงแรมและที่พักจะชะลอตัวลงโดยมีกิจการด้านเรือสำราญเติบโตขึ้นแบ่งส่วนตลาดของธุรกิจที่พัก โดยการนำของบางประเทศในภูมิภาค เช่น สิงคโปร์ ซึ่งได้เริ่มกิจการด้านเรือสาร์ทัวร์ไปแล้ว พร้อมกับการเริ่มโครงการท่องเที่ยวเรือน้ำลึกในหลายประเทศ เช่น ท่าเทียบเรือภูเก็ต ในประเทศไทย การเติบโตของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจมากที่สุดมาก่อน แต่เมื่อวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในภูมิภาคขึ้นในปี 1997 ประชากรในภูมิภาคจึงชะลอการใช้จ่ายใช้สอยโดยเฉพาะเพื่อการบันเทิงพักผ่อนให้น้อยลง ซึ่งส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มย่อยในภูมิภาคเดียวกันลดลง ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากต่างภูมิภาคจะมีอัตราเพิ่มขึ้นในช่วงสั้นๆ แต่สถานการณ์ทั่วไปยังคงมีแนวโน้มไม่ดีเท่าไรนัก อย่างไรก็ตามในระยะกลางทศวรรษแรกของสหัสวรรษใหม่ การเดินทางออกนอกประเทศของประชาชนในกลุ่มประเทศเอเชีย และแปซิฟิกจะมีแนวโน้มสูงขึ้นจะถึงระดับที่เคยเป็นก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 2534, อ้างอิงในปริษา แดงโรจน์, 2540 หน้า 12)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ก้องชาติ เลี้ยงสมทรัพย์ (2549) ได้วิจัยเรื่อง "พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาจากจังหวัดนครราชสีมา" ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว/พักผ่อนโดยใช้รถส่วนตัว/รถเช่า และพักผ่อนที่โรงแรม การมาเที่ยวนั้นนักท่องเที่ยวนิยมมาเป็นกลุ่มๆ ละ 2-4 คน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้มากกว่า 2,500 บาท เหตุผลที่มาเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนครราชสีมาคือ ความสวยงามของธรรมชาติ สถานที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมากที่สุด คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยนิยมเที่ยวในเดือนพฤศจิกายนถึงมกราคม โดยมีเพื่อนที่ช่วยตัดสินใจมากที่สุด ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนครราชสีมาโดยภาค

รวมอยู่ในระดับมากหากแยกความพึงพอใจเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างนั้น มีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาก และในด้านประชาสัมพันธ์สร้างแรงจูงใจในระดับปานกลาง สำหรับระดับปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนครราชสีมาพบว่านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง แต่มีต้องการให้พัฒนาปรับปรุงแก้ไขการบริการนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยว คือ ความงามและความประทับใจในธรรมชาติ และระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว คือ 2-4 วัน ส่วนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทมีเหตุผลที่มาท่องเที่ยว คือ ต้องการมาพักผ่อนกับเพื่อนหรือบุคคลในครอบครัว และระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 7 วัน นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอายุ 16-25 ปี มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกระบวนการจัดการท่องเที่ยว และด้านบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้อยกว่านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอายุ 36-45 ปี ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุ 16-25 ปี นี้มีความพึงพอใจด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอายุ 36-45 ปี ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลให้นักการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นำไปประยุกต์ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแต่ละกลุ่ม รวมทั้งการจัดเส้นทาง การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนครราชสีมา

เชษฐา สุทธิอุดม และคณะ (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการบริโภค การท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ บนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด" ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นเพศชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า \$2,750 ด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะช้างเป็นครั้งแรก โดยเดินทางมา กับเพื่อนหรือบุคลากรที่ทำงานเป็นกลุ่ม ประมาณ 30 คน มุ่งเหตุจูงใจมาจากความสมบูรณ์ของธรรมชาติบนเกาะช้าง โดยมีลักษณะการจัดการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถเหมาคันและรถส่วนตัว สถานที่พักผ่อนเป็นโรงแรมหรือรีสอร์ท ราคาที่พัก

โดยเฉลี่ยประมาณคืนละ 2,000 บาท และมีระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 3 วัน การจองสถานที่พักแรมจองผ่านบริษัทตัวแทน แหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ เพื่อนหรือการบอกต่อ ชื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการโดยตรง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม 3 อันดับแรก คือ ดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น เทียน้ำตก และนั่งรถชมทัศนียภาพรอบเกาะ ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบคือ เรื่องถนนและการคมนาคมบนเกาะช้าง เรื่องราคาสินค้าและบริการ / สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยเดินทางมาท่อกับเพื่อนหรือครอบครัว / ญาติ ประมาณกลุ่มละ 3 คน มุลเหตุจูงใจมาจากความสมบูรณ์ของธรรมชาติบนเกาะช้าง โดยมีลักษณะการจัดการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถโดยสารประจำทางและรถเช่าเหมาคืนสถานที่พักแรมเป็นโรงแรมหรือรีสอร์ทและบังกะโล ราคาที่พักโดยเฉลี่ยประมาณคืนละ 1,500 บาท และมีระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 9 วัน การจองสถานที่พักแรมเดินทางมาเองด้วยตนเอง แหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว คือ เพื่อนหรือการบอกต่อและอินเทอร์เน็ต ชื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวจากตัวแทนนำเที่ยวท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม 3 อันดับแรก คือ ดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น นั่งช้างเที่ยวป่าชมสวน และนั่งรถชมทัศนียภาพรอบเกาะ ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ คือ เรื่องมลพิษจากขยะและน้ำเสีย เรื่องถนนและการคมนาคมบนเกาะช้าง / ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของกิจกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นที่พึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการสูงสุด รองลงไป คือ ด้านจิตวิทยา การบริการและด้านประชาชนที่มีส่วนร่วม ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ความคิดเห็นว่า พึงพอใจด้านประชาชนที่มีส่วนร่วมสูงสุด รองลงไป คือ ด้านจิตวิทยาการบริการและด้านแพ็คเกจทัวร์ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดในด้านอัตราหรือราคาค่าบริการและด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด นักท่องเที่ยวเห็นว่าแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะช้างควรมีการปรับปรุงเรื่องถนน และการคมนาคมบนเกาะช้าง การรักษาความสะอาด การอนุรักษ์ธรรมชาติ การเพิ่มชายหาดสาธารณะให้มีจำนวนมากขึ้น

ชุย กำลั้งาม และคณะ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้" ผลของการวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป และอเมริกา ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นเป็นประชาชนในท้องถิ่นและอยู่ในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกันเป็นส่วนมาก เหตุผลของการมา

เที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนั้นเพราะมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถานอันเก่าแก่มากกว่างานวัฒนธรรมและประเพณี โดยมีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อต้องการศึกษาหาประสบการณ์ และอนุรักษ์สืบสานคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย การเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มาเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ผ่านบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองถึงร้อยละ 68.9 มีเพียงจำนวนน้อยที่ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวคือร้อยละ 1.6 ด้านการพักผ่อน นักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นส่วนใหญ่พักกับครอบครัวหรือญาติพี่น้องมากกว่าพักโรงแรม ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพักที่โรงแรมมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อทุกรูปแบบ แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับข้อมูลมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความสนใจจะเดินทางต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน / แนวทางการจัดการด้านการตลาดควรจะมีมุ่งเน้นไปยังการจัดการทำให้ความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การจัดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว และการทำป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวคือการได้ทราบข้อมูลข่าวสารจากผู้ที่ได้มาเที่ยวแล้วมากที่สุด สำหรับการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังมีอุปสรรคหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางการคมนาคมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว กฎระเบียบเข้าออกระหว่างประเทศถ้าสามารถแก้ไขได้ สร้างความเป็นหุ้นส่วนของกันและกัน การติดต่อกันระหว่างท้องถิ่นกับท้องถิ่นประเภทเข้าและเยือนแบบบ้านพี่เมืองน้องจะขยายตลาดการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงในภูมิภาคได้มากยิ่งขึ้น

ปิยะวดี ทิริโกมล (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย” ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง และเพศชาย มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 23-30 ปี ส่วนใหญ่เป็นคนโสด การศึกษาระดับมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ทำงานในบริษัทเอกชน 2. เดินทางไปจังหวัดสุโขทัยเพื่อศึกษาหาความรู้ทางประวัติศาสตร์ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืนประทับใจในความสวยงามแต่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และจะกลับไปเที่ยวอีกแน่นอน 3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของประชากร กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมาเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของประชากรกับ

มูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยพบว่า มูลเหตุจูงใจด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประสพพร พุ่มพวง (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1. ประชาชนที่มีอายุต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2. ประชาชนที่สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 3. ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 4. ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันใช้ปัจจัยรวมและรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยกเว้นสินค้าของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5. ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และใช้ปัจจัยในด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึก และด้านการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และ 6. ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่อาศัย/ภูมิลำเนาแตกต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวมและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึก และด้านการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ปรีดา แซ่เล้า (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวจากการที่ญาติหรือเพื่อนแนะนำ สาเหตุที่มาท่องเที่ยว คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ มีความถี่ในการมาท่องเที่ยวระหว่าง 2 ครั้ง ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้งระหว่าง 1,001-5,000 บาท ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึง

พอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านสถานที่อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ ด้านการบริการตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านราคาอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้วยสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

พิสมัย ประชานันท์ และคณะ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรบิโรคผลิตภันท์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอิสานใต้” ผลการวิจัยพบว่าด้านพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติใช้เวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 เดือน โดยที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศ /ด้านพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 วัน โดยพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ รถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้รถโดยสารประจำทาง ด้านที่พักนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมพักตามโรงแรมหรือเกสต์เฮาส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมพักโรงแรมหรือบ้านญาติและบ้านเพื่อน ด้านแหล่งอาหาร นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่น ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารส่วนใหญ่จะไม่แตกต่างกัน ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ มีค่าใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า 300 บาท สำหรับพฤติกรรมภายหลังการเดินทางท่องเที่ยวโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก และด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจด้านร้านอาหารและภัตตาคาร

ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน สำหรับระดับการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจทุกๆด้านไม่แตกต่างกัน / นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านบริษัทท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับอายุและระดับการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในทุกๆ ด้านไม่แตกต่างกันจากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ควรคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในลำดับต่อไป

ศรีประภา ชัยวรวัฒน์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง” โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 410 คน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่อายุระหว่าง 25-34 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 11,801-17,100 บาท และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง พบว่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน และวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง

สิริโฉม พิเศษบุญเกียรติ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน” ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ 1. ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยจะพิจารณาในภาพรวมโดยจะนำเสนอข้อมูลของนักท่องเที่ยวไทยก่อนและตามด้วยชาวต่างชาติพบว่าส่วนใหญ่ทั้ง 2 กลุ่มเป็นนักท่องเที่ยวหญิง มีอายุระหว่าง 28-37 ปี และอายุ 48-57 ปี ซึ่งสมรสแล้ว ซึ่งมีอาชีพเป็นช่างฝีมือแรงงาน มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-29,999 บาท และ 50,000-69,999 บาทต่อเดือน โดยเดินทางไปนครคุนหมิงเป็นครั้งแรก ซึ่งเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไปพักผ่อน นิยมพักใน

โรงแรม มีระยะเวลาในการพักผ่อนอยู่ระหว่าง 2-4 วัน และระหว่าง 5-7 วัน โดยทำการจองกับบริษัทนำเที่ยวเป็นการล่วงหน้า 3-4 สัปดาห์ สำหรับประเทศที่จะวางแผนเดินทางไปเที่ยวครั้งต่อไปหลังจากนครคุนหมิง คือ ฮองกงและไทย ส่วนค่าใช้จ่ายในระหว่าง 70,000-99,999 บาท และตั้งแต่ 160,000 บาทโดยใช้จ่ายไปเพื่อการซื้อของที่ระลึกเกี่ยวกับของพื้นเมือง 2. ด้านความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศพบว่า มีความต้องการการท่องเที่ยวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีนในภาพรวมอยู่ระดับมากและมากที่สุดตามลำดับ คือ ควรมีมาตรฐานของการอำนวยความสะดวกของสนามบิน การให้ข้อมูลข่าวสารต้องทันสมัยและรวดเร็ว และควรจัดอำนวยความสะดวกของโรงแรม ที่พัก ที่รวดเร็วและประทับใจ 3. การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน / การเปรียบเทียบความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีนพบว่า มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันกับด้านอายุ ระดับรายได้ อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ความต้องการในการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีนพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันกับวิธีการเข้าเมือง มาตรฐานของการให้บริการของรถรับจ้าง มาตรฐานของแหล่งบันเทิงในยามราตรี มาตรฐานความสะดวกสบายและการให้บริการในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมใจ วงศ์เทียนชัย (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนไทย-พม่า อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย" ผลการวิจัยพบว่า 1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจุดผ่านแดนอำเภอแม่สอดในด้านเพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด และนักท่องเที่ยวไม่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวคือด้านข้ามไปฝั่งพม่าเพื่อทำธุรกิจส่วนตัว 2. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนอำเภอแม่สอดที่แตกต่างกัน 3. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุและรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนอำเภอแม่สอด และ 4. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนอำเภอแม่สอด

อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย” พบว่า 1. สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาคือ เพื่อต้องการลดความตึงเครียดจากการทำงาน ความสวยงามของธรรมชาติและเพื่อเป็นการให้รางวัลกับชีวิต 2. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชายทะเลแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยแยกผลการวิจัยดังนี้ 3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจำนวนคนที่เข้าร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกและค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 4.อายุ สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว และปัจจัยทางธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง และความรู้สึกในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อิตถีรัตน์ จันทรแสงทอง (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง” จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุในช่วง 21-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง / พนักงานเอกชน มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 7,001-17,000 บาท เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อมาพักผ่อน และมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ได้แก่ จำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกัน จำนวนวันที่มาท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี และแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต ผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาด้วยกันในครั้งนี้ เฉลี่ยจำนวน 3.74 คน จำนวนวันที่มาท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ดเฉลี่ยจำนวน 4.21 วัน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยคิดเป็น 5,380.25 บาท จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี (รวมครั้งนี้) เฉลี่ยคิดเป็น 2.76 ครั้ง ใน 1 ปี และแนวโน้มในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต เฉลี่ยคิดเป็น 4.32 ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่ามีอาชีพ ผู้ที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว และช่วงเวลา

ในการเดินทางท่องเที่ยวนั้นมีผลต่อความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในบางด้าน เช่น อาชีพมีความแตกต่างในด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ไม่มีความแตกต่างที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานประกอบด้วย ปัจจัยแรงจูงใจและการรับสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่ามีปัจจัยแรงจูงใจทั้งทางกายภาพ และทางจิตวิทยา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยการรับสารพบว่ามีปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยวเท่านั้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในทุกด้าน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประกอบด้วย ปัจจัยทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่ามีปัจจัยทรัพยากรทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนพฤติกรรมด้านอื่นที่เหลือมีความสัมพันธ์กันในบางปัจจัยย่อยของปัจจัยทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ในด้านความเจ็บบสงบทางทะเล บรรยากาศ และกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี และปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านจำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนพฤติกรรมด้านอื่นที่เหลือ มีความสัมพันธ์กันในบางปัจจัยย่อยของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน ในด้านท่าเรือ ระบบไฟฟ้า ประปา และถนน เช่น ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ปฐมพงศ์ ก้อนดาร์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง "ความต้องการความพึงพอใจและปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด" ผลการวิจัยพบว่า 1. นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยมีอายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นนักเรียน / นักศึกษามีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท 2. นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ต้องการสถานที่ที่สวยงาม ส่วนด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรม นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับมากในทุกๆ ประเด็น และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้าร่วมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เจ็ทสกี การดำน้ำดูปะการังน้ำตื้น พายเรือแคนู ซิปไลน์ล่องเรือ และกิจกรรมเดินชมธรรมชาติ ส่วนกิจกรรมอยู่ในระดับน้อย คือ วิน

เชิรฟ์ 3.นักท่องเที่ยงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรม ในทุกๆ ประเด็น ส่วนความพึงพอใจที่อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ จำนวนและความสะอาดของห้องน้ำ จำนวนที่รองรับขยะ ราคาค่าบริการและส่วนลด 4. ปัญหาที่นักท่องเที่ยงพบว่ามีปัญหาระดับมาก ได้แก่ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการจัดการทุกๆ ประเด็น และด้านสถานที่ ได้แก่ ความสกปรกและขาดความปลอดภัย ส่วนด้านอื่นๆ นักท่องเที่ยงพบว่า เป็นปัญหาน้อย 5. นักท่องเที่ยงที่เพศและอาชีพแตกต่างกันมีความต้องการ ความพึงพอใจ และปัญหาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ยกเว้นความพึงพอใจและปัญหาด้านกิจกรรม เพศต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ปัญญา ชุ่มสือ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง" ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1.ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด พ.ศ. 2546 ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยง และด้านกิจกรรมและนันทนาการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการสื่อความหมาย ป้าย สัญลักษณ์ ข้อความและการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการ ภูมิทัศน์และทัศนียภาพอยู่ในระดับปานกลาง 2.ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด พ.ศ. 2546 แบ่งได้ดังนี้ 2.1 จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยงไทย ด้านกิจกรรมและนันทนาการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 2.2 จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยงไทยในภาพรวมด้านการรักษา ความปลอดภัย ด้านการสื่อความหมาย ป้าย สัญลักษณ์ ข้อความ และการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 2.3 จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยงไทยในภาพรวม ด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยง ด้านกิจกรรมและนันทนาการ ด้านการสื่อความหมาย ป้าย สัญลักษณ์ ข้อความและการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ 0.05 2.4 จำแนกตามอายุ ระดับรายได้ ภูมิลำเนาที่มา และจุดประสงค์การเดินทางมาของ นักท่องเที่ยงไทยในภาพรวม ด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยง ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านกิจกรรมและนันทนาการ ด้านการสื่อความหมาย ป้าย สัญลักษณ์ ข้อความ

และการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ 0.05

ประภัสสร ศรีภักดี (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ และกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี" พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ และกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี" ซึ่งมีการพิจารณาทั้งด้านบุคลากร ด้านกิจกรรม ด้านสถานที่อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการโดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก นอกจากนี้พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างการกันมีความพึงพอใจต่อการบริการ และกิจกรรมนันทนาการแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกิจกรรมที่แตกต่างกัน แต่สำหรับด้านสถานที่ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกพบว่ามีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน

พลวัต ตันศิริ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย" จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชายมากกว่าหญิง อายุ 21-40 ปี สัญชาติอิตาลี รายได้ต่อปีประมาณ 520,301-1,300,750 บาท และสมรสแล้ว / นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งแรก และจะเดินทางไปยังจังหวัดอื่นต่อไป สื่อที่มีอิทธิพลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดเชียงรายสูงสุด คือ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุดต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก สังคม และวัฒนธรรมตามลำดับ ซึ่งความสัมพันธ์เชิงกลุ่มของปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวกับความพึงพอใจพบว่า อายุ อาชีพ และถิ่นพำนัก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับน้อยถึงปานกลาง / สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวนั้นพบว่าจำนวนวันที่ท่องเที่ยวกับความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ปัจจัยความสำคัญกับความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่าอาชีพ อายุ และสถานภาพการสมรสที่ต่างกัน มีความพึงพอใจที่เหมือนกัน ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน ได้แก่ ถิ่นพำนัก รายได้ สำหรับปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ความไม่สะอาดของแหล่งท่องเที่ยวและความไม่พอเพียงของสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม

สุธดี ชิดชอบ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง" ผลการวิจัยพบว่า 1. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราดในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านที่พัก

และด้านการบริการในภาพรวมและรายชื่อนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ยกเว้นในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก

2. การประชาสัมพันธ์ การให้บริการด้านที่พัก และการให้บริการทั่วไป มีความสัมพันธ์ทางบวก กับความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และ 3. แนวทางในการ แก้ไข ปรับปรุง ข้อเสนอแนะในการพัฒนาให้กิ่งอำเภอเกาะช้างมีชื่อเสียงเป็นที่สนใจของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย เพิ่มถึงขยะ ที่จอดรถสาธารณะ ขยายเส้นทางให้กว้างขึ้น ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว และข้อมูลที่ทันสมัยครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยว และไฟฟ้าสาธารณะ ด้านการ พัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรักษาความสะอาด ราคาห้องพัก เพิ่มการ ให้บริการด้านคมนาคม ความปลอดภัย และพัฒนาจุดชมวิวให้มากขึ้น

