

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทของคนไทย ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
 - 1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
 - 1.4 ความรู้เกี่ยวกับจังหวัดชัยนาทและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท
2. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ
 - 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว
 - 3.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว
 - 3.2 แหล่งท่องเที่ยว
 - 3.3 การคมนาคม
 - 3.4 ความปลอดภัย
 - 3.5 ที่พัก
 - 3.6 ข้อมูลข่าวสาร
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1. ความหมายของการท่องเที่ยว

ยุพดี เสดตพรรณ (2544, หน้า 287) กล่าวว่า การท่องเที่ยวตามความหมายขององค์การสหประชาชาติหมายถึง การเดินทางเพื่อการบันเทิง รื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร

ยศพล ณ นคร (2543, หน้า 9) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่ห่างไกล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน การศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับ

สิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบอื่น ของสถานที่ที่เดินทางไปหรือหาประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวันในภูมิสำเนาของตนเองและจำเป็นที่จะต้องพักค้างแรมในสถานที่เหล่านั้น

เจริญญา เจริญสุกใส, และสุวัณณ์ จุฑาภรณ์ (2544, หน้า 71) กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมโดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

ธีระวิทย์ พรายแย้ม (2545, หน้า 18) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่พักชั่วคราวเพื่อการพักผ่อน หรือทำกิจกรรมอื่นๆ

สมนา วงศ์คำภา (2545, หน้า 9) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมลักษณะหนึ่งในรูปแบบของนันทนาการหรือการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเกี่ยวกับการเดินทางจากสถานที่แห่งหนึ่ง ซึ่งส่วนมากเป็นบ้านของตนเองไปอีกสถานที่แห่งหนึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว

วรรณ วรชวานิช (2546, หน้า 17-18) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเดินทางไปสถานที่ต่างๆ และตลอดระยะเวลาได้มีกิจกรรมต่างๆเกิดขึ้น เช่น การไปเที่ยวชมสถานที่ที่สวยงามหรือทัศนียภาพแปลกๆหรือเดินซื้อสิ่งของต่างๆ

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ (2546, หน้า 10) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อหาความสนุกสนาน เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการศาสนา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดถึงการเยี่ยมเยียนญาติมิตร โดยที่ไม่มีรายได้เกิดขึ้นจากการเดินทางในครั้งนั้น

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2551, หน้า 4) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจและเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือ 1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ที่ต่าง ๆ อาจพักค้างคืนหรือไม่ค้างคืนก็ได้ เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมโดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ หรือหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และไม่ได้เป็นการหารายได้หรือการประกอบอาชีพ

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยว

กัลยา สมมาตย์ (2541, หน้า 23-24) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง และถือว่ามีสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรมและการเมือง ดังนี้

1. มาตรฐานการครองชีพดีขึ้นก่อให้เกิดการกระจายรายได้และเป็นโอกาสการกระจายการจ้างงานไปสู่คนในท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งทางตรงได้แก่ การจ้างบุคลากรในโรงแรมที่พัก การขนส่ง การบริการนำเที่ยว การให้บริการเช่าสินค้าและบริการอื่นๆ ส่วนทางอ้อมได้แก่ คนส่งหนังสือพิมพ์ในโรงแรม เกษตรกรผู้ผลิตอาหาร พนักงานธนาคาร เป็นต้น ซึ่งบุคคลเหล่านี้เมื่อมีรายได้ย่อมมีการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการที่จำเป็นเพื่อการดำรงชีวิต

2. ความสะดวกสบายจากการบริการสาธารณูปโภคที่รัฐจัดทำขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นคนในท้องถิ่นย่อมได้รับผลประโยชน์จากกิจการน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์และอื่นๆ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกนี้ย่อมส่งผลถึงสภาพความเป็นอยู่ที่สะดวกสบายในท้องถิ่นได้ทั้งสิ้น

3. การเดินทางท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดสันติภาพแห่งมวลมนุษยชาติเพราะเมื่อมีการเดินทางไปท่องเที่ยวยังท้องถิ่นต่างๆ จะมีโอกาสสังสรรค์ทำกิจกรรมร่วมกันได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ทักษะและมีโอกาสใช้ชีวิตความเป็นอยู่ขนบธรรมเนียมประเพณีร่วมกัน โดยต่างฝ่ายต่างมีโอกาสถ่ายทอดและรับรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

4. การท่องเที่ยวชี้ให้เห็นความสำคัญของทรัพยากร นันทนาการ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่นของคนท้องถิ่นทำให้เกิดความต้องการที่จะอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเอาไว้

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษาช่วยให้คนมีโลกทัศน์กว้างมีความรู้และประสบการณ์ที่มีประโยชน์สามารถปรับมาใช้กับวิถีชีวิตในสังคมได้

6. การท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการเข้าไปแออัดในชุมชนเมืองหลวง เพราะการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นประกอบรายได้ย่อยหรือทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน เมื่อมีงานทำย่อมไม่อพยพเข้าไปในเมืองหลวงอันก่อให้เกิดปัญหาสังคมมากขึ้นด้วย

7. เป็นการใช้ทรัพยากรที่ไร้ค่าให้เกิดประโยชน์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะช่วยให้เกิดการคิดค้นเอาทรัพยากรส่วนเกินหรือไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นของใช้ ของที่ระลึกในรูปของสินค้าพื้นเมือง ก่อให้เกิดรายได้และการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์และเพิ่มมูลค่า

8. เกิดทัศนคติที่ดี ความประทับใจในการท่องเที่ยวจะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ เมื่อมีโอกาสและช่องทางที่จะช่วยเหลือก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ตัดสินใจในด้านที่เป็นคุณได้

9. การท่องเที่ยวจะช่วยป้องกันการแทรกซึมของฝ่ายตรงข้าม เพราะเมื่อคนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและมีคนพลุกพล่านจะทำให้ผู้ก่อการร้ายไม่มีโอกาสโจมตีรัฐบาลได้

10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรการส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางไปเที่ยวที่ใด

ก็ตามก็จะมั่นใจว่ามีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไป แหล่งนั้นจะมีความปลอดภัยเพียงพอ

ทัศนวรรณ วิบุตขมานนท์ (2545, หน้า 27) กล่าวว่า ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ถือว่าเป็นผู้บริโภคสินค้าการท่องเที่ยว การที่ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมและลักษณะในการท่องเที่ยวอย่างไรมีปัจจัยใดบ้างที่เป็นตัวกำหนดการเดินทางท่องเที่ยว และจากการที่มนุษย์เป็นเจ้าของเวลาจึงสามารถเลือกได้ว่าจะใช้เวลาใดในการทำงานหรือการพักผ่อน เพื่อให้ได้ความพอใจสูงสุด ซึ่งความพอใจของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน บางคนได้รับความพอใจจากการทำงาน แต่บางคนได้รับความพอใจจากการพักผ่อนมากกว่า

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ (2546, หน้า 31) กล่าวถึง ความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมากและมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศเกินดุลอีกด้วย

1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทบทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น

1.3 การท่องเที่ยวเป็นช่องทางยกระดับมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้น เพราะใช้แต่ในด้านการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเท่านั้น ยังทำให้บทบาทของเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยของการมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วยและทำให้อาชีพใหม่ๆ เกิดขึ้นซึ่งการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกเพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศและช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนงเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน ความคลายตึงเครียด พร้อมๆ กับการได้รับความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป

1.4 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคเมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมินาณนั้นๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายๆ รูปแบบทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างกว้างขวางเป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

1.5 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูงในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าที่ระลึกตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น

1.6 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ทุกเวลาแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

1.7 การท่องเที่ยวจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิต เป็นวงจรหมุนเวียนรายได้ภายในประเทศทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดว่าเป็นแหล่งจ้างงานที่ใหญ่ที่สุด เนื่องจากเกี่ยวข้องกับสัมพันธกันหลาย ๆ อาชีพ เช่น อาชีพเกี่ยวกับการขนส่งอาชีพให้บริการด้านที่พัก อาชีพจัดบริการสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยว อาชีพผลิตของที่ระลึกและอาชีพเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลทางการท่องเที่ยว เป็นต้น เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2.2 การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอุปกรณ์ทางการศึกษาและเป็นการส่งเสริมสุขภาพจิต

2.3 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่นทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำจึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

2.4 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรักแผ่นดินที่อยู่อาศัย

2.5 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบทช่วยขจัดปัญหาการหลังไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

2.6 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปแบบของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือนเป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

3. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

3.1 การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกรถึงความมั่นคงปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

3.2 การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะรู้จักทำความเข้าใจกันการเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก กันเคย รัปัญหา พึ่งพาอาศัยกัน

เป็นการสร้างความรักความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติและการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเสริมสร้างความเข้าใจอันดีนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธไมตรีและความสงบสันติสุขในโลก การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศในทุกๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นต่อบุคคล เศรษฐกิจ การเมืองและประเทศ

ศรัณยู วรากุลวิทย์ (2547, หน้า 9-13) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อมวลมนุษยและสังคมโลก ดังนี้

1. ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่โดยอ้อมสนับสนุนให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้จากการซื้อขายบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมทำให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสการเงินไปทุกระดับของสังคมอย่างทั่วถึงจึงกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่สำคัญของประเทศ

2. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศซึ่งทำให้เกิดการเพิ่มปริมาณของกระแสการเงินเข้ามาหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจและทำให้เกิดการกระจายรายได้เพิ่มขึ้นทำให้ท้องถิ่นได้รับการพัฒนาในด้านต่างๆ ก่อให้เกิดการเจริญเติบโตเป็นสังคมเมือง เช่น การสร้างโรงแรม การสร้างสนามบิน เป็นต้น

3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภูมิภาคและท้องถิ่นใดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทำให้มีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา ท่าเรือและโทรศัพท์ โครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวนอกจากอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวแล้วยังทำให้ประชากรในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ได้รับความสะดวกการดำรงชีวิต

4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมในประเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมเหล่านั้นต้องมีปริมาณเพียงพอในการรับรองนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายระหว่างการท่องเที่ยว เช่น สถานที่พักแรม การขนส่ง การเกษตร การผลิตอาหารสำเร็จรูป การก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและร้านค้าประเภทต่างๆ เป็นต้น นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใดมากเท่าใด สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ต้องสร้างให้เพียงพอกับการรองรับนักท่องเที่ยวทำให้มีความเจริญเติบโตในภูมิภาคและท้องถิ่นนั้นๆ

5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรให้สูงขึ้นทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพที่หลากหลาย มีการจัดงานในสถานประกอบการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น โรงแรม ภัตตาคาร พิพิธภัณฑ์

หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ธุรกิจขนาดย่อมประเภทต่างๆ อุตสาหกรรมในครัวเรือน ฯลฯ ทำให้คุณภาพชีวิตของประชาชนดีขึ้น

6. การท่องเที่ยวบทบาทในการสร้างเสริมสันติภาพสัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดี ซึ่งองค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ถือว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ผู้คนที่แตกต่างกันในถิ่นที่อยู่อาศัย ภาษาและวัฒนธรรมได้พบปะสร้างสัมพันธไมตรีต่อกัน ทำให้เกิดความเข้าใจซึ่งกัน

7. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสนับสนุนฟื้นฟู และอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชนต่างๆ ได้ริ่พัฒนาการสืบทอดต่อเนื่องกันมานับร้อยปีจะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองและแตกต่างจากสังคมอื่นๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักศึกษาเรียนรู้สัมผัสสำหรับนักท่องเที่ยว

8. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้คิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตเป็นสินค้าที่ระลึก การนำวัสดุที่เหลือใช้หรือวัสดุที่ไม่ใช้ ทำการผลิตเป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่ายได้แก่ นักท่องเที่ยวโดยใช้เวลารว่างจากงานประจำหรือเป็นอาชีพเสริมหรือการผลิตเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัวเป็นศิลปะที่ไม่รูปแบบ ของที่ระลึกเหล่านี้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

9. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่น หรือในประเทศเกิดความรักความภูมิใจในท้องถิ่นและประเทศ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญและคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งนำประโยชน์มาสู่ตนเองและท้องถิ่นอย่างยั่งยืนทำให้เกิดแนวร่วมในการรักษาและหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวตลอดไป

10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวแก่สาธารณชน เช่น การผลิตสารคดีเรื่องราวของจังหวัดต่างๆ ทำให้สาธารณชนได้รู้จักและเกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว หรือต้องการศึกษาเพิ่มศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

11. ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการพัฒนาระบบเทคโนโลยี การสื่อสารด้วยระบบเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการจองที่พักในโรงแรม จองที่นั่งบนเครื่องบิน หาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ (2550, หน้า 29) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศ ต่อสังคม ก่อให้เกิดมิตรไมตรีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือนและมีความสำคัญต่อทางการเมือง ส่วนประเภทของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น ประเภทตามธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2551, หน้า 19) กล่าวว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไปและสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำ

เที่ยว สายการบินช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญ เนื่องจากก่อให้เกิดรายได้จากการซื้อขายบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อมทำให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสการเงินไปทุกระดับของท้องถิ่นช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรในท้องถิ่นให้สูงขึ้นเกิดการสร้างงานสร้างอาชีพที่หลากหลาย ทั้งยังช่วยในการสนับสนุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของคนในชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ ทำให้คนเกิดการสังสรรค์ทำกิจกรรมร่วมกันมีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ทัศนคติ และมีโอกาสถ่ายทอดและรับรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540, หน้า 2-8) กล่าวว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวและแบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง บุคคลที่ได้พักอาศัยอย่างถาวรในราชอาณาจักรไทย

1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

1.4 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่ไม่ได้พำนักรถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทยและเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของนักท่องเที่ยว

1.5 นักท่องเที่ยวภายในประเทศประเภทที่ค้างคืน หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักรถาวรปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

1.6 นักท่องเที่ยวภายในประเทศประเภทที่ไม่ค้างคืน หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ได้พักค้างคืนนอกที่พำนักรถาวรปัจจุบัน

2. การตลาดท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการตลาดท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนแล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นโดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ

2.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารหนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเป็นการเชิญชวน กระตุ้น แรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว

2.3 การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใด จะมีบริการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งการขนส่ง หมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนา ซึ่งการขนส่งแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) การขนส่งทางรถยนต์ 2) การขนส่งทางรถไฟ 3) การขนส่งทางเรือ และ 4) การขนส่งทางเครื่องบิน

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าการท่องเที่ยว และเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวโดยแบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

3.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง เป็นต้น

3.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถานและโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

3.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านช้าง ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้านการแข่งขันกีฬา งานเทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

4.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะประกอบด้วย 2 อย่าง คือ

4.1.1 การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าและออกประเทศของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว การต่อวีซ่า เป็นต้น

4.1.2 การให้บริการท่องเที่ยวเป็นการให้ความสะดวกในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่ การให้บริการ 5 ประเภท คือ 1) บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว 2) บริการที่พักแรม 3) บริการอาหารและบันเทิง 4) บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และ 5) บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

4.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อมเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยว แต่รัฐบาลต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ

4.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกจำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายในความเป็นอยู่และส่งผลเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวด้วยได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขาภิบาล การศึกษาและการสาธารณสุข เป็นต้น

4.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกายทรัพย์สินและการเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวด้วย การป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมและความเดือดร้อนต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้นจี้ ชิงทรัพย์ การก่อความไม่สงบและความปลอดภัยจากบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

4.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสนอหรือสนับสนุนเพิ่มความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงาม และการบริการรักษาพยาบาล เป็นต้น

สมบัติ กาญจนกิจ (2544, หน้า 87-88) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญ เพราะจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (tourism supply) แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 2) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ 3) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆ ของ

ภูมิประเทศ 4) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง และ 5) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว

2. บริการการท่องเที่ยวเป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวแต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ

3. ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ เป็นการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545, หน้า 90) กล่าวว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ทริพยากรแหล่งท่องเที่ยว 2) บริการการท่องเที่ยว และ 3) ตลาดการท่องเที่ยว

อารณี วิวัฒนาภรณ์ (2546, หน้า 15-16) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะจะช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) ลักษณะของนักท่องเที่ยว 2) การกระจายของนักท่องเที่ยว 3) กิจกรรมของนักท่องเที่ยว และ 4) ทักษะของนักท่องเที่ยว

2. สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษคือ เป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการหลายประการทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมไว้ด้วยกัน เช่น ทริพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี อสังหาริมทรัพย์และสาธารณูปโภค สินค้าเหล่านี้มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวจะต้องเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวซื้อ(ไปเที่ยว) และเกิดความประทับใจ เพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่างๆ หลากอย่าง เช่น คุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้นๆ ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เป็นต้น

3. การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและธุรกิจท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ เช่น รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก รูปแบบหรือปัญหาการจราจร เป็นต้น

4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ เป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ แก่ นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ แก่ นักท่องเที่ยวเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

5. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าเมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุดเพราะจะทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่ได้เดินทางเข้าสู่ประเทศโดยให้ความสะดวกในเรื่องต่างๆ ได้แก่ 1) ระเบียบพิธีการเข้าออกเมือง เช่น การทำวีซ่าและศุลกากร 2) การขนส่งกระเปาะของผู้โดยสาร 3) บริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยานหรือสถานีขนส่งที่พัก และ 4) การอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่งและท่าอากาศยาน

6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดีและก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจได้แก่ 1) การไฟฟ้า 2) การประปา 3) การสื่อสารโทรคมนาคม 4) ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และ 5) สถานพยาบาล

7. การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ นักท่องเที่ยว เช่น การเงินและการธนาคารระเบียบต่างๆ สถานที่ศึกษาแหล่งค้นคว้าด้านต่างๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีจิตต่อกัน

ธิดารัตน์ คีรี (2548, หน้า 11) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวมีลักษณะเหมือนกับส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจอื่นๆ โดยมีทั้งผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถเป็นมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

สมาภรณ์ คงเจริญกาย (2548, หน้า 13) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว 2) บริการการท่องเที่ยว และ 3) ตลาดการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ในการการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ประกอบไปด้วย 1) นักท่องเที่ยว 2) แหล่งท่องเที่ยว 3) การคมนาคม 4) สินค้าหรือบริการในการท่องเที่ยว และ 5) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ระหว่างท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรมที่พัก ความปลอดภัย เป็นต้น

4. ความรู้เกี่ยวกับจังหวัดชัยนาทและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท

1. ประวัติศาสตร์เมืองชัยนาท

สำนักงาน ททท.ภาคกลาง (2552, มกราคม 8) ได้ให้ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชัยนาท ดังนี้

1.1 ประวัติความเป็นมา จังหวัดเมืองชัยนาทเป็นจังหวัดที่มีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ติดต่อกันมายาวนานในหลายพื้นที่ของจังหวัดชัยนาทมีร่องรอยของแหล่งชุมชนโบราณก่อนประวัติศาสตร์ แล้วชุมชนเหล่านั้นได้พัฒนาตัวเองกระจายอยู่ตามลุ่มแม่น้ำ

เจ้าพระยา ลุ่มแม่น้ำท่าจีนและลุ่มแม่น้ำน้อย ชุมชนดังกล่าวมีความเป็นปึกแผ่นมั่นคงเจริญขึ้น และเสื่อมลงตามปัจจัยแวดล้อมต่างๆ แต่ก็ยังรักษาสืบเนื่องเอกลักษณ์ตามวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่อมาจนถึงปัจจุบัน ในพื้นที่จังหวัดชัยนาทมีมนุษย์อยู่อาศัยมาตั้งแต่สมัยโบราณ จากการขุดค้นศึกษาของกรมศิลปากร พบว่าบริเวณเขาพอง บ้านเขาพลอง ตำบลเขาท่าพระ อำเภอเมืองชัยนาท ทางด้านทิศตะวันตกของเขพลอง ซึ่งเป็นป่าละเมาะชายเขาได้พบภาชนะ และเศษภาชนะดินเผาเนื้อหยาบ เผาในอุณหภูมิต่ำ ชิ้นส่วนของกำไลหิน ลูกปัด ชิ้นส่วนอาวุธ หอกที่ทำด้วยหินและโลหะ นอกจากนี้ยังพบโครงกระดูกมนุษย์ที่ฝังไว้อีกหลายแห่ง แสดงให้เห็นว่าพื้นที่บริเวณนี้เป็นที่อยู่อาศัยเป็นที่ตั้งถิ่นฐานของชุมชนในยุคก่อนประวัติศาสตร์มาแล้ว นอกจากนี้บริเวณบ้านเขาขยาย ตำบลเขาท่าพระ บ้านโพงาม ตำบลบางหลวง บ้านอุ้มตะเกา ตำบลอุ้มตะเกา บ้านเขาแหลม บ้านหัวถนน ตำบลไร่พัฒนา อำเภอโมนหมอย บ้านหนองบัว ตำบลเทียงแท้ บ้านดงคอน ตำบลดงคอน อำเภอสรรคบุรี และอื่น ๆ อีกหลายอย่างยังพบภาชนะ เครื่องประดับ เหรียญและโบราณสถานวัตถุอีกหลายแห่งที่แสดงให้เห็นอารยธรรมสมัยทวารวดีราวพุทธศตวรรษที่ 11-16 และสมัยลพบุรี ราวพุทธศตวรรษที่ 16-18 ล้วนเป็นสิ่งแสดงให้เห็นว่า บริเวณพื้นที่แถบนี้เคยเป็นชุมชนที่พัฒนาตัวเองต่อเนื่องมาถึงสมัยสุโขทัย อยุธยาและรัตนโกสินทร์

1.2 ความเป็นมาของเมืองชัยนาทเป็นเมืองโบราณ ตัวเมืองเดิมตั้งอยู่ตรงทางแยกฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยาที่ปากน้ำเมืองสรรค์ (ปากคลองแพรกศรีราชาไปปากลำน้ำเก่า) เมืองนี้ตั้งขึ้นภายหลังเมืองพันธุดี (สุพรรณบุรี) เป็นเมืองหน้าด่านของกรุงสุโขทัยจากศิลาจารึกสมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราชมีแต่ชื่อเมืองแพรก ส่วนเมืองชัยนาทเพิ่งมาปรากฏในรัชกาลสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 เมื่อ พ.ศ.1880 ซึ่งเป็นปีที่พระยาเลอไทยสวรรคต กรุงสุโขทัยเกิดการแย่งชิงราชสมบัติทางกรุงศรีอยุธยาซึ่งสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 ได้สถาปนาให้เป็นราชธานีมีกำลังเข้มแข็งมากทรงเห็นเป็นโอกาสเหมาะจึงโปรดให้ขุนหลวงพะงั่ว ซึ่งครองเมืองสุพรรณบุรียกทัพมาตีเมืองชัยนาทซึ่งเป็นเมืองหน้าด่านของกรุงสุโขทัย เมืองชัยนาทจึงตกเป็นเมืองขึ้นของกรุงศรีอยุธยาโดยมีขุนหลวงพะงั่วเป็นผู้รักษาเมือง หลังจากพระยาสิทธิไชยครองราชย์ได้ส่งทูตมากรุงศรีอยุธยาเพื่อเจรจาขอเมืองชัยนาทคืนโดยมีสัมพันธไมตรีต่อกัน ต่างฝ่ายก็มีอิสระต่อกันทางกรุงศรีอยุธยาเพิ่งจะสถาปนาได้ไม่นานเกรงจะเกิดศึกกระหนาบสองด้าน (ลพบุรีเข้าร่วมรบกับกรุงสุโขทัย) จึงยอมคืนเมืองชัยนาทให้แก่กรุงสุโขทัยโดยดี

หลังจากสมเด็จพระรามาธิบดีเสด็จสวรรคตในปี พ.ศ.1912 ขุนพะงั่ว ขึ้นครองราชย์ได้ยกทัพไปโจมตีกรุงสุโขทัยอีกในปี พ.ศ.1914 แต่ไม่มีฝ่ายใดชนะ ระหว่างนั้นเข้าใจว่าเมืองชัยนาทคงจะกลับเป็นเมืองขึ้นของกรุงศรีอยุธยาอีกเพราะนอกจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์พอสรุปได้ว่า เมืองชัยนาทมีฐานะเป็นเมืองลูกหลวงในรัชสมัยสมเด็จพระนครินราธิราชโปรดฯให้ไธสงค์ไหญ่ทรงพระนามว่า เจ้าอ้ายพระยาไธสงค์ที่สองไปครอง

เมืองแพทหรือดริยตริงส์ (อำเภอสุวรรณบุรีในปัจจุบันนี้) เจ้าสามพระยาโอรสองค์ที่สามไปครองเมืองชัยนาท ต่อมาเมื่อสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเสด็จสวรรคต เจ้าอ้ายพระยาและเจ้ายี่พระยากระทำการกบฏหักท้าวเพื่อแย่งชิงราชสมบัติสืบพระชนม์ทั้งสองพระองค์ เจ้าสามพระยาซึ่งขณะนั้นครองเมืองฝ่ายชัยนาทอยู่จึงได้ขึ้นเสวยราชย์ทรงพระนามว่า สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 ถึงรัชกาลสมเด็จพระมหาจักรพรรดิครองกรุงศรีอยุธยาได้เสด็จไปทำราชพิธีมัยยมกรรมที่ตำบลชัยนาทบุรี แล้วตั้งเมืองขึ้นใหม่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาตรงข้ามกับตัวเมืองเดิม

ในสมัยกรุงธนบุรี พ.ศ.2319 ยังมีทัพพม่าตั้งค่ายสะสมเสบียงอาหารอยู่ที่นครสวรรค์ สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี ได้ยกทัพขึ้นมาไล่เสด็จมาถึงเมืองชัยนาท เมื่อวันเสาร์ เดือน 9 ขึ้น 12 ค่ำ (วันที่ 28 กรกฎาคม 2319) ซึ่งได้ความว่าพม่าทั้งค่ายที่เมืองนครสวรรค์หนีลงมาทางเมืองอุทัยธานี กองทัพไทยไปทันพม่าที่เดิมบางนางบวชแขวงสุพรรณบุรีต่อกับเมืองสวรรค์ได้รบพุ่งกัน พม่าสู้ไม่ได้ก็แตกหนีไปทางด่านพระเจดีย์สามองค์ ด้วยเหตุนี้ทางจังหวัดชัยนาทจึงถือว่าวันที่ 28 กรกฎาคมเป็นวันสถาปนาจังหวัด ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้ทรงตั้งกองทหารราบที่ 16 ขึ้นที่เมืองชัยนาท เดิมศาลากลางจังหวัดตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านกล้วย ต่อมาเมื่อกองทหารราบที่ 16 ได้ย้ายไปที่นครสวรรค์จึงได้ย้ายศาลากลางไปตั้งในบริเวณที่เป็นกองทหารราบที่ 16 ซึ่งตั้งเป็นศาลากลางในปัจจุบัน

1.3 สภาพทั่วไป จังหวัดชัยนาทตั้งอยู่ในเขตที่ราบลุ่มภาคกลางตอนบนมีแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีนและแม่น้ำน้อยไหลผ่าน นอกจากนั้นยังคลองชลประทานขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ หลายสาย ส่งผลต่อความอุดมสมบูรณ์ทางด้านเกษตรกรรมอย่างมากและยังมีภูเขาเล็กๆ กระจายทั่วไปตามพื้นที่ต่างๆของจังหวัดอีกด้วย

1.4 ที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางตอนบน ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ลพบุรี สระบุรีและชัยนาท ตั้งอยู่บริเวณริมฝั่งซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยาและเป็นตอนเหนือสุดของภาคกลางสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 16.854 เมตร ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 195 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดต่างๆ ดังนี้

- 1) ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดอุทัยธานี
- 2) ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดสุพรรณบุรี
- 3) ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดสิงห์บุรี
- 4) ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดอุทัยธานี

1.5 ขนาดพื้นที่จังหวัดชัยนาทมีพื้นที่ประมาณ 2,469.746 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,543,591 ไร่ หรือเท่ากับร้อยละ 15.5 ของพื้นที่ในภาคกลางตอนบน

1.6 ลักษณะภูมิประเทศ จังหวัดชัยนาทมีลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นพื้นที่ราบลุ่มมีพื้นที่ประมาณ ร้อยละ 99.06 ของพื้นที่ทั้งหมดได้แก่ พื้นที่ตอนกลาง ตอนใต้และ

ตะวันออกของจังหวัด มีลักษณะเป็นที่ราบจนถึงพื้นที่ลูกคลื่นลอนลาดมีแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำน้อยไหลผ่านพื้นที่ต่างๆ ทั่วทุกอำเภอ เช่น แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านอำเภอมโนรมย์ วัดสิงห์ เมืองชัยนาทและสรรพยา ความยาวทั้งสิ้น 74 กิโลเมตร แม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำมะขามเฒ่าไหลผ่านอำเภอวัดสิงห์และหันคา ความยาวทั้งสิ้น 40 กิโลเมตร แม่น้ำน้อยไหลผ่านอำเภอเมืองชัยนาทและอำเภอสรรคบุรี ความยาว 30 กิโลเมตร คลองชลประทาน ซึ่งมีหลายสาย ได้แก่คลองอนุศาสนันท์ คลองมหाराช คลองพลเทพ นอกจากนี้ยังมีบึงและหนองธรรมชาติกระจายอยู่ทั่วไปรวมทั้งสิ้นประมาณ 152 แห่ง คิดเป็นพื้นที่ประมาณ 13,066 ไร่ มีบึงสำคัญที่ได้พัฒนาให้เป็นแหล่งน้ำที่เป็นประโยชน์ในการเพาะพันธุ์ปลา ได้แก่ บึงฉวาก บึงสะพานบัว บึงประจักษ์ บึงสะพานใหญ่ เป็นต้น ส่วนห้วยหรือลำคลองธรรมชาตินั้นมิอยู่กระจัดกระจาย ซึ่งเป็นแหล่งน้ำสำคัญสำหรับเกษตรกรรมตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป ซึ่งนอกจากลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบแล้วยังมีเนินเขาเล็กๆขนาดกว้างประมาณ 1-3 กิโลเมตร กระจายอยู่ทั่วไปที่สำคัญได้แก่ เขาธรรมามูล ซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญของจังหวัด เขาพลอง เขาขยาย เขาท่าพระ เขากระดี่ เขารัก เขาดิน เขาหลัก เขาไก่ห้อย เขาสารพัดดี เขาราวเทียน เขาสรรพยา เขาแก้ว เขาพนมเกิน และเขาน้อย เป็นต้น

1.7 การปกครองจังหวัดชัยนาทแบ่งเขตการปกครองภูมิภาคและท้องถิ่น ดังนี้

1.7.1 เขตการปกครองภูมิภาคแบ่งเป็น 8 อำเภอได้แก่ 1) อำเภอเมืองชัยนาท 2) อำเภอมโนรมย์ 3) อำเภอวัดสิงห์ 4) อำเภอสรรพยา 5) อำเภอสรรคบุรี 6) อำเภอหันคา 7) อำเภอหนองมะโมง และ 8) อำเภอเนินขาม

1.7.2 เขตการปกครองส่วนท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 เทศบาลเมือง 8 เทศบาลตำบล 50 องค์การบริหารส่วนตำบล

1.8 การเดินทางสู่จังหวัดชัยนาท นักท่องเที่ยวหรือประชาชนที่ต้องการเดินทางไปจังหวัดชัยนาทสามารถเดินทางโดยรถยนต์ ดังนี้

1.8.1 เส้นทางที่ 1 เส้นทางหลวงหมายเลข 1 ประมาณหลักกิโลเมตรที่ 50 เลี้ยวเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 32 ผ่านอ่างทอง สิงห์บุรี ประมาณกิโลเมตรที่ 190 มีทางแยกซ้ายเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 1 ไปชัยนาทอีก 10 กิโลเมตร

1.8.2 เส้นทางที่ 2 เส้นทางหลวงหมายเลข 340 ผ่านจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยาและสุพรรณบุรีเข้าสู่จังหวัดชัยนาทรวมระยะทาง 197 กิโลเมตร

1.9 รถโดยสารประจำทาง การเดินทางมาจังหวัดชัยนาทสามารถเดินทางจากกรุงเทพฯ ได้ดังนี้

1.9.1 มีรถโดยสารประจำทางปรับอากาศออกจากสถานีเดินรถปรับอากาศสายเหนือ (โทร.0 2279 4484-7) และรถโดยสารธรรมดาออกจากสถานีขนส่งสายเหนือ สอบถามรายละเอียดได้ที่ โทรฯ 0 2271 0101-5 ตั้งแต่เวลา 05.10-17.30 น.หรือติดต่อได้ที่ บริษัทขนส่ง โทร. 0 2537 8055 บริษัทขี้นาทัวร์ กรุงเทพฯ (โทร.0 2936 3608 ขี้นาท 0 5641 226)

1.9.2 รถไฟ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาจังหวัดขี้นาทโดยรถไฟได้ดังนี้ คือ จากสถานีรถไฟหัวลำโพงโดยสารรถไฟไปลงที่สถานีบ้านคาคีระยะทาง 193 กิโลเมตร แล้วต่อรถโดยสารที่อำเภอคาคี จังหวัดนครสวรรค์ไปยังจังหวัดขี้นาท ระยะทาง 25 กิโลเมตร รวมระยะทาง 218 กิโลเมตร

2. แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดขี้นาท

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงาน ททท.ภาคกลาง เขต 7 ลพบุรี, (2552, มกราคม 8) ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดขี้นาท ดังนี้

2.1 ศาลหลักเมืองขี้นาท ตั้งอยู่บริเวณเขื่อนเรียงหินกันน้ำเขาระิมแม่น้ำเจ้าพระยา หน้าศาลากลางจังหวัดขี้นาท

2.2 เขื่อนเรียงหินกันน้ำเขาระิมหน้าศาลากลางจังหวัด เป็นเขื่อนกันน้ำเขาระิมทางจังหวัดขี้นาท โดยเทศบาลเมืองขี้นาทเป็นผู้ดำเนินการสร้างให้เสร็จขึ้น เพื่อป้องกันการเขาระิมของน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณหน้าศาลากลางจังหวัด และเพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวขี้นาทและนักท่องเที่ยวทั่วไป

2.3 วัดพระบรมธาตุวรวิหาร เดิมเรียกว่าวัดหัวเมืองเป็นพระอารามหลวงชั้นโทชนิดวรวิหารตั้งอยู่ที่หมู่ 6 ตำบลขี้นาท อำเภอเมืองขี้นาทริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ห่างจากตัวเมืองขี้นาทประมาณ 4 กิโลเมตร บริเวณแถบนี้เคยเป็นที่ตั้งของเมืองขี้นาทมาก่อนสร้างตั้งแต่สมัยขอมเรืองอำนาจอยู่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา วัดพระบรมธาตุวรวิหารนี้เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์สำหรับประกอบพิธีพุทธาภิเษกของพระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ สิ่งสำคัญในวัดพระบรมธาตุ คือ 1) เจดีย์พระบรมธาตุ 2) วิหาร ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของวัด 3) พระอุโบสถอยู่ทางด้านใต้ติดกับพระวิหาร และ 4) แผ่นศิลาจารึก สมัยพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระ

2.4 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติขี้นาทมุนีตั้งอยู่ในบริเวณวัดพระบรมธาตุวรวิหาร เป็นอาคารทรงไทยประยุกต์ 2 ชั้น

2.5 วัดธรรมามูลวรวิหารเป็นวัดเก่าแก่มาแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา สิ่งสำคัญภายในวัด ประกอบด้วยพระอุโบสถและพระวิหารเป็นสถาปัตยกรรมสมัยอยุธยา เสมาทรายแดงเป็นเสมาคู่สลักด้วยหินทรายแดงมีลายกนก

2.6 สวนนกชัยนาทเป็นสวนนกขนาดใหญ่ ซึ่งสร้างขึ้นโดยความเห็นชอบของสมาชิกสภาจังหวัดชัยนาท ณ บริเวณเขาพลอง หมู่ 4 ตำบลเขาท่าพระ อำเภอเมืองชัยนาท สวนนกชัยนาทมีกรงนกขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็กอีกมากกว่า 50 กรง ภายในสวนนกจังหวัดชัยนาทยังมีพิพิธภัณฑ์ปลาและมีสวนงู นอกจากนี้ยังมีสวนกระต่าย บ้านจำหน่ายของที่ระลึก จักรยานน้ำ รถไฟเล็ก และที่สำคัญยังมีห้องฟ้าจำลอง และตู้ปลาใหญ่ เป็นต้น

2.7 เขาสรรพยา เป็นภูเขาลูกโดดตั้งเด่นอยู่กลางทุ่งนาเป็นที่ตั้งของวัดเขาสรรพยาบูรณาราม ตั้งอยู่ในเขตหมู่ 1 ตำบลสรรพยา บนเขามีพระอุโบสถ เจดีย์และศาลาการเปรียญอันเป็นโบราณสถานเก่าแก่ชำรุดทรุดโทรมและยังมีถ้ำหลายแห่ง

2.8 วัดพระแก้ว ตั้งอยู่ที่ หมู่ 10 บ้านบางน้ำพระ ตำบลแพรกศรีราชา อยู่ห่างจากตัวอำเภอมาศิดได้ประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นวัดที่สร้างสมัยเดียวกับวัดมหาธาตุ สถาปัตยกรรม และประติมากรรมที่สำคัญภายในวัด ได้แก่

2.8.1 เจดีย์ ลักษณะเป็นเจดีย์แบบละโว้ทรงสูงผสมกับเจดีย์ทราวดี ตอนปลาย สร้างแบบสอปูนเป็นเจดีย์ฐานสี่เหลี่ยม ตั้งอยู่บนฐานไพที ฐานเขียงและฐานเรือชาตุแบบลตท้องไม้ มีพระพุทธรูปปูนปั้นแบบนูนสูงประดับทั้งสี่ด้าน

2.8.2 หลวงพ่อฉาย เป็นพระพุทธรูปศิลาแลงสีแดงอยู่ในวิหารด้านหน้าเจดีย์สี่เหลี่ยม สันนิษฐานว่ามีอายุประมาณ 800 ปี

2.8.3 หลวงพ่อลอย เป็นพระพุทธรูปปูนปั้น หน้าตักกว้าง 2 เมตร

2.8.4 บึงละหานใหญ่ ตั้งอยู่ตำบลแพรกศรีราชา อำเภอสรรคบุรีและตำบลวังไก่อื่น อำเภอหันคา ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 31 กิโลเมตร เป็นแหล่งเพาะพันธ์ปลา สัตว์น้ำนานาชนิด ในฤดูแล้งบึงละหานใหญ่ไม่เคยแห้ง มีความอุดมสมบูรณ์มาแต่ในอดีต ปัจจุบันทางจังหวัดชัยนาทได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน

2.9 สวนลิง วัดธรรมิกาวาสเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจอีกแห่งหนึ่งของอำเภอสรรคบุรี อยู่ในบริเวณวัดธรรมิกาวาส วัดตั้งคาบ หมู่ที่ 5 ตำบลโพงาม สภาพเป็นป่าดงยางสูงสลับซับซ้อนมีฝูงลิงอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

2.10 วัดปากคลองมะขามเฒ่า ตั้งอยู่บริเวณปากคลองมะขามเฒ่า บรรจบกับแม่น้ำเจ้าพระยา หมู่ 1 ตำบลมะขามเฒ่า อำเภอวัดสิงห์

2.11 เขื่อนเจ้าพระยา เป็นเขื่อนขนาดใหญ่ มีประตูเขื่อนถึง 16 ช่อง ตั้งอยู่ที่ตำบลบางหลวง อำเภอสรรพยา

3. วัฒนธรรมและเทศกาลงานประเพณี

3.1 งานมหกรรมหุ่นฟางนกและงานกาชาด จะจัดในช่วงเดือน 3 ซึ่งตรงกับเทศกาลตรุษจีน

3.2 พิธีบวงสรวงอนุสาวรีย์วีรชนแห่งลุ่มแม่น้ำน้อย(ขุนสรรค์) ในวันที่ 19 มกราคมของทุกปี

3.3 พิธีบวงสรวงศาลหลักเมือง วันแรม 1 ค่ำ เดือนอ้ายของทุกปี

3.4 งานนมัสการพระพุทธบาทจำลอง วัดเขาท่าพระ จัดนมัสการเป็นประจำทุกปี ณ วัดเขาท่าพระ อำเภอเมืองชัยนาท ในวันเพ็ญเดือน 3

3.5 งานนมัสการหลวงพ่อดุสิต วัดพิชัยนาวาส จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ 2 ครั้ง ในวันเพ็ญเดือน 3 และวันเพ็ญเดือน 12 ที่วัดพิชัยนาวาส หรือวัดบ้านเขียน อำเภอหันคา

3.6 งานนมัสการหลวงพ่อดุสิต วัดธรรมามูลวรวิหาร เป็นงานประเพณี จัดขึ้น ปีละ 2 ครั้ง ในวันขึ้น 8 ค่ำ เดือน 6 และแรม 8 ค่ำ เดือน 11 ณ วัดธรรมามูลวรวิหาร อำเภอเมืองชัยนาท

3.7 งานนมัสการพระบรมสารีริกธาตุ วัดพระบรมธาตุวรวิหาร จัดขึ้นในวันเพ็ญเดือน 6 ณ วัดพระบรมธาตุวรวิหาร พระอารามหลวงชั้นโท

3.8 งานนมัสการหลวงพ่อบุญ หรือหลวงพ่อดุสิต วัดมหาธาตุอำเภอสรรคบุรีจัดขึ้นในวันเพ็ญเดือน 12

3.9 งานวันส้มโอชัยนาท ส้มโอขาวแตงกวาเป็นพันธุ์ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดชัยนาท ปลูกมากที่ ต.ทุ่งสำเนา อำเภอมโนรมย์ ซึ่งงานวันส้มโอชัยนาทจัดขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมผลผลิตทางการเกษตร

4. สินค้าพื้นเมืองโอท็อป (OTOP) จังหวัดชัยนาท

4.1 ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ที่นิยมได้แก่ กระบุง ตะกร้า กระจาด พัดไม้ไผ่ กระเป่า แหล่งที่ผลิตอยู่ในเขตตำบลท่าฉนวน ตำบลหาดมะตูม ตำบลวัดโคก ตำบลศิลาदान อำเภอมโนรมย์

4.2 ส้มโอมนรมย์ ส้มโอพันธุ์ที่นิยมปลูกของจังหวัดชัยนาทได้แก่ พันธุ์ขาวแตงกวามีรสหวานกรอบ ผลใหญ่สามารถหาซื้อได้ทั่วไปและมีการจัดงานวันส้มโอชัยนาท ประมาณเดือนสิงหาคมทุกปี

4.3 ผลิตภัณฑ์เสื่อกก แหล่งผลิตอยู่ที่ ตำบลท่าฉนวน อำเภอมโนรมย์ เป็นผลิตภัณฑ์จากต้นกกนำมาทอเป็นเสื่อพับทำกระเป๋าถือ หมวก ที่ใส่ดินสอ ที่ใส่ซองจดหมาย กล่องใส่กระดาษทิชชูและกล่องใส่เครื่องประดับมีลวดลายประณีตสวยงาม

4.4 ผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการนำผักตบซึ่งเป็นวัชพืชที่มีอยู่โดยทั่วไปมาดัดเป็นเครื่องใช้ที่น่าสนใจมีหลายประเภท เช่น เป้ญวน

4.5 ไม้กวาดดอกหญ้า เป็นผลิตภัณฑ์ไม้กวาดที่ผลิตจากดอกหญ้าพื้นบ้านชนิดหนึ่ง มีความทนทาน คุณภาพดีและราคาถูก แหล่งผลิตที่สำคัญคือท้องที่ตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง

- 4.6 ที่นวดตักคะนง เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทที่นอน ซึ่งใช้คุณสมบัติรูปแบบทันสมัยเป็นฝีมือชาวบ้านตักคะนง ตำบลธรรมามูล อำเภอเมืองชัยนาท
- 4.7 ไม้ก้านรูป ก้านรูปทำมาจากไม้ไผ่ที่นิยมกันมากคือไม้ไผ่สีสุก
- 4.8 ไม้จิ้มฟันหาดท่าเสา เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยแสงแดดและคู่อบไฟฟ้า บรรจุกล่องกระดาษอย่างดีและถุงพลาสติก
- 4.9 ผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบลายครามและเครื่องเบญจรงค์ มีการผลิตที่หมู่ 1 ตำบลชัยนาทและหมู่ 5 ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท
- 4.10 ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ระดับมุก ผลิตภัณฑ์หมู่ที่ 7 บ้านวงศ์พัฒนา ตำบลหาดท่าเสา อำเภอเมืองชัยนาท
- 4.11 ผ้าทอพื้นเมืองเนินขาม เป็นผ้าทอที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น
- 4.12 ผ้าทอฤดูจอก ผ้าทอบ้านฤดูจอก กิ่งอำเภอหนองมะโมง เป็นผ้าทอที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ
- 4.13 เครื่องปั้นดินเผา มีลักษณะเด่นตรงที่มีเนื้อดินแน่นละเอียดเป็นมันด้วยการผ่านกรรมวิธีพิเศษในกระบวนการผลิต อีกทั้งเคลือบภายในตลอดชิ้นเพื่อเพิ่มความทนทาน
- 4.14 น้ำตาลหัวยกรด เป็นน้ำตาลปึกที่ผลิตจากน้ำตาลโตนด
- 4.15 ข้าวซ้อมมือ เป็นข้าวที่ได้จากการใช้เครื่องสีข้าวแบบโบราณจึงให้คุณค่าทางโภชนาการสูงผลิตโดยกลุ่มแม่บ้านหัวตะพาน สามารถหาซื้อได้ที่วัดหัวตะพาน ตำบลแพรกศรีราชา

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว

ในการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทของคนไทย เพื่อให้สามารถที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว อาจมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัยวิจัยจึงขอเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

สุปัญญา ไชยชาญ (2542, หน้า 17) กล่าวว่า พฤติกรรมหมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดและความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

ปริญญ์ ลักษิตานนท์ (2544, หน้า 39) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

ยุทธนา ธรรมเจริญ (2544, หน้า 188) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการตัดสินใจของบุคคลที่จะประเมินผลและให้ได้ว่าซึ่งการใช้สินค้าและบริการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล, และคนอื่นๆ (2545, หน้า 6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลกระทำเมื่อได้รับการบริโภคหรือสินค้าบริการ รวมถึงการจัดสินค้าหรือบริการหลังการบริโภค

คณินันต์ เมฆดี (2550, หน้า 23) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจในการให้ได้ว่าซึ่งการบริโภคและการจับจ่ายซึ่งสินค้าและบริการโดยขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

อดุลย์ จาตุรงค์กุล, และศลยา จาตุรงค์กุล (2550, หน้า 6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการมาเพื่อบริโภค ตลอดจนรวมไปถึงการบริโภคด้วย

อิงเกิ้ล, แบลคเวล, และไมเนียด (Engle, Blackwell, & Miniard, 1993, p. 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเพื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้ได้ว่าซึ่งการบริโภค

ลูดอน, และบิตต้า (Loudon, & Bitta, 1993, p. 4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อมีการประเมินการได้มา การใช้หรือการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ

ชิฟแมน, และคานุก (Schiffman, & Kanuk, 1996, p. 4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่การศึกษาถึงหน่วยการซื้อและกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอยในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการ

โซโลมอน (Solomon, 1996, p. 6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษากระบวนการต่างๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ การใช้หรือการบริโภค ซึ่งเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิดหรือประสบการณ์เพื่อสนองความต้องการและความปรารถนาต่างๆ ให้ได้รับความพอใจ

เนลเตอร์ (Nalters, 1987, p. 8) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจทั้งหลายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องเฉพาะกับการซื้อและการใช้สินค้าเศรษฐกิจและบริการ (ผลิตภัณฑ์) เท่านั้น ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะการมองพฤติกรรมมนุษย์ที่แคบกว่าคือ จะพิจารณาเฉพาะพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับตลาดเท่านั้น

โมเวน, และไมเนอร์ (Mowen, & Minor, 1998, p. 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงหน่วยการซื้อและกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมา การบริโภคและการจำกัดอันเกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสิทธิภาพและความคิด

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ของบุคคลเกี่ยวข้องกับการจัดหาสินค้าหรือบริการเพื่อบริโภค ตลอดจนการจัดการสินค้าเหลือใช้

1.2 กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค

ปิยะวดี หิริกมล (2545, หน้า 28) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการโดยคาดว่าจะสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ

คณินันต์ย์ เมฆดี (2550, หน้า 25) กล่าวว่า ปัจจัยของกระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อและรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่งโดยเฉพาะลักษณะขั้นทางสังคม

2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ เช่น อายุ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต และวัฏจักรชีวิตครอบครัว

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง

ลูดอน, และบิตต้า (Loudon, & Bitta, 1993, p. 8) กล่าวว่า การแสดงออกของมนุษย์เกิดจากองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งมีพลังผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมออกมา โดยจำแนกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. องค์ประกอบภายในเป็นองค์ประกอบทางจิตวิทยา เช่น การเรียนรู้และการรับรู้

2. องค์ประกอบภายนอกเป็นองค์ประกอบทางด้านสังคม เช่น ความคาดหวังของสังคมข้อจำกัดของสังคม

คอตเลอร์ (Kotler, 1997, p. 195) กล่าวว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภคซึ่งจะเป็นตัวควบคุมกระบวนการความคิดภายในทั้งหมดของผู้บริโภคมี 4 ประการ ได้แก่

1. ความต้องการ หมายถึง สิ่งที่เป็นใจๆ สำหรับร่างกายและทางกายภาพหรือจิตใจ
2. แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำหรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน
3. บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะพิเศษของมนุษย์หรือลักษณะอุปนิสัยที่ได้สร้างขึ้นในตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแตกต่างไปจากคนอื่น
4. การรู้ หมายถึง การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาททั้งห้า ซึ่งการรู้นั้นจะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงมากที่สุดของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก

สรุปว่า กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 1) ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ 2) ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม 3) ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ และ 4) ปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า

2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.1 ความหมายของแรงจูงใจ

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 58) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง พลังกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดการปฏิบัติ

ยุทธนา ธรรมเจริญ (2544, หน้า 219) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากภายในบุคคลและผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้นไม่เช่นนั้นจะเกิดความเครียดหรือเกิดความไม่สบายกายหรือไม่สบายใจได้

สุธีรา สะอาดสุด (2545, หน้า 24) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งเร้า สิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้นที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่ตนเองปรารถนาและสนใจเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งแรงจูงใจแต่ละบุคคลจะมีลักษณะแตกต่างกันออกไปทำให้เป้าหมายของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป ความความเข้มของแรงจูงใจในการที่จะอยากเรียนรู้ในสิ่งนั้น

สมกมล พวงธรรม (2546, หน้า 21) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมบางอย่างที่ต้องการ

ศราวุธ เกวาร์โท (2546, หน้า 6) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่อยู่ภายในหรือความต้องการของบุคคลที่กระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมใดๆออกมาตามความต้องการของตนเอง เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายหรือเงื่อนไขที่ต้องการ

ไพริน สมสี (2549, หน้า 34) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันภายในบุคคลอันเกิดจากกลไกภายในร่างกายเพื่อได้รับการกระตุ้น จนกลายเป็นเหตุจูงใจในบุคคลนั้น แสดงพฤติกรรมออกมาโดยมีทิศทางไปสู่เป้าหมายทฤษฎีการจูงใจ

สุเทพ เชื้อสุวรรณ (2550, หน้า 26) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง ความต้องการเป็นมูลเหตุหรือการตัดสินใจสำคัญที่จะก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือกระบวนการจูงใจ จนกระทั่งผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา

ฟริดเจน (Fridgen, 1991, p. 5) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง แรงการต่อสู้ภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันให้บุคคลนั้นๆ ทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองทั้งทางร่างกายและจิตใจ

โมเยน, และแม็คคินนิส (Moyen, & Macinnis, 1997, p. 184) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันภายในบุคคลอันก่อให้เกิดผลสะท้อน กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมาย ผู้บริโภคที่ได้รับการจูงใจจะเกิดพลังผลักดันให้เกิดความพร้อมความเต็มใจที่จะแสดงกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา

โมเวน, และไมเนอร์ (Mowen, & Miner, 1998, p. 160) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะภายในของบุคคลได้รับการกระตุ้นเพื่อผลักดันให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมาโดยมีทิศทางเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่มุ่งหวัง การจูงใจประกอบด้วยแรงขับเคลื่อน กระตุ้น แรงปรารถนาหรือความต้องการอยากได้เป็นจุดเริ่มต้นที่จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวภายในร่างกายอย่างมีลำดับขั้นตอนนำไปสู่การแสดงพฤติกรรม

สรุปได้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้น หรือสิ่งเร้าที่คนได้รับแล้วทำให้เกิดความต้องการที่จะกระทำจนเกิดเป็นพฤติกรรมในการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ได้แก่ แรงจูงใจที่ทำให้ต้องการท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจนี้จะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ตัวเอง

2.2 สาเหตุของแรงจูงใจ

ยศพล ณ นคร (2543, หน้า 32) กล่าวว่า มูลเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อน เป็นความต้องการของมนุษย์ทุกคน ซึ่งมูลเหตุจูงใจให้ท่องเที่ยวจะแตกต่างกันไปในแต่ละคน แต่ละช่วงเวลาแต่ละวัฒนธรรมแต่ละสังคม โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์สำคัญ 4 ประเภท ดังนี้

1. เพื่อการศึกษาและวัฒนธรรม เช่น เพื่อศึกษาว่าคนในประเทศอื่น ๆ จะดำรงชีวิตอยู่ ทำงานและเล่นอย่างไร เพื่อดูสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าสนใจ เพื่อไปดูให้เห็นจริงและเข้าใจต่อเหตุการณ์ต่างๆ ในปัจจุบัน
2. เพื่อการพักผ่อน เช่น เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานที่ทำจำเจ เพื่อไปหาแหล่งหรือมุมสงบ เพื่อหาความสุขที่แปลกใหม่

3. เพื่อการเยี่ยมเยียน เช่น เพื่อการเยี่ยมเยียนถิ่นกำเนิด สถานที่ไปเรียน หรือศึกษาอยู่ เพื่อไปเที่ยวในสถานที่ที่ครอบครัว หรือเพื่อนๆเคยไปและสมาชิกชอบหรือแนะนำ ให้ไปเที่ยว

4. อื่นๆ เช่น เพื่อหนีอากาศหนาว เพื่อสุขภาพ(อาบแดด,รักษาโรค) เพื่อ การศึกษา เพื่อเหตุผลทางเศรษฐกิจ เพื่อการผจญภัย เพื่อการฝึกงาน เพื่อทำตามอื่นๆ เพื่อไป ร่วมกิจกรรมทางประวัติศาสตร์และเพื่อสังคม

ปิยะวดี หิริกมล (2545,หน้า 30) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคน เกิดจากสาเหตุ 3 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวในวันหยุดพัก เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การ เดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร
2. การท่องเที่ยวด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ
3. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น การศึกษา การรักษาสุขภาพ การเล่นกีฬา การศาสนา

พิบูล ที่ปะปาล (2545, หน้า 156) กล่าวว่า สาเหตุของการเกิดแรงจูงใจ ได้แก่

1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ ต้องการสินค้าและบริการมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพอใจ
2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการพิจารณาของผู้ซื้อ อย่างมีเหตุผลก่อนตัดสินใจซื้อ แรงกระตุ้นประเภทนี้ ได้แก่
 - 2.1 ความประหยัด เช่น ราคาที่ถูกกว่า
 - 2.2 ประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้ เช่น ในด้านคุณภาพสินค้าที่ ดีกว่าใช้ประโยชน์ได้มากกว่า
 - 2.3 ความเชื่อถือได้ เช่น การรับประกันคุณภาพสินค้า ชื่อเสียงของผู้ จำหน่าย
 - 2.4 ความทนทานถาวรของสินค้า
 - 2.5 ความสะดวกในการใช้
3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ สามารถแบ่งได้ ดังนี้
 - 3.1 การเอาอย่างแข่งดีกัน เพื่อไม่ให้คนอื่นดูถูก การได้ท่องเที่ยวใน สถานที่ที่มีชื่อเสียงอาจเป็นประเด็นที่นำมาพูดคุยกันในหมู่สังคมนักชื้อว่าเคยไปอาจทำให้ บางคนมีความรู้สึกว่าเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม
 - 3.2 ความต้องการเป็นจุดเด่นเป็นเอกเทศเป็นผู้นำแฟชั่นทันสมัย การท่องเที่ยวเป็นสัญลักษณ์ของการเป็นผู้นำแฟชั่นในกลุ่มคนบางกลุ่ม การได้ท่องเที่ยวใน

สถานที่เปิดใหม่หรือการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เช่นการได้ค่าน้ำดูปะการังที่เกาะลันตาซึ่งถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเปิดใหม่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักอาจทำให้กลุ่มรู้สึกว่าคุณคณนี้เป็นผู้นำสมัย แสงหาสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่เสมอ

3.3 ความต้องการการคล้อยตามผู้อื่นเลียนแบบกลุ่มเลียนแบบผู้ที่คนชื่นชอบ ผู้มีชื่อเสียง การท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ หากเพื่อนหรือกลุ่มคนในสังคมได้ไปเที่ยวมาแล้ว แต่ยังไม่เคยไปอาจถูกเพื่อนมองว่าเป็นบุคคลที่ล้าหลังได้

3.4 ความต้องการความสะดวกสบาย การพักผ่อน เบาแรง การทำงานทำให้เกิดความเมื่อยล้าทั้งร่างกายและจิตใจ การท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวทำให้แม่บ้านทำงานน้อยลง เพราะอาจไม่ต้องประกอบอาหารเอง

3.5 ความต้องการความสำราญ สนุกสนาน เพลิดเพลินใจ ซึ่งเหตุผลอีกประการหนึ่งที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวคือ เพื่อความสำราญใจ

4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ของร้านค้า การให้บริการดีเป็นที่พอใจ เพราะการบริการเป็นหัวใจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพราะสินค้าเป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึกไม่อาจจับต้องและเป็นเจ้าของได้การบริการที่ดีนั้นก็อาจส่งผลให้การพักผ่อนครั้งต่อไปลูกค้าเลือกที่จะมาใช้บริการการท่องเที่ยวแทนที่จะนอนดูโทรทัศน์อยู่ที่บ้าน

4.1 ราคาย่อมเยาสมเหตุสมผล การตั้งราคาที่เหมาะสมกับการบริการทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกว่าถูกเอาเปรียบจากผู้ให้บริการ อาจยังส่งผลให้เกิดความคิดทางบวกกับการเลือกใช้บริการครั้งต่อไปได้ หลายครั้งที่นักท่องเที่ยวรู้สึกเข็ดขยาดกับการถูกเรียกราคาค่าสินค้าแพงเกินไปในสถานที่ท่องเที่ยว หรือการเรียกราคาค่าห้องแพงเกินไปสำหรับที่พักที่ไม่มีการบริการที่ดีอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความคิดทางลบกับการท่องเที่ยวได้

4.2 มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการที่จะไปซื้อ เพราะการคมนาคมที่สะดวกมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงในการตัดสินใจไปเที่ยวแต่ละครั้ง ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทั่วถึงครอบคลุมผู้บริโภคจำนวนมากเป็นโอกาสที่จะได้กระตุ้นความต้องการท่องเที่ยวของลูกค้าและเป็นโอกาสที่จะได้ขายสินค้ามากขึ้น

4.3 มีสินค้าให้เลือกได้หลายอย่าง เพราะการมีทางเลือกที่หลากหลายย่อมตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่า

4.4 ชื่อเสียงของร้านค้าเป็นที่เชื่อถือได้ เพราะชื่อเสียงที่สั่งสมมานานเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคจะมั่นใจในคุณภาพของสินค้าและบริการได้ เช่นโรงแรมหรือธุรกิจบริการท่องเที่ยวได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจะเพิ่มความมั่นใจในด้านคุณภาพในความรู้สึกของนักท่องเที่ยวได้

สุริรัตน์ เดชาทวิวรรณ (2545, หน้า 71) กล่าวว่า แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว หรือช่วงเวลาที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้
2. สิ่งกีดขวางความต้องการ คือ สิ่งต่างๆ ที่ทำให้ความต้องการถูกกระตุ้นไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลง เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (รายได้ลดน้อยลง ค่าเงินที่เปลี่ยนแปลง) ปัจจัยทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ทัศนคติทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว)
3. สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม จากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขาย ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ ทัศนคติและมโนภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป
4. บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจ หรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยว นักศึกษา นักท่องเที่ยวหัวหน้าครอบครัว

ธิดารัตน์ ศิริ (2548, หน้า 32) กล่าวว่า เหตุจูงใจต่อการท่องเที่ยว เกิดจากสิ่งเร้าจากภายในบุคคล และกระตุ้นให้เกิดการกระทำขึ้น ซึ่งอาจจะมาจากสาเหตุใดสาเหตุหนึ่งหรือหลายสาเหตุประกอบกัน และเมื่อได้ตัดสินใจกระทำแล้วคาดว่าจะเกิดความสุขสบายใจหรือมีความสุข ส่วนเหตุจูงใจหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวนั้น น่าจะมีหลายๆ สิ่งประกอบกัน เช่น แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตลอดจนความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน

รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ (2550, หน้า 29) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพแวดล้อมต่อการท่องเที่ยวและแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว

แมคอินทอช, และโกลด์เนอร์ (McIntosh, & Goeldner, 1990, p. 52) กล่าวว่า แรงผลักดันที่ก่อให้เกิดความต้องการและเป็นสาเหตุในการเดินทางท่องเที่ยวมี 4 ประการดังนี้

1. แรงผลักดันทางกายภาพ เป็นแรงผลักดันเพื่อต้องการความผ่อนคลายทางกายภาพ เป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง เช่น กิจกรรมทางกีฬา การบำบัดทางการแพทย์ด้วยวิธีพิเศษ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของแต่ละบุคคล ในกรณีนี้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อ

รักษาสุขภาพพักผ่อน รวมไปถึงในการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเช่น การเล่นสกี ตกปลา ล่าสัตว์ เป็นต้น เพื่อให้พ้นจากสภาวะการดำเนินชีวิตที่เคร่งเครียดและฉุนเฉียว

2. แรงผลักดันทางวัฒนธรรม เป็นแรงผลักดัน ซึ่งก่อให้เกิดความปรารถนา ในการเดินทาง เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศอื่นๆ และชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น เป็นความอยากรู้อยากเห็น ตลอดจนมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งแสดงออกในรูปของศิลปะ ดนตรี วรรณกรรมและนิทานพื้นบ้าน เป็นต้น จึงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งสำคัญของประเทศอื่นๆ เช่น โบราณสถาน วัฒนธรรม ประเพณีและการละเล่นต่างๆ เป็นต้น

3. แรงผลักดันระหว่างบุคคล เป็นแรงผลักดันในลักษณะของความต้องการที่จะไปเยี่ยมญาติ เพื่อนฝูงหรือพบปะผู้คนที่มีความคิดใหม่ๆ หรือแสวงหาเพื่อน ต้องการหลบออกจากงานที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ เป็นต้น

4. แรงผลักดันทางเกียรติยศและสถานภาพ เป็นแรงผลักดันในลักษณะที่แสดงถึงสถานภาพและเกียรติยศของบุคคล ซึ่งอยู่ในลักษณะของการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ ในตำแหน่งหน้าที่การงานของตน หรือเพื่อการศึกษาดูงานตลอดจนความสำเร็จขั้นสูงในอาชีพของตน

สรุปได้ว่า สาเหตุของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง เหตุผลที่ทำให้บุคคลต้องการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละคนแต่ละช่วงเวลาแต่ละวัฒนธรรมแต่ละสังคมอาจจะมาจากสาเหตุใดสาเหตุหนึ่งหรือหลายสาเหตุประกอบกัน ซึ่งคาดว่าจะเกิดความสบายกาย สบายใจหรือมีความสุขและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวหลายๆ ด้านด้วยกัน อันมีผลต่อการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

3. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

3.1 ความหมายของการตัดสินใจ

สุชาติ สังข์เกษม (2543, หน้า 17) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางเลือกที่สมดุลที่สุดทางเลือกใดที่ให้ประโยชน์สูงสุด และมีความเสี่ยงที่พอยอมรับได้

พยอม วงศ์สารศรี (2545, หน้า 97) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกแนวปฏิบัติที่คิดว่ามีความเหมาะสมมาใช้ในสถานการณ์หรือปัญหาต่างๆ

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2546, หน้า 49) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทำการอย่างใดอย่างหนึ่งในทางเลือกที่มีอยู่ตั้งแต่สองทางขึ้นไป

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2546, หน้า 187) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกปฏิบัติหรืองดเว้นปฏิบัติหรือเลือกการดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดทางหนึ่งจากทางเลือกหลายๆ ทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

ไพริน สมสี (2549, หน้า 31) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดจากหลายทางเลือกให้ได้ประโยชน์สูงสุดและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

สุเทพ เชื้อสุวรรณ (2550, หน้า 21) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง ความคิดและการกระทำต่างๆ ที่นำไปสู่การตกลงในการเลือกทางใดทางหนึ่งที่มีทางเลือกอยู่หลายทาง การเลือกทางที่สมดุลที่สุด ทางเลือกใดที่ให้ประโยชน์สูงสุดและมีความเสี่ยงที่พอยอมรับได้

ชิพแมน, และกานุก (Schiffman, & Kanuk, 1996, p. 555) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกกิจกรรมจากสองทางเลือกขึ้นไป

สรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดจากหลายทางเลือกให้ได้ประโยชน์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท และได้รับความพึงพอใจสูงสุดตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

3.2 กระบวนการตัดสินใจ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543, หน้า 41-45) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า เมื่อบุคคลมีความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยวก็จะต้องตัดสินใจก่อนว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใดจะใช้บริการประเภทไหนจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวกี่วัน ซึ่งการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีกระบวนการในการตัดสินใจ ซึ่งสรุปกระบวนการเดินทางท่องเที่ยวได้ 10 ขั้นตอน ดังนี้

1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย เป็นขั้นตอนที่หน่วยงานด้านท่องเที่ยวทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมายใน 4 รูปแบบ คือ 1) การโฆษณา 2) การประชาสัมพันธ์ 3) การส่งเสริมการขาย และ 4) การขายโดยพนักงานขายเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวในตลาดท่องเที่ยวได้ทราบเป้าหมาย อันจะนำไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงต้องพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข่าวสารก่อนการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวในตลาดเป้าหมายอย่างทั่วถึง เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 4 รูปแบบ คือ จากสื่อโฆษณา จากการประชาสัมพันธ์ จากการส่งเสริมการขายและจากพนักงานขาย โดยข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ได้รับจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงเร่งเร้าให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

3. ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนหลังจากจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้วก่อให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย เกิดความอยากเปลี่ยนบรรยากาศเกิดอยากเห็นสิ่งแปลกใหม่ เกิดความต้องการเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนได้เป็นอย่างดี

4. สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ

4.1 ปัจจัยผลักดัน เป็นสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว โดยต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ลักษณะทางสรีระวิทยาของมนุษย์ การมีเวลาว่างมากขึ้น การมีรายได้เพียงพอในการท่องเที่ยวการขยายตัวทางการศึกษา โครงสร้างสังคมที่เปลี่ยนแปลง ความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

4.2 ปัจจัยดึงดูด เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ การค้นพบสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ประสิทธิภาพของการสื่อสาร การขยายตัวของธุรกิจนำเที่ยวระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ระบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดี ระบบการตลาดที่ดีมีประสิทธิภาพ นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เป็นต้น ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวออกได้เป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้ คือ

4.2.1 สิ่งจูงใจด้านกายภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่นคลายเครียด รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การขึ้นชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

4.2.2 สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการอยากรู้อยากเห็นวัฒนธรรมที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น การชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การชมศิลปะพื้นบ้าน การชมความเป็นอยู่ของชาวเขา การเข้าร่วมประเพณีต่างๆ เป็นต้น

4.2.3 สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การเดินทางไปจาริกแสวงบุญ การเดินทางไปร่วมประกอบศาสนากิจ เป็นต้น

4.2.4 สิ่งจูงใจในด้านสถานภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพัฒนาระดับสถานะของตัวเองให้สูงขึ้น และมีชื่อเสียงมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมสัมมนา การเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

5. การตัดสินใจเลือกแหล่งที่ท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว และเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอีกทั้งได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจเข้าเสริมก่อให้เกิดภาพพจน์การท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่นขึ้นแล้วทำการพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวที่สุดนั้น จะพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและมักคิดตามด้วยลำดับความสำคัญของคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหนจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะชมอะไร จะเดินทางไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่ จะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ หรือทางเครื่องบิน จะเดินทางไปท่องเที่ยวนานกี่วัน โดยแยกเป็นจำนวนวันในแต่ละสถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว และจะเดินทางไปท่องเที่ยวกับใคร เป็นต้น

6. การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่ศึกษาถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกกว่าจะเสียค่าใช้จ่ายทั้งหมดเท่าใด ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวครั้งนั้น เพื่อเตรียมการพร้อม อาจต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการเก็บเงินด้วย เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหารเครื่องดื่ม ค่าบริการนำเที่ยว ค่าซื้อของที่ระลึก เป็นต้น นักท่องเที่ยวอาจขอข้อมูลและการช่วยเหลือด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากธุรกิจนำเที่ยวก็ได้ นอกจากนี้ยังต้องมีการวางแผนถึงความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบสิ่งสำคัญต่อไปนี้ คือ

6.1 เวลาว่างจะต้องวางแผนว่าจะใช้เวลาว่างช่วงใดในการเดินทางท่องเที่ยวและใช้เวลากี่วัน

6.2 การเงินจะต้องวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องใช้เงินมากน้อยเท่าใด

6.3 สุขภาพจะต้องวางแผนว่าการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีการเตรียมตัวด้านสุขภาพอย่างไร เช่น เสื้อผ้า ยารักษา โรคประจำตัว เป็นต้น

6.4 อาชีพจะต้องวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและมอบภาระกิจการงานให้ใครทำแทน

6.5 ระยะทางจะต้องวางแผนถึงระยะทางของสถานที่ท่องเที่ยวว่าจะสอดคล้องกับเวลาว่าง การเงิน สุขภาพและอาชีพหรือไม่อย่างไร

7. การเตรียมตัวก่อนการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะต้องเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว หลังจากทีวางแผนค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ซึ่งการเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวมีหลายอย่างที่ต้องคำนึงเช่น การจองตัวยานพาหนะเดินทาง การจองตั๋วรายการนำเที่ยว การยืนยันการเดินทาง การจัดทำเอกสารเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องเตรียมเรื่องสัมภาระส่วนตัวที่นำติดตัวไปด้วย

8. การเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เลือกแล้ว จนกระทั่งเดินทางกลับสู่ที่พักอาศัยในภูมิลำเนาเดิม โดยนักท่องเที่ยวจะมีการประเมินการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนถึงที่พักแรม อาหารการกินและบริการอื่นๆ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง

9. ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะเกิดความรู้สึกอยู่ 2 ลักษณะคือความรู้สึกพอใจหรือความรู้สึกไม่พอใจ เป็นการประเมินประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับหรือสัมผัสจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสถานที่คน สภาพแวดล้อม หรือการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว แล้วทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกพึงพอใจ หรือความรู้สึกไม่พึงพอใจ

10. ทักษะต่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้แล้ว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ก็จะมีทัศนคติที่ดี อาจทำให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว แต่ถ้านักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี ทำให้ไม่มาท่องเที่ยวซ้ำอีกและอาจนำไปบอกให้บุคคลอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย จึงเป็นหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่จะต้องปรับปรุงแก้ไข การท่องเที่ยวให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมาก

ทิวา พงษ์ชนไพบุลย์, และคนอื่น ๆ (2544, หน้า 34) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ สามารถแบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ๆ ได้แก่

1. ตัวแปรภายใน ประกอบด้วย

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ 1) อายุของผู้บริโภค 2) วัฏจักรของผู้บริโภค 3) อาชีพของผู้บริโภค 4) สถานะการเงิน 5) รูปแบบการดำเนินชีวิตและ 6) บุคลิกภาพ

1.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ 1) แรงกระตุ้น 2) การรับรู้และเรียนรู้ และ 3) ความเชื่อที่ยึดมั่น

2. ตัวแปรภายนอก ประกอบด้วย

2.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม ได้แก่ 1) วัฒนธรรม 2) วัฒนธรรมย่อย และ 3) ชนชั้นทางสังคม

2.2 ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ 1) ครอบครัว 2) กลุ่มอ้างอิง และ 3) บทบาททางสถานภาพ

วารุณี ตันติวงศ์วาณิช (2548, หน้า 108) ได้แบ่งขั้นตอนและกระบวนการตัดสินใจยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ไว้ 5 ขั้นตอน คือ

1. การรู้จัก คือ ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ยังขาดข้อมูลผลิตภัณฑ์

2. ความสนใจ คือ ผู้บริโภคมองหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์
3. ประเมินค่า คือ ผู้บริโภคพิจารณาว่าจะทดลองใช้ผลิตภัณฑ์หรือไม่
4. การทดลอง คือ ผู้บริโภคทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ในปริมาณเล็กน้อยเพื่อ
ปรับการประเมินคุณค่าที่ได้ประเมินไว้

5. การยอมรับ คือ ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์เต็มที่และใช้ประจำ
ธิดารัตน์ คีรี (2548, หน้า 39) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง
วิธีการหรือหนทางที่จะช่วยให้การตัดสินใจของแต่ละบุคคล มีหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกับเหตุผล
และความถูกต้องมากขึ้น แต่การที่บุคคลใดจะดำเนินการตัดสินใจให้ลุ่ลงไปด้วยดีมาน้อย
เพียงใดขึ้นอยู่กับความรอบคอบและความละเอียดอ่อนที่มีต่อการมอง และการทำความเข้าใจใน
ปัญหารวมทั้งขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการตัดสินใจได้อย่างลึกซึ้งในทางปฏิบัตินั้นการ
ตัดสินใจจะมีความยุ่งยากซับซ้อนเพราะปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในสถานที่
ท่องเที่ยวต่างๆ นั้นมีหลายด้าน ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย การคมนาคม รายได้
ช่วงอายุ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล การบริการ สถานที่พักแรม แหล่ง
สาธารณูปโภค ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ทำให้แต่ละบุคคลมีความต้องการหรือไม่ต้องการท่องเที่ยวที่
แตกต่างกัน

เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ (2549, หน้า 38-40) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
เลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ได้แก่

1. รายได้ของผู้บริโภค ระดับรายได้เป็นปัจจัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
เลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคมากโดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือถ้ามีรายได้
มากก็จะบริโภคมากถ้ารายได้น้อยก็จะบริโภคน้อย
2. ราคาของสินค้าหรือบริการ เนื่องจากระดับสินค้า หรือบริการเป็น
ตัวกำหนดอำนาจการซื้อของเงินที่มีอยู่ในมือของผู้บริโภค เช่น ถ้าราคาสินค้าหรือบริการสูงขึ้น
จะทำให้อำนาจซื้อของเงินลดลง ส่งผลให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการลดลง เนื่องจากจำนวนเงิน
เท่าเดิมซื้อสินค้าหรือบริการได้น้อยลง ในทางกลับถ้าราคาสินค้าหรือบริการลดลงจะทำให้อำนาจ
ซื้อของเงินมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการมากขึ้น
3. ปริมาณเงินหมุนเวียนที่มีอยู่ในมือ ถ้าผู้บริโภคมีเงินหมุนเวียนในมือมาก
จะจูงใจให้ผู้บริโภคบริโภคมากขึ้นและถ้าผู้บริโภคมีเงินหมุนเวียนในมือน้อยจะทำให้ผู้บริโภค
บริโภคน้อยลง
4. ปริมาณของสินค้าในตลาด ถ้าสินค้าหรือบริการในตลาดมีมากผู้บริโภคมี
โอกาสจับจ่ายใช้สอยได้มาก ในทางกลับกันถ้ามีน้อยผู้บริโภคก็จะจับจ่ายน้อยลง
5. การคาดคะเนราคาสินค้าหรือบริการในอนาคตจะมีผลต่อการตัดสินใจของ
ผู้บริโภค คือถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาสินค้าหรือบริการในอนาคตจะมีราคาสูง การบริโภคใน

ปัจจุบันจะมีมาก เพื่อลดการบริโภคในอนาคต แต่ถ้าคาดว่าราคาสินค้าหรือบริการในอนาคตจะมีลดลง การบริโภคในปัจจุบันจะลดลง เพื่อเพิ่มการบริโภคในอนาคต

6. ระบบการชำระและการชำระเงิน เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการตัดสินใจในการเลือกบริโภคกล่าวคือ ถ้าเป็นระบบการซื้อขายด้วยเงินผ่อนค่างวดผ่อนระยะยาวจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับผู้บริโภคมากขึ้น นั่นคือผู้บริโภคสามารถบริโภคโดยไม่ต้องชำระเงินงวดเดียว มีเงินเพียงส่วนเดียวในการคำนวณก็สามารถหาซื้อสินค้าและบริการมาบริโภคได้ โดยเฉพาะสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูง ตรงข้ามถ้าไม่มีระบบซื้อขายแบบเงินผ่อน ผู้บริโภคก็ต้องชำระเงินค่าสินค้าตามราคาในงวดเดียว ผู้บริโภคจึงไม่สามารถหาซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2551, หน้า 46-47) กล่าวว่า กระบวนการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนการตัดสินใจ ดังนี้

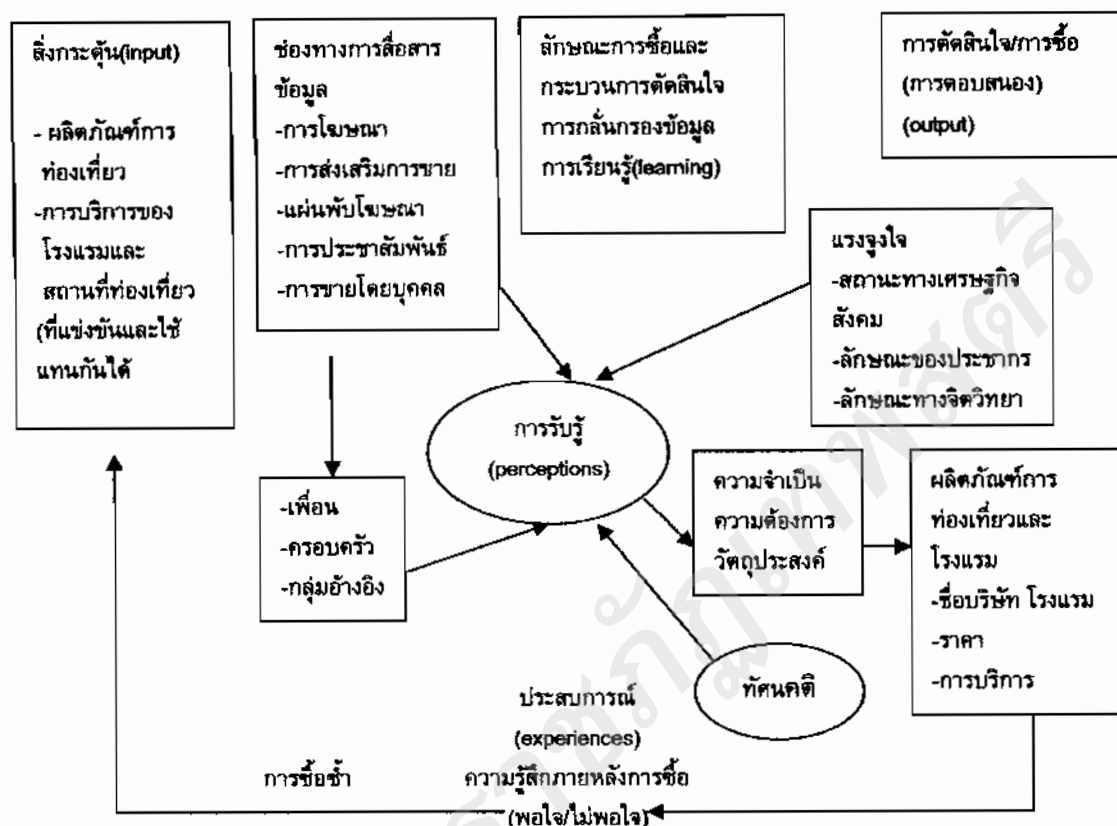
1. การรับรู้ความต้องการ หรือการรับรู้ปัญหาเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายและจิตใจ การรับรู้ความต้องการของตน และสิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการในกรณีที่ไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการนั้นๆ ก็จะถูกสะสมมากยิ่งขึ้นพร้อมกับความพยายามหาข้อมูลไปด้วย

3. ประเมินผลทางเลือก เป็นพฤติกรรมการประเมินผลโดยให้ความสนใจลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าและบริการ เช่น ชื่อบริษัท ตราสินค้า สายการบินที่ให้บริการรวดเร็ว สะอาด ปลอดภัย โรงแรมที่สะอาด บรรยากาศดี ที่ตั้งเหมาะสม เมื่อคุณคุณสมบัติแล้วก็นำมาจัดลำดับความสำคัญของคุณสมบัติต่างๆ แล้วนำมาเป็นตัวประเมินผลเพื่อพิจารณาเป็นทางเลือกต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ หลังจากรับรู้ความต้องการ ได้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตลอดจนเวลาและวิธีการชำระเงินแล้วก็ตัดสินใจซื้อ ซึ่งบางครั้งอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในขณะนั้นด้วย เช่น การคาดคะเนภาวะทางเศรษฐกิจ ทัศนคติทางบวกและทางลบของบุคคลอื่น ตลอดจนสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนมาก่อน เช่น ความไม่พอใจลักษณะการขายของผู้ขายอาจทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงได้

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังการซื้อ ความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ จงรักภักดีต่อบริษัทหรือชื่อเสียงของบริษัท ถ้าไม่พอใจก็ไม่กลับมาใช้บริการอีก



ภาพ 2 รูปแบบแสดงการกระตุ้น – ตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มา (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2551, หน้า 47)

จากรูปแบบแสดงการกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวสิ่งกระตุ้น (input) ได้แก่ ผลึกทัศน์การท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจ สินค้าและบริการซึ่งมีการแข่งขันสูงและเป็นแรงกระตุ้นผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจแสวงหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ตลอดจนได้รับข้อมูลจากคนใกล้ชิด เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง การเรียนรู้ แรงจูงใจ ประสบการณ์และทัศนคติ การกลั่นกรองข้อมูล ซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจทำให้เกิดการรับรู้ (perception) และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการและจำเป็นของคนโดยการซื้อผลึกทัศน์การท่องเที่ยวและโรงแรมที่เลือกสรรแล้ว การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้ นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจจะเพิ่มประสบการณ์ทางบวกมากขึ้นและทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (เดินทางมาเที่ยวและใช้บริการอีก) แต่ถ้าไม่พอใจก็จะเป็นประสบการณ์ลบจะกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ยาก จึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มาก

สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง ลำดับขั้นตอนของความคิดที่เกิดจากการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดชัยนาท รวมถึงการรับแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจเข้าเสริมจนก่อให้เกิดภาพพจน์ แล้วทำการพิจารณาตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

วิลาส โฆษกุลบัณฑิต (2543, หน้า 5) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การปฏิบัติหรือการกระทำที่นักท่องเที่ยวได้แสดงออกโดยมีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะหรือการปฏิบัติตัวระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่ถูกหรือผิดก็ได้ เช่น การระยะเวลา รูปแบบการเดินทาง เป็นต้น

มานิต สิทธิพรบุญเลิศ (2544, หน้า 3-4) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ประเภทของบริษัทนำเที่ยว เช่น บริการจัดนำเที่ยว บริการจองตั๋วเครื่องบิน ประเภทของบริษัทที่ใช้ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ทะเล เกาะ ภูเขา น้ำตก ประเภทของกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน นอนหลับ ฟังเพลง ชมธรรมชาติ ช่วงระยะเวลาที่ไปท่องเที่ยว ความถี่ในการไปท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ทัศนวรรณ วิบุตขษมานนท์ (2545, หน้า 32) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของผู้บริโภคอันเป็นผลมาจากปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม ลักษณะส่วนบุคคลเพื่อนำไปปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่ผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

รุจยา คำพรรณ (2546, หน้า 15) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือกิริยาใดๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจในระดับหนึ่งโดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ

ธิดารัตน์ คีรี (2548, หน้า 5) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมหรือการแสดงออกในลักษณะต่างๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การเลือกที่พัก การเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2551, หน้า 16) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มการเดินทางที่เป็นส่วนตัวมากขึ้นต้องการที่พักพักที่สะดวกสบาย เรียบง่ายและสะอาด สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น เช่น การล่องแพ ไต่เขา ความต้องการการท่องเที่ยวและการพักผ่อนมีหลากหลายรูปแบบและมีความต้องการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น

สุวรรณฤทธิ์ วงศ์ชะอำ (2553, พฤษภาคม 12) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลผู้แสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์และประเมินสินค้าหรือบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้

สรุปได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจจากการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท

1.2 ลักษณะของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

มนู วิลยะเพชร (2543, หน้า 16) กล่าวว่า ลักษณะของพฤติกรรมการท่องเที่ยวว่าเป็นปัจจัยที่เกิดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง โดยแต่ละบุคคลมีปัจจัยแตกต่างกันออกไปดังนี้

1. เพื่อการผ่อนคลายความเครียดของร่างกายและจิตใจ ซึ่งนับว่ากำลังเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบันที่ต้องอาศัยความรีบเร่งเต็มไปด้วยความเครียด
2. เพื่อวัตถุประสงค์ทางด้านสุขภาพ เช่น ต้องการอากาศสดชื่น แสงแดด อากาศดี อากาศน้ำแร่ หรือภายใต้การปฏิบัติทางการแพทย์
3. เพื่อมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาประเภทต่างๆ เช่น การเดินป่า ไต่เขา เล่นสกี เล่นเรือ ตกปลา เป็นต้น
4. เพื่อความเพลิดเพลิน ตื่นเต้นและสนุกสนาน
5. มีความสนใจทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
6. เพื่อหาเหตุผลทางด้านบุคคล เช่น การไปเยี่ยมญาติ
7. เพื่อหาวัตถุประสงค์ทางด้านจิตใจ เช่น การไปเยี่ยมญาติ

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544, บทนำ) กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ วันหยุด เพื่อสุขภาพ การศึกษา ศาสนาและการกีฬา
2. การท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ ได้แก่ การประชุม การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย รสนิยม และความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักผ่อน

การรับประทานอาหาร การเที่ยวดูชม การซื้อของที่ระลึกและอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยวที่มีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเงินตามราคาของสินค้าในขณะนั้น

วรรณ วลัยวานิช (2546, หน้า 17-18) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีหลายลักษณะด้วยกัน โดยขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิกหรือค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็นเพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรมประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นหรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ทัศนียภาพทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและสุขภาพเป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วยโดยใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเลหรือภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วยเป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแ่งมานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถานศิลปะหรือการแสดงต่างๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาเป็นการไปชมการแข่งขันกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่ที่จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อยิงนกตกปลา หรือส่องสัตว์ เป็นต้น จากจุดประสงค์ดังกล่าวจะพบว่าประเทศที่มีทัศนียภาพหรือลักษณะภูมิประเทศหลายๆแบบมักจะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มาก

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุมและสัมมนา ความจริงแล้วลักษณะการท่องเที่ยวแบบนี้ไม่น่าจะจัดว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางไปเพื่อที่จะท่องเที่ยวหรือพักผ่อน แต่ความเป็นจริงผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือโรงแรม และระบบการคมนาคมที่ดี สะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันการท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการเดินทางไปศึกษาดูงานหรือวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ (2546, หน้า 15) กล่าวว่า การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยว เช่น การไปท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดอาจจะเป็นการไปตากอากาศ ชมสภาพบ้านเมืองหรือไปใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท รวมถึงการไปเยี่ยมเยียนเพื่อนฝูง โดยแบ่งเป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อชมทิวทัศน์ วันธรรม ประเพณี ชีวิต ความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินใจ เพื่อเปลี่ยนสถานที่พักอาศัย เป็นต้น การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกาย และสมอง อาจจะมีการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้

3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ส่วนมากจะมีสองประการคือ การไปชมการแข่งขันและการไปท่องเที่ยวและแข่งขันกีฬา เช่น การไปแข่งขันเทนนิส อีทีพี เทนนิส เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ ทั้งในแง่ มานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่างๆ

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุมและสัมมนา ซึ่งผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งให้กับการท่องเที่ยว เช่น การสัมมนาเชิงปฏิบัติการนอกสถานที่ เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการไปศึกษาดูงานหรือวิจัยหรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัยและจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน

กมล รัตนวิระกุล (2552, มิถุนายน, 9) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้ให้บริการนำเที่ยวแบบดั้งเดิม ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 ลักษณะ คือ

1.1 อุปนิสัยในการท่องเที่ยว เช่น รักสบาย ระวังระวังไม่ชอบเสี่ยงไม่มีความหลากหลาย

1.2 แรงจูงใจในการเดินทาง เช่น การชอบไปชายหาดทะเลเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

1.3 ความถี่ในการเดินทาง เช่น เดินทางช่วงวันหยุด และฤดูกาลท่องเที่ยว

1.4 การจัดการ เช่น เดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ การใช้บริการบริษัทนำเที่ยว
ช่วยอำนวยความสะดวก

1.5 ความต้องการ เช่น การกินอาหารในโรงแรม อาหารจานด่วน
กิจกรรมบันเทิงยามราตรี

2. พฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ ซึ่งพฤติกรรมของกลุ่ม
นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะมีความแตกต่างของพฤติกรรมและการเลือกใช้บริการต่างๆ ในการ
ท่องเที่ยวที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้

2.1 อุปนิสัยในการท่องเที่ยว เช่น รักการผจญภัย ใฝ่รู้ มีการศึกษา ชอบ
ทดลอง

2.2 แรงจูงใจในการเดินทาง เช่น ต้องการหาประสบการณ์ มองหา
โอกาสทางธุรกิจ สนใจวัฒนธรรม

2.3 ความถี่ในการเดินทาง เช่น การเดินทางตามสะดวก ไม่เดินทางตาม
ฤดูกาลท่องเที่ยว

2.4 การจัดการ เช่น การเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก การจัดการเดินทางด้วย
ตนเองใช้ผู้เชี่ยวชาญ

2.5 ความต้องการ เช่น ต้องการกินอาหารท้องถิ่น สนใจศิลปวัฒนธรรม
วิถีชีวิต

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2551, หน้า 50) กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคของ
นักท่องเที่ยวมีลักษณะ ดังนี้

1. โอกาสในการซื้อ นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
แตกต่างกัน เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการเดินทางต่างกัน เช่น โอกาสในการซื้อการเดินทาง
โดยเครื่องบินจะซื้อเมื่อมีการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา เพื่อศึกษาต่อ

2. การแสวงหาผลประโยชน์ ที่ควรได้รับมากที่สุดจากการบริโภคสินค้าการ
ท่องเที่ยว เช่น นักธุรกิจต้องการการบริการระดับสูง บริการส่วนตัวที่หรูหรา รวดเร็ว
สะดวกสบาย ถูกต้องและตรงเวลา ถึงแม้ว่าจะพักในโรงแรมธรรมดาแต่การให้บริการส่วนตัว
ได้มากเท่ากับการให้ความสำคัญ ส่วนลูกค้า ครอบครัว จะแสวงหาผลประโยชน์ที่ได้รับร่วมกัน
และจะขึ้นอยู่กับเด็กมากกว่าผู้ใหญ่ในการเลือกสถานที่และบริการการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ
ผู้ใหญ่จะเป็นผู้ตัดสินใจและผู้ซื้อการเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์สมัยใหม่ ในปัจจุบันจึงเป็นสถานที่
ท่องเที่ยวที่ลูกค้าครอบครัวสนใจ ได้รับทั้งความรู้ ความน่าสนใจ ความเพลิดเพลินและ
สนุกสนานจากการได้สัมผัสอุปกรณ์ต่างๆ ภายในเวลา 1-2 ชั่วโมง

สรุปได้ว่า ลักษณะของพฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำที่
แสดงออกถึงวัตถุประสงค์หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวในขณะท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมเพื่อสุขภาพ การศึกษา ศาสนา การกีฬา การประชุม การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย รสนิยม หรือความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเที่ยวดูชม การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ โดยขึ้นอยู่กับกรณีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยว

2. แหล่งท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว

ฐิติฐี ฐาติ (2544, หน้า 68-70) กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง จุดขายทั้งหมดที่ทำให้ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวได้รับบริการด้านการท่องเที่ยว

มานิต สิทธิพรบุญเลิศ (2544, หน้า 4) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ทะเล เกาะ ภูเขา น้ำตก ป่า ถ้ำ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัด วัง อนุสาวรีย์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เช่น งานเทศกาลต่างๆ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545, หน้า 90) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 2) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ 3) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆ ของภูมิประเทศ 4) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง 5) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว

ปิยะวดี หิริกมล (2545, หน้า 35) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่และเหตุการณ์ สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็ว ปลอดภัยและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานในการผลิต เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ สิ่งก่อสร้าง เช่น โรงแรมร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก โรงพยาบาล ฯลฯ ตลอดจนระบบการกำจัดของเสีย ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่กันไปกับแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่งซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง พาหนะ สถานี และผู้ประกอบการ การขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทางหรือท่าลำเลียง

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2551, หน้า 131) กล่าวว่า จุดเด่นหลักของสถานที่ที่ท่องเที่ยวพักผ่อนทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวได้พักผ่อน ได้เปลี่ยนแปลงความซ้ำซาก จำเจ ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เป็นผลิตภัณฑ์หลักและจุดขายหลักที่ให้ประโยชน์พื้นฐานตรงความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

คมสัน สุริยะ (2552, พฤษภาคม 24) กล่าวว่า แม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ งานเทศกาล หรือสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องไม่พลาดที่จะมาเยี่ยมชม ซึ่งสิ่งเหล่านั้นทำหน้าที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเมืองท่องเที่ยวนั้น หากปราศจากแม่เหล็กดังกล่าวก็อาจจะไม่มีนักท่องเที่ยวมาเยือน แม่เหล็กนี้ทำหน้าที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนที่ของสรรพสิ่งเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เข้ามาเพื่อบริการนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้าไปเที่ยวได้ โดยทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน เพลินเพลิน ความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวในครั้งนั้นๆ และสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สวนนกชัยนาท เขื่อนเจ้าพระยา เขื่อนเรียงหินกันน้ำเขื่อนหน้าศาลากลางจังหวัดชัยนาท วัดธรรมามูลวรวิหาร วัดพระบรมธาตุวรวิหาร วัดปากคลองมะขามเฒ่า วัดพระแก้ว ศาลหลักเมือง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชัยนาทมณี เขาสรรพยาและสวนลิง

2.2 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

ประเสริฐ วิทยารัฐ (2544, หน้า 10) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปสัมผัส เที่ยวชม เพื่อการพักผ่อน โดยแหล่งท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ ทะเล ตลอดจนเกาะแก่งต่างๆ ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้จะอยู่ในอุทยานแห่งชาติ และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ได้แก่ โบราณสถาน เมืองเก่า ปรังค์ปราสาท พระราชวัง ซึ่งเหล่านี้ล้วนแสดงถึงวัฒนธรรมเก่าแก่ บอกถึงความเจริญรุ่งเรืองมาแต่อดีต

3. แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น เมืองโบราณ สวนสนุก พิพิธภัณฑ์

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 229-230) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ลำธาร ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะแก่ง น้ำพุร้อน ป่อน้ำร้อน ป่อน้ำแร่ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ พื้นที่ชุ่มน้ำ ปะการัง ธรรมชาติใต้ทะเล

และซากดึกดำบรรพ์ ฯลฯ ที่เปิดให้สาธารณชนเข้าใช้สถานที่เพื่อการท่องเที่ยว โดยสถานที่เหล่านั้นอาจจะอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนเป็นเจ้าของก็ได้

2. แหล่งท่องเที่ยวทางด้านโบราณสถานและศิลปวัฒนธรรม หมายถึง สถานที่โบราณหรือสถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน แหล่งโบราณคดีที่เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวโดยสถานที่ดังกล่าวส่วนใหญ่จะเป็นของรัฐหรือเอกชน ส่วนสถานที่ต่าง ๆ ที่จัดตกแต่ง หรือรวบรวมเกี่ยวกับ ศิลปวัฒนธรรม เช่น ศูนย์วัฒนธรรม แหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง หัตถกรรมพื้นบ้าน สถานที่แสดงการดำเนินชีวิตและวิถีชีวิตของคนพื้นบ้าน เป็นต้น โดยสถานที่ต่าง ๆ เหล่านี้อาจจะเป็สถานที่ที่ดำเนินการโดยรัฐ หรือเอกชน

3. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ หมายถึง สถานที่สร้างขึ้นเพื่อการนันทนาการต่าง ๆ เพื่อให้ความเพลิดเพลิน ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

4. แหล่งท่องเที่ยวเมืองและชุมชน หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในเมืองหรือชุมชนที่สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่นนั้น

วรรณ วรณานิช (2546, หน้า 60) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจจะแยกตามลักษณะตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ
ทรัพยากรประเภทนี้นับว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดเพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อาจะสวยงามหรือแปลกประหลาด เช่น น้ำตก น้ำพุร้อน ถ้ำ ชายหาด เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาตินี้อาจจะแบ่งย่อยออกได้ 4 ประเภท คือ

1.1 ทิวทัศน์ (scenery) ทิวทัศน์ต่างๆทางธรรมชาติทั้งที่สวยงามและแปลกประหลาดจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าชม

1.2 สัตว์ป่า (wildlife) สัตว์ป่าเป็นส่วนหนึ่งของความงามตามธรรมชาติที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก เพราะชีวิตความเป็นอยู่ของสัตว์ป่าเป็นสิ่งที่น่าศึกษาหาความรู้และนับวันจะหมดไป

1.3 สภาพภูมิอากาศ (climate) แสงแดด สายลม อากาศอบอุ่นหรือหิมะในฤดูหนาว ตลอดจนลักษณะอากาศที่แตกต่างไปจากถิ่นเดิมของคนจะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นมาได้

1.4 ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ (natural phenomenon) เช่น พระอาทิตย์เที่ยงคืน หรือการเกิดสุริยุปราคา เป็นต้น

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีลักษณะตรงข้ามกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น เมืองใหญ่ๆ ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น สถานเริงรมย์ ศูนย์การค้า สวนสนุก โรงแรม ตลอดจนเทคโนโลยีทันสมัย ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวหรือในบางเมืองอาจมีสิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจ สถาปัตยกรรมต่างๆ พระราชวัง ศาสนสถาน เป็นต้น ซึ่งทรัพยากรประเภทนี้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวได้มากเช่นกัน ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นสามารถแบ่งแยกออกได้ ดังนี้

2.1 ประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน โบราณวัตถุและด้านศาสนา หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมความเจริญก้าวหน้าทางบริเวณ หรือท้องถิ่นนั้นๆ เป็นมรดกตกทอดมายังชนรุ่นหลัง

2.2 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามระบบสังคมของแต่ละแห่งต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและการดำรงชีพของแต่ละกลุ่มชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะเป็นไปในรูปของลักษณะพิธีกรรม งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ สำหรับประเทศไทยมีทรัพยากรประเภทนี้อยู่เป็นจำนวนมาก และกำลังได้รับการส่งเสริม

2.3 กีฬาต่างๆ กีฬาการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปชมการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันภายในประเทศหรือระหว่างประเทศ ผู้ที่นิยมกีฬาเหล่านี้คือ นักท่องเที่ยวที่นำรายได้มาสู่ประเทศ

2.4 สถานที่เชิงเทคนิคและอุตสาหกรรม เช่น เขื่อน สถานี อวกาศ โรงงานเฉพาะท้องถิ่น เป็นต้น

2.5 กิจกรรมบันเทิง กิจกรรมบันเทิงที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ในดัลลัส ดิสโก้เทค ภัตตาคาร สถานเริงรมย์ ปอนกาสิโน ตลอดจนเรือสำราญต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมและเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้แก่ผู้ดำเนินกิจการเป็นจำนวนมาก

2.6 สวนสาธารณะ ส่วนใหญ่สวนสาธารณะที่สวยงามมักจะเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมความงามตามธรรมชาติจะเป็นจำนวนมาก

2.7 สวนสนุก ซึ่งมีกิจกรรมเร้าใจ เกมกีฬา การละเล่นและการแสดงต่างๆ สิ่งสำคัญคือสวนสนุกนั้นจะต้องให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่ผู้เข้าชมและต้องมีการเปลี่ยนแปลงรายการและการแสดงที่แปลกๆ ใหม่ๆ อยู่เสมอ ตลอดจนมีร้านค้าบริการอาหาร เครื่องดื่มและของที่ระลึกด้วย

2.8 ศูนย์การค้าและร้านค้าของที่ระลึก ร้านค้าเป็นสิ่งจำเป็นเพราะโดยธรรมชาติของนักท่องเที่ยวแล้วนิยามที่จะซื้อสินค้าที่แตกต่างไปที่ตนมีอยู่หรือซื้อสินค้าในราคาถูกหรือสินค้าพื้นเมือง ตลอดจนของที่ระลึกต่างๆ ทำให้ศูนย์การค้าหรือร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าดังกล่าวเป็นสถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก

สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าเที่ยวชมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล น้ำตก ภูเขา ฯลฯ และ 2) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ วัด ศูนย์การค้า สถานที่สำคัญทางศาสนา สวนสนุก ฯลฯ เป็นต้น

3. การคมนาคม

3.1 ความหมายของการคมนาคม

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544, หน้า 66) กล่าวว่า การคมนาคม หมายถึง เส้นทางการเดินทาง ยานพาหนะ การควบคุมการเดินทาง และยานพาหนะในการเข้าออก

ธิดารัตน์ คีรี (2548, หน้า 5) กล่าวว่า การคมนาคม หมายถึง พาหนะที่นำนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว

สารานุกรมไทย (2552, ตุลาคม 13) กล่าวว่า การคมนาคม การขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายคนและสินค้าจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

สรุปได้ว่า การคมนาคม หมายถึง เส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว โดยอาจใช้ยานพาหนะหรือเดินทางด้วยเท้า

3.2 ความสำคัญของการคมนาคม

ฐิติทธิ ฐูชาติ (2544, หน้า 68-70) กล่าวว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้น การเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการจัดสร้างปัจจัยพื้นฐานการผลิต เช่น ถนน สนามบิน ทางรถไฟ ท่าเรือ ยวดยานพาหนะที่มีความรวดเร็วและปลอดภัย

ปิยะวดี หิริกมล (2545, หน้า 35 – 36) กล่าวว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีระบบการขนส่ง ซึ่งประกอบด้วยเส้นทางพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการ การขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคน และสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทาง หรือท่าลำเลียง

วรรณ วรชวีนิช (2546, หน้า 17) กล่าวว่า การท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่งเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ ซึ่งการท่องเที่ยวคือ การเดินทางไปในที่ต่างๆ และการคมนาคมขนส่งเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงช่องว่างระหว่างจุดเริ่มต้นกับจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

สรุปว่า การคมนาคมเป็นปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ตามที่ต้องการ โดยเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงช่องว่างระหว่างจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

4. ความปลอดภัย

4.1 ความหมายของความปลอดภัย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคนอื่น ๆ (2541, หน้า 70) กล่าวว่า ความปลอดภัย หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัย และปัญหาต่างๆ เช่น โรงแรมจัดให้มีพนักงานรักษาความปลอดภัยไว้รักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544, หน้า 66) กล่าวว่า ความปลอดภัย หมายถึง ความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว

คมสัน สุริยะ (2552, พฤษภาคม 24) กล่าวว่า ความปลอดภัย หมายถึง การปราศจากอุบัติเหตุในการแล่นไปของยานพาหนะ รวมถึงไม่มีอุบัติเหตุในห้องโดยสาร ไม่มีการรบกวนของสิ่งของสัมภาระมาโดนผู้โดยสาร การเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในห้องโดยสาร และการมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

สรุปได้ว่า ความปลอดภัย หมายถึง การปราศจากอุบัติเหตุและปัญหาต่างๆ ให้มีปราศจากอันตรายและมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

4.2 ความสำคัญของความปลอดภัย

เปรมฤดี ณ นครพนม (2545, หน้า 39) กล่าวว่า ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการพื้นฐานให้เกิดพฤติกรรม เพราะเมื่อความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัยก็จะเข้ามามีบทบาทในพฤติกรรมของมนุษย์ มีความปรารถนาที่จะได้รับความคุ้มครองจากอันตรายต่างๆ ที่จะมีต่อร่างกาย เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม เป็นต้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคนอื่น ๆ (2545, หน้า 311) กล่าวว่า ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางร่างกาย และความกลัวต่อการสูญเสียงาน ทรัพย์สิน อาคาร หรือที่อยู่อาศัย

วรรณ วรชวานิช (2546, หน้า 39) กล่าวว่า ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึง เพราะถ้าบริเวณใดมีปัญหาเรื่องความปลอดภัยขึ้นย่อมจะมีผลกระทบต่องานนักท่องเที่ยวด้วย ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ให้คำแนะนำช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น การแจ้งความ การดำเนินคดี และระเบียบพิธีการต่างๆ รวมทั้งเป็นศูนย์รับแจ้งเหตุร้ายที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2551, หน้า 24) กล่าวว่า ถ้านักท่องเที่ยวหว้นเกรงเรื่องความปลอดภัย ความต้องการท่องเที่ยวก็จะลดลง

สรุปได้ว่า ความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการท่องเที่ยว เพราะความปลอดภัยเป็นคุณภาพของการบริการที่เป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวหรือมากกว่าความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ ดังนั้นความปลอดภัยจึงมีความสำคัญมาก เพราะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการโดยไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาคาใจภายหลัง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความประทับใจที่ต้องการท่องเที่ยวอีก

5. ที่พัก

5.1 ความหมายของที่พัก

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544, หน้า 66) กล่าวว่า สถานที่พักแรมเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถ้ามีสิ่งอำนวยความสะดวกได้ครบถ้วนย่อมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้

ธิตารัตน์ คีรี (2548, หน้า 5) กล่าวว่า ที่พัก หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาจจำแนกเป็นประเภทต่างๆ ตามลักษณะการใช้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552, มิถุนายน 20) กล่าวว่า ที่พักเพื่อการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย แบบที่มีค่าตอบแทนตามช่วงเวลาที่เขาพัก ได้แก่ โรงแรม สถานที่พักตากอากาศ ห้องชุด เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์

สารานุกรมไทย (2552, ตุลาคม 12) กล่าวว่า โรงแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น เพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัย อาหาร และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้องติดต่อกันเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่างๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก ซึ่งเรียกว่า แขก (guest)

สรุปได้ว่า ที่พัก หมายถึง สถานที่ประเภทต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีบริการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและการบริการแก่ผู้ที่มาพัก

5.2 ประเภทของที่พัก

กุลวรา สุวรรณพิมล (2548, หน้า 101-127) กล่าวว่า การแบ่งประเภทของที่พักแรมมีความแตกต่างกันออกไปตามเกณฑ์การจัดแบ่งแล้วแต่จะเป็นการจัดจำพวกเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น เพื่อนโยบายในการลงทุนเพื่อเก็บรวบรวมสถิติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบางประเภท เป็นต้น เกณฑ์ต่างๆ เหล่านี้ ได้แก่

1. จัดตามเกณฑ์ความสะดวกสบาย โดยใช้คุณภาพของอุปกรณ์เครื่องใช้ ขนาดของการบริการและราคาเป็นตัวกำหนด การเรียกชื่อนี้จะต่างกันในบางประเทศ เช่น ใน

สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส นิยมเรียกเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว หรือ 4 ดาว มากกว่าที่จะเรียกว่า โรงแรมหรูหร (deluxe hotel) หรือโรงแรมชั้นหนึ่ง (first class hotel)

2. จัดตามเกณฑ์ช่วงระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ เช่น ยึดฤดูกาลเป็นเกณฑ์ หรือโรงแรมประเภทชั่วคราว อพาร์ทเมนต์ เป็นต้น

3. จัดตามเกณฑ์วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเป็นตัวกำหนด เช่น ที่พักบนเขาในประเทศเมืองหนาว ที่พักตามชายทะเล ทะเลสาบ ที่พักในป่า สวนสาธารณะใหญ่ๆ

4. จัดตามเกณฑ์ราคา ซึ่งคิดคำนวณจากจำนวนเงินลงทุน และจำนวนห้องที่โรงแรมนั้นๆ มีอยู่ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

4.1 ระดับที่ 1 ราคาห้องพักต่อห้อง / คืน 2,500 บาทขึ้นไป

4.2 ระดับที่ 2 ราคาห้องพักต่อห้อง/คืน 1,500-2,000 บาทขึ้นไป

4.3 ระดับที่ 3 ราคาห้องพักต่อห้อง/คืน ต่ำกว่า 1,500 บาท

5. จัดตามเกณฑ์ความสำคัญทางเศรษฐกิจ

5.1 สถานประกอบการดั้งเดิมและที่นิยมกันจนถึงปัจจุบัน (คือโรงแรม)

5.2 สถานประกอบการเดิมเดิม ได้แก่ หอพักเยาวชน ที่พักสำหรับหลัก

หนึ่ความสับสนวุ่นวาย หรือเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เช่น ที่พักในรถ

สนุกพิเศษ (2550, เมษายน 3) กล่าวว่า ที่พักแรม เป็นที่สำหรับหลังจากการท่องเที่ยวอย่างเหน็ดเหนื่อยในแต่ละวัน ทวีรบางประเภทอาจให้ความสำคัญกับการอยู่ในที่พักมากกว่าการอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรมสามารถแบ่งออกได้หลายประเภทได้แก่

1. โรงแรมประเภทธุรกิจ จะตั้งอยู่ในตัวเมืองหรือในย่านธุรกิจการค้า ซึ่งเป็นบริเวณที่สะดวกต่อการติดต่อกิจการของแขกที่มักเป็นนักธุรกิจ มุ่งขายห้องพักแก่นักธุรกิจเป็นหลัก ทางโรงแรมได้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ไว้พร้อม เช่น บริการอาหาร บริการซัก-รีด ร้านขายของที่ระลึก คลินิก สระว่ายน้ำ ศูนย์สุขภาพ สถานที่จำหน่ายบัตรโดยสารต่างๆ สามารถไปไหนมาไหนได้สะดวกเพราะอยู่ในย่านชุมชนธุรกิจที่มีการคมนาคมสะดวก

2. โรงแรมประจำท่าอากาศยาน ตั้งอยู่ใกล้กับท่าอากาศยาน โดยเฉพาะท่าอากาศยานนานาชาติ ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นนักธุรกิจหรือเป็นผู้โดยสารเครื่องบินที่จำเป็นต้องพักค้างคืนเนื่องจากเที่ยวบินได้รับการยกเลิก หรือเครื่องบินมีปัญหาติดขัดต้องเลื่อนกำหนดการเดินทางออกไป โรงแรมนี้เหมาะสำหรับแขกที่ไม่ต้องการเสียเวลาในการเดินทางเข้าเมือง

3. โรงแรมประเภทห้องชุด เป็นโรงแรมประเภทที่เพิ่งได้รับการพัฒนาขึ้นมาล่าสุดและกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก โรงแรมประเภทนี้จะมีห้องพักเป็นห้องชุดล้วนๆ คือจะมีห้องรับแขกแยกออกจากห้องนอน บางแห่งก็อาจจะมีห้องครัวเล็กๆ ให้โดยมีตู้เย็นและเครื่องต้มต่าง ๆ จัดให้พร้อมอยู่ภายในห้องพักนั้น กลุ่มคนที่ต้องเดินทางบ่อยๆ ก็ชอบโรงแรม

ประเภทนี้เพราะให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน โรงแรมในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นโรงแรมประเภทใด มักนิยมมีห้องชุดนี้ไว้บริการ

4. โรงแรมประเภทพักรออาศัย เป็นธุรกิจโรงแรมที่ผู้พักมักเช่าอยู่เป็นระยะเวลานานๆ จึงต้องมีสัญญาเช่าระหว่างกัน ส่วนใหญ่แขกจะพักคนเดียว โรงแรมประเภทนี้ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา

5. โรงแรมเพื่อการพักผ่อน บุคคลที่ต้องการพักผ่อนหรือใช้เวลาช่วงวันหยุดพักผ่อนประจำปีจะเลือกพักยังโรงแรมประเภทนี้ ซึ่งโดยมากโรงแรมจะตั้งอยู่ใกล้ธรรมชาติ หรือเป็นทำเลซึ่งอยู่ห่างไกลจากชุมชน มีวิวทิวทัศน์สวยงามเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพื่อสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง การบริการต่างๆ ของโรงแรมจะเน้นกิจกรรมการบันเทิงด้านการท่องเที่ยวเสริมเข้าไปมากเป็นพิเศษ เช่น เล่นกอล์ฟ เทนนิส ขี่ม้า เดินป่า สกี โดยเน้นให้มีบรรยากาศแบบสบายๆ เข้ากับธรรมชาตินั้นๆ ให้แขกเกิดติดใจกับกิจกรรมที่สนุกสนานต่างๆ เพื่อจะได้กลับมาพักอีก

6. โรงแรมประเภทให้ที่พักกับอาหารเช้า ที่พักประเภทนี้ ได้แก่ บ้าน ที่พักอาศัยหรืออาคารขนาดเล็กที่มีไม่กี่ห้องนำมาดัดแปลงเป็นที่พักค้างคืนให้บริการแก่ผู้เดินทาง ซึ่งเจ้าของสถานที่จะพักอยู่ในโรงแรมนั่นเองและจะเป็นผู้จัดการด้านอาหารเช้าให้แก่แขกด้วยตนเอง ราคาห้องพักจึงค่อนข้างจะย่อมเยากว่าโรงแรมทั่วไป

7. โรงแรมประเภทแบ่งเวลา มีลักษณะเป็นการซื้อความเป็นเจ้าของห้องพักเป็นระยะเวลาหนึ่ง คนที่เป็นเจ้าของจะมีสิทธิครอบครองห้องพักของตน ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นห้องพักในคอนโดมิเนียม โดยเจ้าของห้องอาจจะนำห้องพักของตนไปให้คนอื่นเช่าก็ได้ โดยผ่านการบริหารจากทางโรงแรมนั้น

8. โรงแรมแบบคอนโดมิเนียม คล้ายคลึงกับประเภทแบ่งเวลาจะต่างกันก็ตรงสภาพความเป็นเจ้าของห้องพักคือ แบบคอนโดมิเนียมแต่ละห้องจะมีเจ้าของคนเดียวเป็นผู้ครอบครองจะมีสิทธิอย่างเด็ดขาด

9. โรงแรมกาสิโน เป็นโรงแรมที่มีบริการด้านการพนัน สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมประเภทนี้จะค่อนข้างหรูหรา กิจกรรมด้านการพนันของโรงแรมเปิดวันละ 24 ชั่วโมง โรงแรมประเภทนี้ในประเทศไทยยังไม่มี เนื่องจากกฎหมายยังไม่เอื้ออำนวย

10. ศูนย์การประชุม เป็นธุรกิจของศูนย์การประชุมมุ่งเน้นที่จะจัดการประชุมกลุ่มใหญ่ๆ จะมีบริการด้านที่พัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการประชุม มักจะตั้งอยู่นอกตัวเมืองจะมีบริการด้านความบันเทิง และการพักผ่อนต่างๆ ให้ด้วย ค่าบริการก็มักจะคิดราคาแบบเหมารวมทุกอย่าง เป็นโรงแรมที่มุ่งสนองความต้องการของผู้จัดประชุม

11. โรงแรมเพื่อการประชุม จะมีขนาดใหญ่กว่าโรงแรมทั่วไปคือ อาจจะมีจำนวนห้องพักมากเป็นพันๆ ห้อง เพื่อมีบริการอย่างเพียงพอสำหรับการประชุมขนาดใหญ่ โรงแรมประเภทนี้จะมีห้องนิทรรศการ ห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ สามารถแบ่งซอยเป็นห้องประชุมขนาดกลางและเล็กได้อีกจำนวนมาก ลูกค้าที่มาประชุมสัมมนาจะเป็นกลุ่มสมาคม สโมสร หน่วยงานราชการ บริษัทต่างๆ

12. ที่พักประเภทอื่นๆ ที่เกิดจากการเรียกร้องของนักท่องเที่ยว แต่อาจไม่ได้เรียกว่าโรงแรม เนื่องจากมีการบริการไม่สมบูรณ์แบบเท่าโรงแรม ราคาต่ำเช่าถูก

13. ที่พักเยาวชน เกิดขึ้นในเยอรมนีเป็นครั้งแรก เป็นการบริการแก่คนหนุ่มสาวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและพบปะสังสรรค์ซึ่งกันและกัน ห้องพักเป็นแบบห้องรวม มีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศทางยุโรปตะวันตก

14. บังกะโล เป็นที่พักลักษณะก่อสร้างเป็นหลักๆ ราคาต่ำเช่าที่พักจะไม่รวมอาหารมื้อเช้า มักตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีจัดไว้ตามอัธยาศัย

15. โมเต็ล เป็นธุรกิจที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะ ตั้งอยู่ริมถนนตามชานเมือง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ขับรถไปเองสามารถเข้าจอดถึงหน้าห้องพัก

16. เกสต์เฮาส์ เป็นธุรกิจที่พักที่นำเอาบ้านพักมาดัดแปลง เพื่อแบ่งเป็นห้องให้นักท่องเที่ยวเข้าพัก โดยเก็บค่าเช่า มักอยู่ในย่านชุมชนในเมืองใหญ่ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อัตราค่าที่พักค่อนข้างต่ำ

17. บ้านพักในหมู่บ้าน หรือบ้านพักในฟาร์ม (home stay, farm stay)

สรุปได้ว่า ประเภทของที่พักจะแบ่งตามที่ตั้ง ขนาด จุดประสงค์ในการพักหรือการใช้บริการ ระดับของบริการ อัตราห้องพัก การใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายแสดงระดับของโรงแรม ซึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าที่โรงแรมคาดว่าจะมาใช้บริการ โดยจะต้องมีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อสามารถดึงดูดการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้ได้

5.3 ความสำคัญของที่พัก

วรรณ วรณานิช (2546, หน้า 33) กล่าวว่า โรงแรมและสถานที่พักเป็นสิ่งสำคัญมากในธุรกิจการท่องเที่ยว เพราะนอกจากนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว มักจะคำนึงถึงเรื่องที่พักเป็นสำคัญด้วย ซึ่งการเลือกที่พักนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว
2. รูปแบบของการท่องเที่ยว
3. ความต้องการ หรือรสนิยมของนักท่องเที่ยว
4. ราคาและมาตรฐานของโรงแรม

5. ที่ตั้งของโรงแรม เนื่องจากโรงแรมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปัจจุบันได้มีการสร้างโรงแรมเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะตามเมืองใหญ่ๆ และเมืองท่องเที่ยว ธุรกิจเกี่ยวกับโรงแรมนี้มีรูปแบบของการประกอบการ 3 รูปแบบคือ

5.1 โรงแรมที่เป็นสาขาและมีชายงานเชื่อมโยงกับโรงแรมในต่างประเทศ ส่วนใหญ่และจะอยู่ในเมืองหลวงและเมืองใหญ่ๆ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

5.2 โรงแรมที่ดำเนินงานโดยคนในประเทศ และจ้างชาวต่างประเทศที่มีความชำนาญให้เป็นผู้บริหารโรงแรมประเภทนี้จะเหมือนกับประเภทแรกและมีอยู่ตามเมืองสำคัญๆ และเมืองท่องเที่ยว

5.3 โรงแรมที่ดำเนินการโดยคนในประเทศ เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ถึงขนาดกลางและขนาดเล็กสร้างขึ้นตามต่างจังหวัด ซึ่งมาตรฐานของโรงแรมจะแตกต่างกันไป

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2551, หน้า 131) กล่าวว่า การขายห้องพักโรงแรม การที่นักท่องเที่ยวได้นอน พักผ่อนเป็นผลิตภัณฑ์หลักและจุดขายหลักที่ให้ประโยชน์พื้นฐานตรงความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

ธนิฐา มณีโชติ (2552, มิถุนายน 12) กล่าวว่า มาตรฐานด้านที่พักเพื่อการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีสถานที่พักระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว การกำหนดระดับคุณภาพของสถานที่พักต่างๆ ถือเป็นเรื่องสำคัญเพราะเป็นการประกันคุณภาพที่พักให้นักท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม และยังเป็นการพัฒนาคุณภาพให้เทียบเท่ามาตรฐานที่พักในระดับสากลอันเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านที่พักอย่างยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

สรุปได้ว่า ที่พัก เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในการท่องเที่ยว เพราะนอกจากจากจะเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวพำนักสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ที่พักยังบ่งบอกถึงสภาพของเศรษฐกิจในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ การกำหนดระดับคุณภาพของสถานที่พักต่างๆ ถือเป็นเรื่องสำคัญเพราะเป็นการประกันคุณภาพที่พักให้นักท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม และยังเป็นการพัฒนาการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านที่พักอย่างยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

6. ข้อมูลข่าวสาร

6.1 ความหมายของข้อมูลข่าวสาร

ธิดารัตน์ ธีร์ (2548, หน้า 5) กล่าวว่า ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การใช้ข้อมูลข่าวสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

คมสัน สุริยะ (2552, พฤษภาคม 24) กล่าวว่า ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว เพื่อให้ผู้โดยสารไม่เกิดความสับสนในการเดินทาง

และสามารถวางแผนล่วงหน้าได้ รวมถึงสถานที่ที่ให้ข้อมูลข่าวสารนั้นต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารสามารถติดตามข่าวสารได้โดยง่าย ไม่ติดประกาศไว้ในที่ลึกลับเกินไป

สุนทร ไชยชนะ (2552, ตุลาคม 4) กล่าวว่า ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง สิ่งที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นเป้าหมายของการคิดและอยู่ในรูปที่แตกต่างกันออกไป เช่น เป็นสิ่งที่มองเห็น ผลจากการตรวจวัดจำนวนตัวเลขและข้อความ ความรู้สึก ความสนใจ ความรู้ หลักการ ทฤษฎี ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่สามารถนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2551, หน้า 109) กล่าวว่า การแจ้งข่าวสารที่มีการรุกเร้าให้ตัดสินใจถือเป็นวิธีการของการประชาสัมพันธ์ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของการโฆษณา เช่น การเปิดให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การจำหน่าย โดยการประชุม การบรรยายนำชมกิจการ การสังสรรค์ระหว่างพนักงาน ตัวแทนจำหน่ายและผู้สื่อข่าว

สรุปได้ว่า ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ข้อมูลที่มีการเปิดเผยให้บุคคลทั่วไปทุกระดับทราบถึงข้อมูลต่างๆ เพื่อเป็นการจูงใจและตัดสินใจให้ใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ได้เปิดเผยโดยวิธีการผ่านสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ เว็บไซต์ หนังสือการท่องเที่ยว

6.2 ลักษณะของข้อมูลข่าวสาร

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544, หน้า 107) กล่าวว่า เครื่องมือของข้อมูลข่าวสารว่าประกอบด้วย

1. การโฆษณา สื่อที่นิยมใช้ เช่น

- 1.1 โทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูงมาก
- 1.2 วิทยุ สามารถส่งข้อมูลไปได้กว้างไกล
- 1.3 หนังสือพิมพ์ ให้ข้อมูลรายละเอียด
- 1.4 นิตยสาร ให้ข้อมูลเฉพาะแก่กลุ่มเป้าหมาย
- 1.5 ป้ายโฆษณา และการโฆษณานอกสถานที่
- 1.6 โฆษณาทางไปรษณีย์ หรือจดหมายตรง
- 1.7 แผ่นพับ ภาพยนตร์ วีดีโอ การจัดแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ

2. การประชาสัมพันธ์

- 2.1 การเผยแพร่ต่อสาธารณชน เช่น การจัดแถลงข่าวสื่อสารมวลชน การสัมภาษณ์บุคคลที่อยู่ในวงการที่เกี่ยวข้อง การจัดทัศนศึกษาเพื่อนำข้อมูลไปโฆษณา
- 2.2 การเข้าร่วมกับชุมชนต่างๆ เช่น ร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญ หรือของประเทศ
- 2.3 การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เช่น งานกีฬา การประกวดแข่งขันต่างๆ

3. การขายโดยบุคคล เป็นการนำเสนอสินค้าและบริการขายตรงไปยังลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวสินค้า และบริการโดยอาศัยพนักงานขาย

4. การส่งเสริมการขาย เช่น การร่วมโฆษณากับผู้ประกอบกิจการธุรกิจท่องเที่ยว การจัดชิงโชค ชิงรางวัล

ธิดารัตน์ คีรี (2548, หน้า 17) กล่าวว่า องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติจะให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว 3 ลักษณะด้วยกัน ได้แก่

1. จัดส่งข้อมูลข่าวสารตามที่นักท่องเที่ยวได้ขอมาทั้งทางโทรศัพท์ ไปรษณีย์ โดยรวมถึงผู้ที่มาติดต่อสอบถามพนักงานด้วยตนเอง อาจมีการสร้างฐานข้อมูลให้ผู้ที่เข้ามาติดต่อสอบถามเพื่อประโยชน์ในด้านการตลาด

2. องค์การจะป้อนข้อมูลให้กับเครือข่ายของสำนักงานข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยวซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศ เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยวทั้งทางโทรศัพท์ จดหมาย และเคาเตอร์ข่าวสาร ซึ่งบางแห่งเปิดให้บริการสำรองห้องพักโดยคิดค่าบริการ

3. เป็นการดำเนินงานผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในประเทศซึ่งเป็นตลาดหลักของการท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนช่วยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว วางแผนรวมทั้งกระจายข่าวสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวที่กำลังซื้อ

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2551, หน้า 109) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ของธุรกิจท่องเที่ยว กระทำได้หลายวิธี ได้แก่

1. การเผยแพร่ต่อสาธารณชน คือการตีพิมพ์บทความต่าง ๆ ของธุรกิจท่องเที่ยวลงในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในตลาดนักท่องเที่ยว อาจไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงในการลงบทความเหมือนการโฆษณาแต่จะเสียค่าใช้จ่ายให้ผู้จัดทำไปหาข้อมูล ได้แก่ การจัดทัศนศึกษา การทำจดหมายแจ้งข่าว การแจ้งข่าวเป็นครั้งคราว การสัมภาษณ์บุคคล การจัดแถลงข่าว สื่อมวลชน

2. การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนต่าง ๆ เช่น การร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญหรือของประเทศ

3. การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เป็นการจัดกิจกรรมเป็นครั้งคราวในโอกาสหรือวาระพิเศษ เช่น งานกีฬา การประกวดแข่งขันต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

สรุปได้ว่า ลักษณะของข้อมูลข่าวสาร เป็นเครื่องมือในการให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ การโฆษณา สื่อที่นิยมใช้ ได้แก่ 1) โทรทัศน์ 2) วิทยุ 3) หนังสือพิมพ์ 4) นิตยสาร ให้ข้อมูลเฉพาะแก่กลุ่มเป้าหมาย 5) ป้ายโฆษณา และการโฆษณานอกสถานที่ 6) โฆษณาทางไปรษณีย์ หรือจดหมายตรง 7) แผ่นพับ ภาพยนตร์ วีดิโอ การจัดแสดงสินค้าและการประชาสัมพันธ์ สื่อที่นิยมใช้ที่สุด คือ การเผยแพร่ต่อสาธารณชน เช่น การ

จัดแสดงข่าวสารสารมวลชน การจัดทัศนศึกษาเพื่อนำข้อมูลไปโฆษณา การเข้าร่วมกับชุมชนต่างๆ เช่น ร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญหรือของประเทศ เป็นต้น

6.3 ความสำคัญของข้อมูลข่าวสาร

ทายาท กิตติกุล (2540, หน้า 22-23) กล่าวว่า การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวจะเป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการในการเดินทางที่จะท่องเที่ยวโดยผ่านกระบวนการตัดสินใจแบบจำลองพฤติกรรมของผู้ซื้อ ซึ่งเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดความต้องการ

เสรี วงษ์มณฑา (2542, บทนำ) กล่าวว่า สื่อที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอันก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพพจน์ที่ดี

ฐิติทธิ์ ชูชาติ (2544, หน้า 68-73) กล่าวว่า การโฆษณา หมายถึง การนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องขององค์กรและ/หรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรไปยังผู้สนใจโดยผ่านสื่อสารมวลชน ดังนั้นสื่อกลางในการโฆษณา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ วัตถุประสงค์ของการโฆษณา เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้สนใจ เช่น โรงแรม โฆษณาการบริการต่างๆ ภายในโรงแรม ได้แก่ ห้องพัก ห้องประชุม ห้องอาหารหรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์ในการโฆษณาเพื่อชักชวนให้บุคคลมาใช้บริการเพิ่มขึ้นอีก หลังจากแนะนำหรือเปิดกิจการแล้วและมีการโฆษณาเพื่อเตือนความทรงจำของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าคิดถึงผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่เคยใช้อยู่แล้วให้อยู่ในความทรงจำตลอดไป

ฉล่องศรี พิมลสมพงศ์ (2544, หน้า 107) กล่าวว่า ข้อมูลข่าวสารว่าในการทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและรับรู้ จำเป็นต้องมีสื่อติดต่อระหว่างผู้ผลิตและลูกค้าตลาดเป้าหมายเพื่อแจ้งข่าวสารหรือจุดใจให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมที่ดี

วรรณ วรณานิธิ (2546, หน้า 25) กล่าวว่า ความสำคัญของข้อมูลข่าวสารไว้ว่า ข้อมูลและข่าวสารเป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เช่น หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่และเอกสารแนะนำต่างๆ ดังนี้

1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว เช่น รายการเทศกาลท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ หรือฤดูกาลของการท่องเที่ยวแต่ละภาค เช่น เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง แข่งเรือ เป็นต้น
2. การส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ๆ โดยเผยแพร่เกี่ยวกับการนำเที่ยว
3. อบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ เป็นการให้ความรู้แก่บุคคลที่สนใจในอาชีพการนำเที่ยวและเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

4. รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว

5. จัดทำแผนที่เส้นทาง และแผนที่สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่ เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการเดินทางท่องเที่ยว

สมาน งามสนิท (2547, หน้า 101-103) กล่าวว่า การนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีวัตถุประสงค์ที่จะให้ประชาชนผู้รับสารทั้งที่เป็นสังคมเมือง สังคมชนบทได้เปิดหูเปิดตา เปิดโลกทัศน์ของตนให้กว้างไกลยิ่งขึ้น ให้ประชาชนได้รู้ ได้เห็น สิ่งที่ไม่เคยรู้ไม่เคยเห็น ส่วนสิ่งที่รู้หรือเคยเห็นแล้วแต่ยังไม่เข้าใจชัด จะได้เข้าใจชัดแจ่มยิ่งขึ้นเกิดการเรียนรู้ เกิดปัญญาและนำไปเป็นแนวทางดำเนินชีวิตของตนเองได้

ธิดารัตน์ คีรี (2548, หน้า 16) กล่าวว่า ระบบข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก่อน และขณะเดินทางท่องเที่ยว

อดุลย์ จาตุรงค์กุล, คลยา จาตุรงค์กุล, และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล (2546, หน้า 312) กล่าวว่า ลูกค้านต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ต้องการซื้อ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำคำสั่งซื้อและกิจกรรมต่างๆ ของลูกค้า อินเทอร์เน็ตช่วยสามารถเพิ่มความรู้ในลักษณะของบริการเสริม เว็บไซต์ที่มีการออกแบบมาเป็นอย่างดีจะช่วยทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่ต้องการเกี่ยวกับบริษัทและบริการ รวมถึงบริการหลายอย่างที่เป็นข้อสงสัย

วิษณุ สุวรรณเพิ่ม (2548, หน้า 145) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การ หน่วยงาน สถาบัน บริษัทของตนเองให้ประชาชนทั้งกลุ่มเป้าหมาย สมาชิกและผู้รับสารโดยทั่วไปให้เข้าใจในผลผลิตของหน่วยงานนั้นให้ชัดเจนและให้เชื่อมั่นศรัทธา ผลผลิตที่ออกสู่สายตาประชาชนส่งเสริมให้เป็นที่ยอมรับ จดจำชื่อเครื่องหมายสัญลักษณ์ ได้เป็นเวลานานอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า ข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการท่องเที่ยวอีกปัจจัยหนึ่ง เพราะข้อมูลข่าวสารเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ตนได้รับรู้มา ซึ่ง ได้แก่ หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว เว็บไซต์ เอกสารผ่านพับ ฯลฯ เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ค้นคว้าจากสถาบันต่างๆ ในประเทศไทย ซึ่งกล่าวไว้ดังนี้

รจยา คำพรรณ (2546, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท สถานภาพโสด ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคใต้ และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวระหว่าง 3-4 คน มุ่งเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวด้านกายภาพและจิตวิทยา ด้านวัฒนธรรมและการศึกษา ด้านเศรษฐกิจและสังคม และด้านปัจจัยผลักดันอื่นๆ มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะความต้องการสักการะพระบรมสารีริกธาตุ ณ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร มีความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช และมีความถี่ในการเดินทางโดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้งภายในรอบระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ส่วนใหญ่เดินทางร่วมกับครอบครัวหรือเพื่อนสนิทโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมักจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีระยะเวลาพักค้างแรมในระหว่างท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 3 วัน ส่วนใหญ่จะพักค้างแรมบ้านของคนรู้จัก มีการแสวงหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากคนรู้จัก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉลี่ยประมาณ 3,772 บาท ปัญหาการท่องเที่ยวที่พบมากที่สุดคือถนนแคบ พื้นผิวถนนขรุขระ การเชื่อมต่อของถนนขาดความต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และมีความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถานและประวัติศาสตร์ และสถานที่ท่องเที่ยวทางประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพการสมรส และภูมิภาคที่อาศัยแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพการสมรส และภูมิภาคที่อาศัยแตกต่างกันมีความประทับใจต่อประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ธิดารัตน์ คีรี (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 15-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีอาชีพเป็นนักศึกษาและอาศัยอยู่ที่

กรุงเทพมหานคร เหตุผลในการเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เพราะคำชวนจากเพื่อน หรือญาติ ช่วงเวลาการเดินทางส่วนใหญ่เป็นช่วงวันหยุดปลายสัปดาห์ มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยเลือกที่พักเป็นเต็นท์ที่ให้บริการ ณ จุดต่างๆ บนอุทยาน ระยะเวลาที่มาพัก 1 คืน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการมาเที่ยว โดยบุคคลที่ร่วมท่องเที่ยวด้วยเป็นกลุ่มคนเฉพาะครอบครัว ปักจายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มากที่สุด คือ ปักจายด้าน สถานที่ท่องเที่ยว ในด้านความสวยงาม สงบ และเป็นธรรมชาติเมื่อนำปักจายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เปรียบเทียบกับตัวแปรอิสระในภาพรวม พบว่าเพศ อายุ รายได้ อาชีพ และที่อยู่อาศัย ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน สถานภาพสมรส พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และระดับการศึกษา พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการรณ นุชพันธุ์ (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ ระหว่าง 20 ถึง 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 5,000 ถึง 10,000 บาท ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว ด้านการบริหารของบุคลากรที่ประจำแหล่งท่องเที่ยวและด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย

สมภารณ์ คงเจริญกาย (2548, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจากการบอกของญาติและเพื่อนแนะนำที่เข้ามาท่องเที่ยวก่อนแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเข้ามาไหว้พระตามวัดต่างๆ ซึ่งจะเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่จำนวน 2-4 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ด้วยการใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว และเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ผู้เข้ามาท่องเที่ยวมักจะจ่ายใช้สอยซื้อของเบ็ดเตล็ด จำนวนเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวตามสถานที่เป็นการเดินเท้าเที่ยวชม สถานที่ต่างๆ มีอาณาบริเวณใกล้เคียงกัน มุ่งเน้นความสนใจด้านโบราณสถาน ส่วนการจัด กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้เข้ามาท่องเที่ยวคือ การจัดงานมรดกโลก โดยรับทราบข้อมูลการจัดงานจากทางวารสารการท่องเที่ยว และผู้เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกครั้ง ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่อด้านสถานที่

ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรม พบว่า พฤติกรรมความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว การเดินทาง ลักษณะค่าใช้จ่ายในการเข้ามาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ และการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ศศิภัค คำนิล (2549, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนที่เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ผลการศึกษาพบว่า ในการท่องเที่ยวครั้งนี้เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์เป็นจุดหมายปลายทางของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ โดยมาเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์เป็นครั้งแรกเพื่อพักผ่อนส่วนตัวกับครอบครัวและญาติ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคมมากที่สุด โดยขั้วรถยนต์ส่วนตัวและไม่พักค้างแรม มีค่าใช้จ่ายด้านอาหารต่ำกว่า 300 บาท ด้านการเดินทางต่ำกว่า 500 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบเรื่องเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด สำหรับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์มากที่สุด คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ การทดสอบสมมติฐาน พบว่าความถี่ในการท่องเที่ยวสัมพันธ์กับเพศอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่วงเดือนที่ต้องการท่องเที่ยวสัมพันธ์กับ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและของที่ระลึกสัมพันธ์กับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายการเดินทางสัมพันธ์กับอายุสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. งานวิจัยต่างประเทศ

แมคอินทอช, และโกลด์เนอร์ (McIntosh, & Goeldner, 1990, abstract) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการเต็มใจยอมรับประสบการณ์ใหม่ ซึ่งจะมีผลให้เกิดความแตกต่างด้านสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้ที่มีระดับในการศึกษาสูงจะมีความอยากรู้อยากเห็นสูง เมื่อถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการก็จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยจะแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวหรือเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่พึงพอใจ

สก๊อต (Scott, 2004, abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมของรัฐแมสซาชูเซตส์หลังจาก 11 กันยายน 2001 พบว่าพฤติกรรมความเข้าใจและนโยบายการท่องเที่ยวอุตสาหกรรมของรัฐแมสซาชูเซตส์ชบเซามีการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงหลังจากถูกผู้ก่อการร้ายโจมตี เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2001 ทำให้เศรษฐกิจตกต่ำ ผู้นำจึง

พยายามโฆษณาในเรื่องเศรษฐกิจมากกว่าการท่องเที่ยวและตั้งแต่ปี ค.ศ.2000 มีการดำเนินการทำป้ายโฆษณาอยู่มากมาย โดยมีความหวังจะทำกำไรหลังการโจมตีในวันที่ 11 กันยายน แต่การเกิดโรคซาร์ระบาด สงครามในอัฟกานิสถาน ไม่ทำให้การท่องเที่ยวกลับมาเป็นเหมือนเดิม

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคนไทย มีปัจจัยและความต้องการที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพความแตกต่างของแต่ละบุคคล ซึ่งในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งสำหรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงสภาวะการได้ต่างๆ และจากการศึกษาวิจัย ทำให้ทราบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ ด้านภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสังคม และวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทำให้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มนักศึกษา วัยทำงาน จะมีการกำลังในการซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นกลุ่มมีอำนาจในการต้องการแสวงหาประโยชน์ต่อสุขภาพเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคลและกำหนดความพึงพอใจของตนเอง