

บทที่ 2

แนวคิดและวรรณกรรมปริทัศน์

การท่องเที่ยวโดยทั่วไป มักจะหมายถึง การเคลื่อนที่ของคนจากที่อยู่เดิมไปยังจุดหมายปลายทางอีกแห่งหนึ่ง และเป็นการเดินทางที่มีระยะทางเข้ามาเกี่ยวข้อง อาจจะมีการพักผ่อน รวมไปถึงการทำกิจกรรมนันทนาการ ณ จุดหมายปลายทางนั้นและพร้อมแสวงหาความสุข ความสนุกและความสะดวกสบาย ในช่วงเวลาหนึ่งแล้วก็เดินทางกลับ ดังนั้นนี่จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวมีบทบาทต่อชีวิตของมนุษย์อย่างมาก เนื่องจากสภาวะแวดล้อมของสังคมเมืองที่มีแต่ความวุ่นวาย การแข่งขัน ความเร่งรีบในการทำงาน ความซ้ำซากจำเจ และความเครียดที่เกิดจากการทำงาน จนทำให้มนุษย์ต้องการที่จะหลีกเลี่ยงความวุ่นวายเหล่านั้น โดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการผ่อนคลายความเครียดและเสริมสร้างความสุขทางด้านจิตใจ รวมไปถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจซึ่งกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งการท่องเที่ยวยังเป็นการเติมความฝันและประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการเปิดโลกทัศน์ ช่วยให้ผู้ชมมีทัศนคติที่กว้างไกล และเข้าใจสภาพการณ์ต่างๆ ที่เป็นจริงสิ่งทีนักท่องเที่ยวได้จากการเดินทางท่องเที่ยว คือ ความทรงจำที่ได้รับ รวมถึงรูปภาพและของที่ระลึกที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าความทรงจำเหล่านี้จะช่วยสร้างความสดชื่นให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการเติมพลังใจที่จะทำให้มนุษย์สามารถทำงานหรือต่อสู้กับสภาพทางสังคมได้อีกครั้ง

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาถึงแนวคิด และวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2.1 ความต้องการทางการท่องเที่ยว

ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นความต้องการที่มากกว่าความต้องการสิ่งของในชีวิตประจำวัน แต่เป็นการแสดงออกถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยว (พลอยศรี โปราณนันทน์, 2543 : 51) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องลงทุนด้วยเงิน เวลา พลังงาน และด้วยความเครียดจากการทำงาน จึงจะได้ผลตอบแทนเป็นความสุข สนุกสนาน ยิ่งในสภาพแวดล้อมของสังคมสมัยใหม่ ที่เต็มไปด้วยความเครียด ความวุ่นวาย ความเร่งรีบ

การไปให้พ้นจากสิ่งแวดล้อมเดิมๆ หรือความจำเจชั่วขณะเวลาหนึ่ง จึงเป็นทางออกหนึ่งของผู้คนในสังคม มนุษย์ต้องการได้รับการกระตุ้น(Simulation) เพื่อให้เกิดความกระฉับกระเฉง ความกระปรี้กระเปร่า การได้สัมผัสกับความแปลกใหม่ทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทำให้มนุษย์เรากลับมาตื่นเต้น การได้เดินทางท่องเที่ยวจึงทำให้มีความสุข เพราะได้เปลี่ยนแปลงจากความจำเจภายในบ้านหรือสถานที่ทำงาน ได้มาเห็นสิ่งใหม่ๆ ได้ลิ้มรสสิ่งใหม่

2.1.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์

แรงจูงใจ (Motivation) คือ ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย และแรงกระตุ้น(Drive) เป็นตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรงเพื่อที่จะได้เกิดการตอบสนองสิ่งที่พอใจ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2546 : 36) ความต้องการต่างๆ ของบุคคลเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่างกัน Maslow (1954) กล่าวว่าความต้องการของมนุษย์นั้นมีความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด และจะแสดงพฤติกรรมเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการและความจำเป็น ความต้องการของบุคคลแต่ละบุคคลจะเรียงลำดับความสำคัญจากความต้องการขั้นพื้นฐานจนถึงความต้องการขั้นสูงสุด ดังแผนภูมिนี้



แผนภูมิที่ 2.1 สามเหลี่ยมแสดงลำดับขั้นความต้องการของ Maslow

ที่มา : Abraha H. Maslow, 1987

ในระดับต่ำสุดเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานหรือความต้องการทางกาย ที่เป็นปัจจัยเพื่อความอยู่รอดของชีวิต อันได้แก่ ความต้องการปัจจัย 4 เช่น อาหาร ที่พัก เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการการพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการที่จำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต แต่ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ไม่ว่าจะเป็นการขาดแคลนอาหาร ที่พัก เสื้อผ้า หรือเงินทองก็จะส่งผลให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างมีความสุข (Dawid W. Howell, 1989 : 28) แต่ถ้าได้รับการตอบสนองก็จะนำไปสู่ความต้องการในขั้นถัดไป คือ ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการแสวงหาความมั่นคงปลอดภัยในการดำรงชีวิตและการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ถ้าความต้องการในขั้นนี้ได้รับการตอบสนอง ความต้องการทางสังคมก็จะได้รับการยอมรับ ซึ่งเป็นความต้องการให้สังคมมาสนใจ เอาใจใส่ ต้องการที่จะได้รับการรักและถูกรัก อีกปัจจัยคือได้รับการยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม นอกจากนี้ความต้องการ การยกย่องนับถือจากตนเองและผู้อื่นก็เป็นความต้องการที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง ความต้องการที่แสดงความสามารถของตนให้ผู้อื่นได้เห็นความสำคัญและยกย่องให้เกียรติ โดยการท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศหรือท่องเที่ยวยังสถานที่ที่แปลกใหม่ไม่ค่อยมีผู้คนรู้จักมากนักหรือการไปพักผ่อนในโรงแรม หรือรีสอร์ทที่มีความหรูหรา ราคาแพง เป็นต้น และในระดับขั้นสูงสุด เป็นความต้องการได้รับความสำเร็จในชีวิตซึ่งเป็นความต้องการรู้จักและเข้าใจในตนเองด้วยความพยายามหรือได้เป็นในสิ่งที่ตนเป็นได้

หากจะอธิบายสามเหลี่ยมแสดงลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 138) กับนักท่องเที่ยว แล้วจะพบว่าการที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางนั้นเป็นการชี้ให้เห็นความต้องการระดับล่างของเขาให้ได้รับการตอบสนองและพวกเขากำลังพยายามอยู่ในขั้นที่ 3, 4 และ 5 นั่นคือ อยากที่จะให้ผู้อื่นยอมรับ ยกย่อง และอยากที่จะพัฒนาตนเอง Lundberg (1985) เชื่อว่าพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการในขั้นสูงสุด อันได้แก่ ความต้องการที่จะกระทำในสิ่งที่ท้าทาย ต้องการที่จะได้พบเห็นสิ่งที่แปลกใหม่ รวมไปถึงสถานที่แปลกๆ

2.1.2 ปัจจัยที่กำหนดการเดินทางท่องเที่ยว

ในสมัยก่อนผู้คนเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลเพื่อการหาอาหาร น้ำดื่ม ถิ่นที่อยู่อาศัย การขยายอาณาเขตหรือดินแดน และการไปจาริกแสวงบุญ ซึ่งจะแตกต่างจากปัจจุบันที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ หลักหนีจากวิถีชีวิตเดิมๆ รวมถึงการไปเยี่ยมเยือนญาติ/

เพื่อน (Alister and Geoffrey, 1982 : 29) แต่การพิจารณาในด้านจิตวิทยาการท่องเที่ยว พบว่าคนเรานั้นมักเดินทางด้วยเหตุผลที่มากกว่า 1 อย่าง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 เหตุผล คือ

(1) **เหตุผลทางด้านร่างกาย (Physical)** คนเรานั้นต้องมีความพร้อมทางด้านร่างกายเป็นพื้นฐานในการเดินทางท่องเที่ยว (พลอยศรี โปราณนนท์, 2543 : 155) ถ้ามีสุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์ก็จะสามารถทำกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการทางกายได้ อาทิเช่นการไป ศูนย์สุขภาพ การเล่นกีฬา การทำกิจกรรมนันทนาการตามชายหาด หรือเป็นการพักผ่อนร่างกาย ยังแหล่งน้ำพุร้อน หรือสปา เป็นต้น (Weaver and Oppermann, 2000 : 34)

(2) **เหตุผลทางด้านวัฒนธรรม (Culture)** เป็นความปรารถนาที่อยากจะเข้าใจ เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสังคมอื่นๆ ว่าเป็นอย่างไร เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับดนตรี ศิลป นาฏศิลป์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และศาสนา เป็นต้น (McIntosh and Goeldner, 1986 : 31)

(3) **เหตุผลระหว่างบุคคล (Interpersonal)** ความต้องการที่จะพบปะกับผู้คนใหม่ๆ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การไปเยี่ยมเยือนเพื่อนหรือญาติ การหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมเดิม และความปรารถนาที่อยากจะเปลี่ยนแปลงตนเอง (Alister and Geoffrey, 1982 : 30) ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นการให้ความสมดุลและเติมเต็มชีวิตให้ดีขึ้น จากชีวิตประจำวัน (Chuck Y. Gee, 1989 : 55)

(4) **เหตุผลด้านสถานะและชื่อเสียง (Status and Prestige)** สถานะและชื่อเสียงเป็นเหตุผลพื้นฐานที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เป็นความต้องการพัฒนาตนเอง โดยการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การประชุม การศึกษา ที่เกี่ยวข้องกับการหาความรู้ (McIntosh and Goeldner, 1986 : 31) ทั้งนี้จะเห็นได้จากประวัติศาสตร์ การเดินทางของผู้คนจะพบว่าส่วนใหญ่มักเป็นบุคคลที่มีสถานะและมีชื่อเสียงในสังคม ซึ่งในปัจจุบันการให้ผู้อื่นยอมรับในสถานะของตน หรือความต้องการเป็นคนมีชื่อเสียงก็เป็นสาเหตุที่ทำให้คนเราเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้คนเราแต่ละคนก็ยังมีความแตกต่างกันในส่วนของการประสบการณ์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว (พลอยศรี โปราณนนท์, 2543 : 155)

2.1.3 ปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยว

นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel Motivation) พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวมีทั้งแรงผลัก (Push Factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องการเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้น ขึ้นอยู่กับแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งทั้งสองปัจจัยหลักนี้ได้มีการศึกษา และค้นพบสาเหตุหลายประการดังนี้

แรงผลัก หรือ Push Factors (เกดศิริ เจริญวิศาลและคณะ, 2543: 46)

- (1) **ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย (Physical needs)** ในที่นี้ เช่น หากเราต้องการทำงานอย่างหนัก ร่างกายย่อมต้องการการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อนร่างกาย เช่น การไปทัวร์สมาธิ (Meditation Tour)
- (2) **ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ(Escape needs)** เช่น หลีกหนีจากความเครียดจากการทำงานหรือจากการจราจรที่ติดขัด การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็นทางเลือกหนึ่งในการคลายเครียด
- (3) **ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ (Novelty needs)** เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งแปลกใหม่ให้กับ ชีวิต โดยเฉพาะคนหนุ่มสาวสมัยใหม่มีความอยากรู้อยากเห็น อยากพบสิ่งแปลกใหม่
- (4) **ความภาคภูมิใจที่ตนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ (Esteem \ Prestige needs)** เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวยังที่ต่างๆ ทำให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ไปเห็นสถานที่ แปลกแตกต่างจากผู้อื่น ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ค้นพบเอง ย่อมนำมาความภาคภูมิใจมาสู่ตนเอง
- (5) **ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้ (To know and understand \ Educational Vacation needs)** การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่อาศัยเดิม และเพื่อศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจว่าเชื้อชาติอื่นๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร
- (6) **ความต้องการไปทำใจจากเรื่องร้ายๆ (Coping needs)**
- (7) **ความต้องการในการเดินทาง เพื่อให้มีโอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะได้ติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ (Social – Kinship and New People needs)** การเดินทางท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นต่างๆ ย่อมทำให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณเองเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับจากสังคม อย่างไรก็ตาม Kinship relations มีความแตกต่างจาก ความต้องการพบคนใหม่ๆ Kinship อาจเป็นความต้องการที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว คนรัก หรือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าที่ห่างหายกันไปนาน

แรงดึง หรือ Pull Factors (การเลือกจุดหมายปลายทาง) คือ แรงดึงดูดต่างๆ ที่นำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป ในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังสถานที่ใดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางจากไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นเช่น หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือการไปทำใจ (Coping) เขาอาจต้องการไปที่เงียบๆ ไม่พบปะผู้คน เพื่อต้องการเวลาในการอยู่เงียบๆ คนเดียว แต่

หากแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือการสร้างความภาคภูมิใจให้ตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับทั่วไป

ในการศึกษาวิเคราะห์ความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย ของ เกิดศิริ เจริญวิศาลและคณะ (2542) พบว่า แรงผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปยังต่างประเทศเพื่อต้องการความแปลกใหม่ ประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ไม่สามารถหาได้ภายในประเทศ และการเดินทางเพื่อไปเรียนรู้ ด้านวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ ในการเดินทางไปต่างประเทศมีแรงดึงดูดคือ การเดินทาง การคมนาคมที่สะดวก มีความสะอาด และมีความปลอดภัยสูง เช่นเดียวกับการศึกษาของเพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ (2548 : 127) ในโครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว 2547 พบว่าแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปต่างประเทศคือต้องการหาประสบการณ์ ต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ต้องการไปเห็นประเพณี/วัฒนธรรมที่แตกต่าง แต่ที่เพิ่มเติมขึ้นมาอีก 2 ปัจจัย คือ ต้องการไปซื้อของ และค่าท่องเที่ยวถูก/ฟรี

2.2 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2.2.1 อิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

อิทธิพลที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน รวมไปถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม, ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยว ที่ช่วยผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างกัน ไป

1. โครงสร้างของประชากร ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้, สถานภาพสมรส

1.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มคนในแต่ละกลุ่มมักจะมีความต้องการทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ในแง่ของภาวะความเป็นผู้ใหญ่ และระดับการคาดหวังในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน กลุ่มวัยรุ่นชอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมและใช้ระยะเวลาในการเดินทางที่ไม่ยาวนาน แต่ในกลุ่มผู้ใหญ่จะใช้เวลาพักผ่อนนานกว่าและเลือกท่องเที่ยวยังแหล่งประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและได้รับความรู้ (Alain Decrop, 1999) ซึ่งมีความขัดแย้งกับการศึกษาของเนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ (2538) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยปี 2537 ผลการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างในระดับบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ใช้วิธีการสัมภาษณ์ 3,706 ตัวอย่าง และส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ระดับครัวเรือน 4,205 ครัวเรือน ผลการวิจัยที่ได้พบว่ากลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหลักที่เหมือนกัน คือ การไปพักผ่อน และเยี่ยมญาติ

ส่วนกลุ่มวัยทำงานเป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงทางหน้าที่การงานและสถานะทางสังคม อีกทั้งยังถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความต้องการความมั่นคงปลอดภัยสูง รวมไปถึงต้องการความสะดวกสบาย จึงมีรสนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยการขับรถไปท่องเที่ยวด้วยตนเอง และครอบครัว (McIntosh and Goeldner, 1989 : 126) ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุในปัจจุบันนั้นยังมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงและยังคงสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ และนิยมเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา หรือเพื่อเยี่ยมชมถิ่นฐานเดิมของบรรพบุรุษเท่านั้น แต่ยังเป็นกลุ่มที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางด้วย เช่นต้องไม่เป็นการเดินทางที่เร่งรีบ หรือมีกิจกรรมในระหว่างการเดินทางมากนัก และกลุ่มผู้สูงอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปจะเป็นกลุ่มที่จะหาข้อมูลการเดินทางจากกลุ่มบุคคลรอบตัวมากกว่าจะใช้เทคโนโลยี ยกเว้นสื่อจากโทรทัศน์ที่มีบทบาทต่อการใช้ชีวิตประจำวัน (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 61) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุรพล ปธานวนิชและคณะ (ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์, 2544 : 26) พบว่าบุคคลเมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้นมักไม่นิยมที่จะท่องเที่ยวแบบเสี่ยงภัยหรือต้องใช้กำลังกายมาก แต่นิยมการท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย ตลอดจนสนใจในการท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและโบราณสถานมากขึ้น และเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้นจะนิยมท่องเที่ยวไปกับครอบครัวมากกว่ากลุ่มอื่นที่ไปเที่ยวกับเพื่อน

1.2 เพศ (Sex) ในอดีตที่ผ่านมานักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (เนาวรัตน์ พลายน้อย, 2538 : 11) จากการศึกษาวิจัยของนิตยสาร Sports Illustrated ในเรื่อง Role of the Husband and Wife in Air travel Decision พบว่า ฝ่ายชายเป็นคนริเริ่มว่าทั้งคู่ (สามีและภรรยา) ควรจะเดินทางท่องเที่ยว โดยภรรยาเห็นชอบด้วย 60 เปอร์เซ็นต์ของการเดินทาง ส่วนการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ใดนั้นเป็นการตัดสินใจร่วมกัน โดยเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน 73 เปอร์เซ็นต์ ส่วนการเลือกสายการบินนั้นฝ่ายชายจะเป็นผู้ที่ตัดสินใจ (เลิศพร ภาระสกุล, 2540 : 38) โดยทั่วไปเพศชายจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากการทำงาน จากที่อยู่อาศัย เพื่อไปแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ในขณะที่เพศหญิงเลือกที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งที่ท่องเที่ยวที่มีความคล้ายคลึงกับสิ่งแวดล้อมเดิม และเป็นการไปพักผ่อนมากกว่า (Kathleen L. Butler, 1994) นอกจากนี้ยังพบว่าเพศชายนิยมที่จะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทป่าเขา และน้ำตกมากกว่าเพศหญิง ส่วนเพศหญิงจะนิยมที่จะท่องเที่ยวทางทะเลมากกว่าผู้ชาย (สุรพล ปธานวนิชและคณะ อ่างในทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์, 2544 : 26) อย่างเช่นในการศึกษาเรื่องการเลือกสถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักธุรกิจผู้หญิงของ Gail (1999) พบว่า ส่วนใหญ่จะเลือกความสะดวกสบายและคู่มือมีรสนิยม รวมไปถึงการบริการที่ได้มาตรฐานจากพนักงาน อีกทั้งความเป็นมิตรและการให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกในเรื่อง

ต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นนักธุรกิจที่เป็นผู้หญิง ได้อย่างมาก

1.3 การศึกษา (Education) การศึกษาจัดว่าเป็นอีกองค์ประกอบที่น่าสนใจเพราะเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กับคนเรา ดังนั้นการศึกษาจึงนับได้ว่าเป็นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มที่ระดับการศึกษาที่สูง (อุดมศึกษา) จะมีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอุดมศึกษา (เลิศพร ภาระสกุล, 2540 : 40) เช่นเดียวกับการศึกษาในอดีตชี้ให้เห็นว่าผู้ที่มีการศึกษาที่สูงขึ้นมีโอกาสดำเนินทางมากขึ้น ถึงแม้ว่าจะเป็นประชากรส่วนน้อยของประเทศ แต่มีสัดส่วนที่สูงมากในกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้ที่มีอาชีพและตำแหน่งหน้าที่ตลอดจนรายได้ที่ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ (เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ, 2538 : 11) อีกประการหนึ่งคือ เมื่อคนเรามีการศึกษาเพิ่มขึ้นก็มักจะอาศัยการศึกษาเป็นส่วนช่วยผลักดันในการตัดสินใจและการศึกษายังช่วยให้คนตื่นตัวทางศิลปวัฒนธรรมมากขึ้น (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 71) ในขณะที่กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำจะมีแรงกระตุ้นที่จะท่องเที่ยวยังสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ไปจากถิ่นที่อยู่เดิมและมีกิจกรรมในระหว่างการท่องเที่ยว (Swarbrook and Horner, 1999 : 58) จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวออร์เวย์ ของ Arid Steen (McIntosh and Goelner, 1986 : 353) พบว่าระดับการศึกษาของประชากรชาวออร์เวย์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดอัตราส่วนของชาวออร์เวย์ที่เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นตามระดับการศึกษาที่เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มที่จะใช้บริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

1.4 อาชีพ (Occupation) อาจทำให้เกิดความจำเป็นและความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการ นักธุรกิจจะมีการซื้อการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน (สุวรรณ กาญจนเมธากุล, 2542 : 71) หรือกลุ่มที่เป็นทหารก็มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีทหารของนาโตสังกัดอยู่ พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่คนออกเดินทางท่องเที่ยวคือต้องการหลีกเลี่ยงความเครียดจากการทำงาน หรือความน่าเบื่อ (Alain Decrop, 1999) จากการศึกษาของเนาวรัตน์ พลายน้อย, 2538) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มที่มีอาชีพรับราชการ หรือเป็นพนักงานของรัฐวิสาหกิจมากที่สุด เนื่องมาจากเป็นอาชีพที่มีวันหยุด หรือต้องเดินทางไปต่างพื้นที่เพื่องานราชการ งานประชุม มากกว่าอาชีพอื่น รองลงมาคือกลุ่มลูกจ้าง ธุรกิจ ร้านค้า กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มพ่อค่านักธุรกิจ

1.5 รายได้ (Income) สำหรับการท่องเที่ยวที่รายได้ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สำหรับที่พักแล้ว นักท่องเที่ยวยังต้องเสียเงินในการซื้อของที่ระลึก ค่าอาหารและเครื่องดื่มด้วย (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 69) และการใช้จ่ายเงินเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวจะมากน้อยแค่ไหนก็ขึ้นอยู่กับรายได้ ถึงแม้บางครั้งครอบครัวจะจำกัดการเงินเป็นแบบการเดินทางที่จะไม่ใช้จ่ายมากก็ตาม รวมไปถึงความบ่อยของการเดินทางและปริมาณของค่าใช้จ่ายเพื่อการเดินทางที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ยิ่งรายได้เพิ่มขึ้นการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้น และคนที่จัดว่าร่ำรวยก็จะใช้จ่ายมากสำหรับทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยว หรือสถานที่พัก (เลิศพร ภาระสกุล, 2540 : 36) รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่สูงมากนัก ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท รองลงมาคือ กลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท (เนาวรัตน์ พลายน้อย, 2538)

1.6 สถานภาพสมรส (Status) เป็นกลุ่มที่ใช้ในการตัดสินใจ เช่น กลุ่มโสดจะง่ายต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีครอบครัว จากการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวปี 2547 (เพ็ญแข ศิริวรรณ, 2548 : 29) พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นโสด และนิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบริษัทนำเที่ยวและเดินทางมาเอง

2. อิทธิพลของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ไกล ๆ เนื่องจากเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าบริเวณนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดความสนใจก็จะไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้น นั่นแสดงให้เห็นว่าสถานที่ที่ นักท่องเที่ยวเลือกที่เดินทางไป ต้องมีสิ่งดึงดูดที่นอกเหนือจากความสวยงามแล้ว ยังต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ สะพาน ถนน สนามบิน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน หรือร้านอาหาร (วรรณ วลัยวาณิช, 2546 : 60) ประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมายไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรม ประเพณี ที่มีลักษณะเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ (ชยากรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2532 : 26) ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน น้ำตก ภูเขา ทะเล หาดทราย ฯลฯ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ได้แก่ งานประเพณี วิถีชีวิต สินค้าพื้นเมือง ฯลฯ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529)

การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวสักแห่ง นอกจากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวองค์ประกอบขั้นพื้นฐาน (ถนน รถไฟ การคมนาคม) และสิ่งอำนวยความสะดวก (โรงแรม ร้านอาหาร ปั้มน้ำมัน) ยังต้องมีการนำเสนอข้อมูลหรือการนำเสนอภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เพื่อเป็นการชักจูงหรือให้เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง (Cee Goossens, 2000)

จากงานวิจัยของ เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) พบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และเมื่อพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามรายการ พบว่า คนไทยนิยมที่จะไปเที่ยวในภาคเหนือมากที่สุด รองลงมาคือภาคกลาง ได้ กรุงเทพฯ และภาคตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ กาญจนา เชื้อนแก้ว (2547) ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวทางภาคเหนือ เพราะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และสุดท้ายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวประเภทสุดท้ายนี้ ได้มีผู้ทำการศึกษาโดยการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม (ฉัตรสุดา อุ้เอื้อย ,2546) พบว่า สาเหตุในการเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นเพราะโบราณสถานเวียงกุมกามมีความที่ใกล้ตัวเมืองสามารถเดินทางไปได้เองในระยะเวลาสั้นๆ เป็นการท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว และมีบริการรถรับส่ง อีกทั้งต้องการทราบถึงประวัติความเป็นมาของเมืองเวียงกุมกาม แต่ในการศึกษาของชินวัตร อรรถเวทิน (2545) พบว่าประชากรในจังหวัดเชียงใหม่เลือกเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะทะเลมากที่สุด และเป็นการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวไปเพื่อพักผ่อน

Berendien Lubbe (1998) ได้ศึกษาหัวข้อ Primary Image Construction ของ Chon พบว่านักท่องเที่ยวชาวอาหรับในซาอุดีอาระเบียมีความตระหนักในภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าและเลือกที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นภาษา วิถีชีวิต อาหาร ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พวยพที่ส่วนใหญ่เป็นชาวปากีสถาน, อินเดีย, ศรีลังกา และอินเดีย นั้นไม่คำนึงถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แต่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และมักจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากกว่า เพื่อต้องการพบเจอสิ่งแปลกใหม่ และเป็นการสร้างประสบการณ์ที่คนไม่เคยสัมผัส

2.2.2 กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว

กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะมีการตัดสินใจเป็นกระบวนการต่างๆ ขึ้นอยู่กับว่านักท่องเที่ยวคนนั้นมีความคุ้นเคยกับวิธีการเดินทางและสถานที่ที่ไปมากน้อยแค่ไหน หากเป็นผู้ที่เดินทางบ่อย มีความคุ้นเคยกับสถานที่เป็นอย่างดี กระบวนการตัดสินใจก็อาจจะลดลง ใช้เวลาในการตัดสินใจเร็วขึ้น (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 99) กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

(1) การรับรู้ความต้องการ (Problem recognition) การที่ผู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยว

ตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง เมื่อผู้ซื้อรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสถานะที่แท้จริง (Actual state) ของตน และสถานะที่ปรารถนา (Desire state) เริ่มต้นด้วยความต้องการที่จะเดินทาง ต้องการที่จะเปลี่ยนบรรยากาศจากความซ้ำซาก จำเจ หรือบรรยากาศรอบข้างที่คุ้นเคยไปยังที่แปลกใหม่ ซึ่งความต้องการที่จะเดินทางเกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ คือ จากภายในตัวผู้เดินทางเอง (Internal factors) เช่น อยากที่จะพักผ่อนจากงานที่ทำอยู่ทุกวัน ซึ่งทำให้เกิดความเบื่อหน่าย จึงอยากที่จะหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย ด้วยการไปพักผ่อนประจำปียังสถานที่ต่างๆ หรือในบางครั้งความต้องการภายใน อาจเกิดจากความอยากที่จะให้คนรอบข้าง ยกย่อง จึงเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เช่น การเดินทางรอบโลก การเดินทางเพื่อไปเล่นสกีตามสถานที่ที่มีชื่อเสียง เป็นต้น และจากสิ่งเร้าภายนอก (External factors) สิ่งเร้าต่างๆ ภายนอกที่ทำให้คนเกิดความต้องการที่จะเดินทาง (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 99) และความต้องการที่ทำให้คนอยากเดินทาง จะต้องมีความพร้อมด้านเวลา วันหยุดที่ติดต่อกัน กำลังทรัพย์ และปัจจัยด้านอื่นๆ ที่จำเป็น (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2532 : 23)

(2) การค้นหาข้อมูล (Information search) ผู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยวที่ได้รับการกระตุ้น

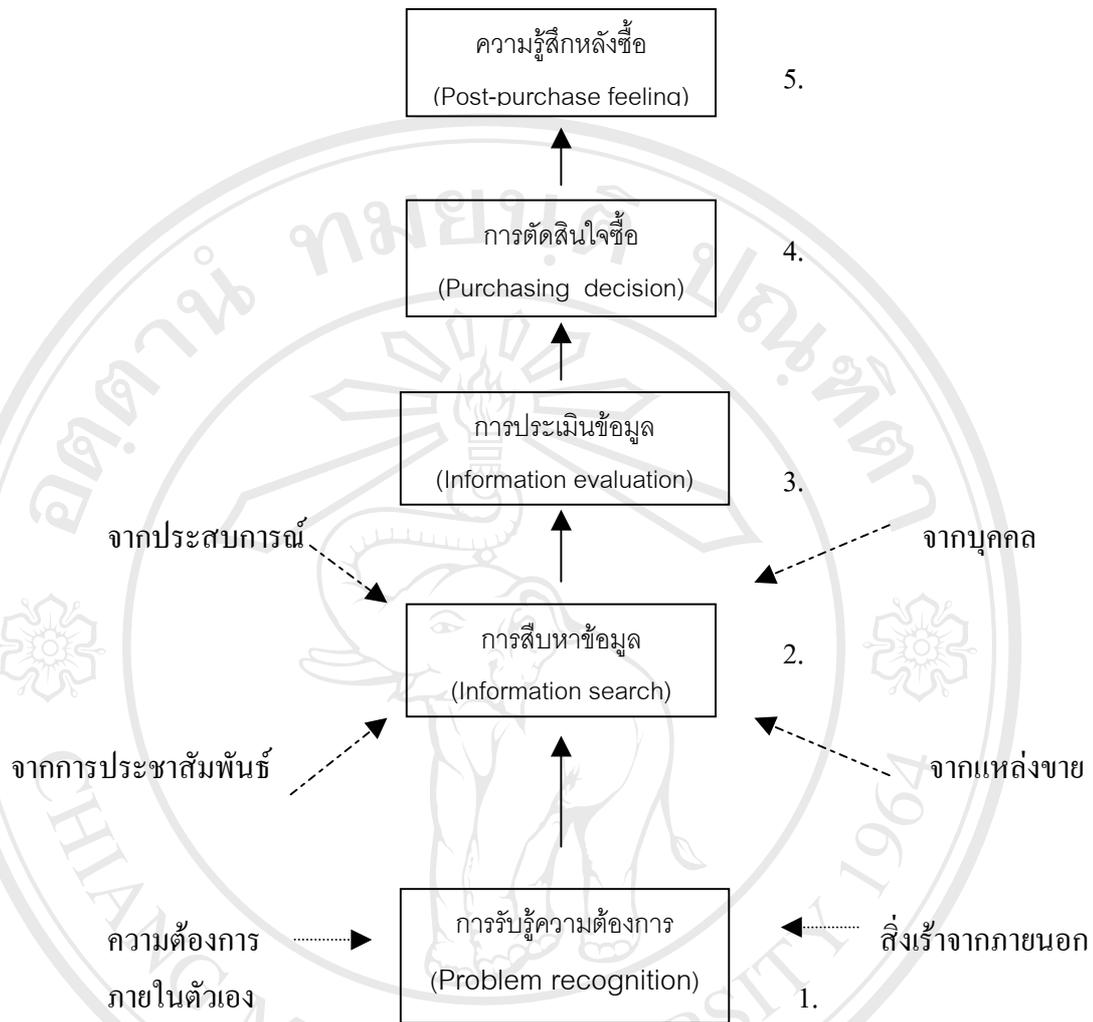
อาจจะเสาะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ก็ได้ ถ้าแรงขับของผู้ที่จะเดินทางมีมากก็มักจะซื้อทันที ในการเสาะหาข้อมูลสามารถหาได้จากหลายแหล่ง จากกลุ่มบุคคล (Personal sources) เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน ญาติ จากแหล่งขาย (Commercial sources) เช่น บริษัทนำเที่ยว จากประสบการณ์ (Experiential sources) ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวเอง และจากสื่อการประชาสัมพันธ์ (Public sources) เช่น นิตยสารการท่องเที่ยว บทความในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น (วารุณี ดันติวงศ์วานิช, 2545 : 106) แต่ข้อมูลที่มีผลโดยตรงต่อผู้ที่จะเดินทางมากที่สุด คือข้อมูลจากบุคคลต่างๆ โดยการพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการหรือเกิดการบอกแบบปากต่อปาก (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 100) ส่วนข้อมูลที่

ได้จากแหล่งสื่อประชาสัมพันธ์นั้น ผู้ที่จะเดินทางจะได้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุดแต่แหล่งบุคคลจะเป็นผู้ช่วยในการประเมินข้อมูลให้กับผู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยว

(3) **การประเมินทางเลือก (Information evaluation)** เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเสาะแสวงหาข้อมูลเพื่อหาทางเลือกและเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของราคา สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในระหว่างการเดินทาง โดยต้องคำนึงถึงสิ่งที่จะได้รับมากที่สุด (Les Lumsdom, 1997 : 46) โดยปกติในการประเมินทางเลือกของผู้ที่จะเดินทางจะใช้การพิจารณาอย่างรอบคอบและอย่างมีเหตุมีผล หรือบางทีอาจจะประเมินน้อยมากแต่เป็นการเลือกจากการรับรู้ทางจิตสำนึกหรือตามสัญชาตญาณ โดยการอาศัยคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว

(4) **การตัดสินใจซื้อ (Choice of purchase)** หลังจากการรับรู้ความต้องการหรือได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว รวมไปถึงวิธีการชำระเงิน (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2546 : 46) อีกทั้งการในการตัดสินใจซื้อยังขึ้นอยู่กับทัศนคติทั้งทางบวกและทางลบของบุคคลที่สามารถจะเปลี่ยนแปลงความตั้งใจของผู้ที่จะเดินทางได้ (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 102) รวมไปถึงสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านเวลา หรือสภาวะทางการเงินของผู้ที่จะเดินทาง ถ้าเกิดมีปัญหาแบบกะทันหัน เช่นการตกงาน ก็เป็นสาเหตุที่จะทำให้ยกเลิกการเดินทางได้ (Les Lumsdom, 1997 : 46)

(5) **ความรู้สึกหลังการซื้อ (Post-purchase feeling)** เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้ไปสัมผัสหรือรับรู้ด้วยตนเอง ความรู้สึกพอใจจะมีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ส่วนความไม่พอใจอาจจะเกิดขึ้นจากสิ่งที่ได้ไปพบเห็นนั้นตรงกันข้ามกับสิ่งที่คาดหวังไว้ หรือจากสิ่งที่ผู้ขายโฆษณาไว้ เช่นน้ำทะเลที่สกปรก ชายหาดที่ไม่ขาวสะอาด ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความเสียหายต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และเป็นการยากที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวอีก ขณะเดียวกันก็จะมีกรบอกต่อให้บุคคลที่ใกล้ชิดได้รับรู้ข้อมูลที่ตนได้ไปประสบมา (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 103)



แผนภูมิ 2.2 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

ที่มา : ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 103

ในการจะตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เลือกสถานที่พักโรงแรมหรือเลือกวิธีการเดินทาง นั้น ต้องผ่านกระบวนการในการตัดสินใจต่างๆตามขั้นตอน ก่อนที่จะได้การตัดสินใจในขั้นสุดท้าย ซึ่งการตัดสินใจจะใช้เวลามากหรือน้อยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว บางครั้ง ประสบการณ์ในอดีตก็มีส่วนช่วยที่จะใช้ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวให้ง่ายและเร็วขึ้น

All rights reserved