

บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในจังหวัดนครปฐม” มีแนวประเด็นในการตรวจเอกสาร ตำรา หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมายและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว
2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
3. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
4. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว
5. การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
6. ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) ได้อธิบายถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ดังนี้ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวปีละเป็นจำนวนมาก และเป็นรายได้ที่ได้มาโดยมิต้องเสียทรัพยากรธรรมชาติแต่อย่างใดเลย ผิดกับอุตสาหกรรมอื่นที่ต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นวัตถุดิบส่งออกไปขายแลกเอาเงินตราต่างประเทศกลับเข้ามา อีกทั้งรายได้จากการท่องเที่ยวโดยธรรมชาติย่อมกระจายไปยังประชาชนในท้องถิ่นและธุรกิจภาคเอกชนในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ ช่วยแก้ไขปัญหการว่างงานและลดช่องว่างของรายได้ให้กับประชาชนได้ดีที่สุดทางหนึ่ง นอกจากนี้ ยังได้รายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศมาช่วยแก้ปัญหาดุลชำระเงินและสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

ทุกประเทศยอมรับกันว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ประโยชน์มากมายในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เพราะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ลงทุนน้อย แต่ผลกำไรที่ได้รับมากมายหลายเท่าทวีคูณ โดยใช้วัตถุดิบอันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยวที่ไม่มีวันหมดสิ้น อีกทั้งการลงทุนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายจ่ายที่ไม่ได้สูญหายไปไหน หากแต่เป็นการลงทุนทางเศรษฐกิจเพื่อช่วยกระตุ้นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในสวน

ภูมิภาคให้ปรับตัวเข้าสู่ระดับเดียวกัน พร้อมทั้งยังช่วยเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมและเกียรติภูมิของประเทศให้ประจักษ์แก่ชาวโลกมากขึ้น

ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 และได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทาง (travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ

- 1) การเดินทาง หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือไกลก็ได้
- 2) จุดหมายปลายทาง หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือน และใช้เวลาช่วงหนึ่งอยู่ที่นั่น ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอ สำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน
- 3) ความมุ่งหมาย หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ ที่มีไว้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

จึงเห็นได้ว่า การท่องเที่ยว เป็นเรื่องของการเดินทาง ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางที่ชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิใช่ด้วยการถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติ ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น

2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ เพราะองค์ประกอบนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้วยังเป็นผลดีแก่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปด้วย กิจกรรมทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบ

หลายอย่าง ทั้งนี้ วรรณภา วงษ์วานิช (2546) ได้ศึกษาถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว และได้จำแนกออกเป็น 7 องค์ประกอบ ประกอบด้วย

1. นักท่องเที่ยว
2. สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว
3. การคมนาคมขนส่ง
4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ
5. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง
6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน
7. การสนับสนุนอื่น ๆ

นักท่องเที่ยว

เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย สิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. **ลักษณะของนักท่องเที่ยว** จำแนกออกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติ สัญชาติ
2. **การกระจายของนักท่องเที่ยว** นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศใดบ้าง มีจำนวนมากน้อยเพียงใด
3. **กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว** เช่น เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อการประชุม พักผ่อนหย่อนใจ การแข่งขันกีฬา การเจรจาธุรกิจ หรือ เยี่ยมญาติ
4. **ฤดูกาลท่องเที่ยว** นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในฤดูใดมาก ฤดูใดน้อย
5. **ทัศนคติของนักท่องเที่ยว** มีทัศนคติต่อประเทศที่ตนไปเที่ยวมาอย่างไร

สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว

สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือ เป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการหลายประเภท ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อัญมณีไมตรี สาธารณูปโภคต่าง ๆ สินค้าเหล่านี้มีคุณสมบัติแตกต่างกัน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาในการจัดการต่างกัน เช่น

ประการแรก สินค้าการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรธรรมชาติ มักมีลักษณะเป็นสินค้า สาธารณะตัวอย่าง เช่น ชายหาด น้ำตก ภูเขา และสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งต้นทุนในการ จัดการและรักษาสินค้าท่องเที่ยวประเภทนี้จะสูง

ประการที่สอง ความปลอดภัยและสาธารณสุขปโภค เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสินค้า ท่องเที่ยว สินค้าประเภทนี้ต้องใช้ทุนสูงมาก สิงคโปร์เป็นตัวอย่างที่ดีของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ ปราศจากการจูงใจ แต่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ถึงปีละ 5 ล้านคน ความสำเร็จนี้เป็นผลมา จาก การมีประสิทธิภาพของระบบสาธารณสุขปโภค เช่น การสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบการ คมนาคม และการบริหารด้านสุขอนามัย สาธารณสุขและระบบความปลอดภัย

ประการที่สาม คนและวัฒนธรรมท้องถิ่น นับเป็นส่วนประกอบที่สำคัญสำหรับการ ท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ หลายอย่าง เช่น ประเภทที่ใช้ทุน แรงงาน หรือวัฒนธรรม แต่ผู้ผลิตสินค้าประเภทหลังอาจจะไม่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ในบางกรณี ยังได้รับผลเสียจากการท่องเที่ยวอีกด้วย สินค้าประเภทนี้ จะมีผู้ประกอบการทั้ง ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก

สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว จะต้องเป็นสิ่งซึ่งนักท่องเที่ยวไปเที่ยวแล้วเกิดความ ประทับใจ เพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าในด้านต่าง ๆ หลายอย่างที่ทำให้ความรู้ ความเพลิดเพลินแก่ นักท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าต่าง ๆ ดังนี้

1. **คุณค่าทางวัฒนธรรม** เช่น มีสิ่งที่น่าสนใจด้านโบราณคดี ประวัติศาสตร์ สถาบันทาง การเมือง สถาบันทางการศึกษา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อนุสาวรีย์ สิ่งก่อสร้างใหม่
2. **วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน** เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะต่าง ๆ การละเล่นพื้นเมือง และหัตถกรรมต่าง ๆ
3. **ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพต่าง ๆ** เช่น ภูเขา แม่น้ำ น้ำตก ทะเล ป่าไม้ สัตว์ป่า อุทยาน แห่งชาติ ฯลฯ
4. **สถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ** เช่น การแข่งขันกีฬา การแสดงต่าง ๆ สวนสนุก สวนสัตว์ ซีวิดิยามราตรี เป็นต้น
5. **ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ** เช่น อากาศเย็นสบาย ไม้ร้อนจัด หนาวจัด

การคมนาคมขนส่ง

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งในเรื่องการคมนาคมจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. **รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง** การคมนาคมขนส่งแต่ละรูปแบบจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของการประกอบการ และตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. **การคมนาคมสู่แหล่งท่องเที่ยว** สภาพการเดินทางสะดวก ปลอดภัย รวดเร็วและมีมาตรฐานดีอย่างน้อยแค่ไหน
3. **การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึงรูปแบบและมาตรฐานของการคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยวมีจำนวนเพียงพอหรือไม่ คุณภาพและมาตรฐานของยานพาหนะ ตลอดจนความสะดวกและความปลอดภัย
4. **แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว** พิจารณาว่า เป็นแบบใด เช่น แบบเป็นหมู่คณะ กลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ ยานพาหนะที่ใช้เป็นของส่วนตัวหรือของสาธารณะ
5. **บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการใช้ยานพาหนะประเภทนั้น ๆ** เช่น สถานีขนส่ง หรือบริการต้นทาง ปลายทาง ปลายทาง
6. **รูปแบบ หรือปัญหาการจราจร** ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ กรุงเทพฯ เป็นปัญหาสำคัญทั้งต่อชาวกรุงเทพฯ ซึ่งประเทศคู่แข่งทางการท่องเที่ยวของไทยมักจะใช้ปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ เป็นเครื่องชี้ถึงข้อเสียของการท่องเที่ยวของไทย

ข้อมูลข่าวสารและการบริการ

ข้อมูลข่าวสารเป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่ และเอกสารแนะนำต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น

1. **การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว** เช่น รายการเทศกาลท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ หรือฤดูกาลของการท่องเที่ยวแต่ละภาค เช่น เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง แข่งเรือ เป็นต้น
2. **การส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ ๆ** โดยเผยแพร่เอกสารการนำเที่ยวแก่ชุมชน

3. **อบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์** เป็นการให้ความรู้แก่บุคคลที่สนใจในอาชีพการ
จัดนำเที่ยว และเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว
4. **รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง** จัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่แก่นัก
ท่องเที่ยว
5. **จัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง**
จัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่ เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการเดินทางท่องเที่ยว

สิ่งสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยวอีกประการหนึ่งคือ การบริการ ซึ่งจะประกอบด้วย
การบริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. **ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว** ได้แก่ โรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท ที่พักแรมกลางแจ้ง
บังกะโล สถานที่พักจะต้องสะอาด สะดวกสบาย ปลอดภัย ราคาเหมาะสมกับที่พักแต่ละประเภท
2. **อาหารและเครื่องดื่ม** คำนึงถึงในด้านคุณภาพ สะอาดถูกหลักอนามัย มีคุณค่าทาง
อาหาร มีประโยชน์แก่ร่างกาย และราคาไม่แพง
3. **ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง** มีคุณค่าทางวัฒนธรรมควรแก่การเก็บรักษา มี
ความสวยงาม ราคาไม่แพง รวมทั้งบริการด้านบรรจุหีบห่อ
4. **บริการด้านสถานที่จอดรถ** ควรมีขนาดกว้างขวาง เข้าออกสะดวกปลอดภัย มี
หลายบริเวณ
5. **บริการด้านสถานที่และอุปกรณ์สำหรับออกกำลังกาย** ควรมีทุกรูปแบบให้
เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท และเหมาะสมกับสถานที่

ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง

ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งทีธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงมากที่สุด อาจจะ
กระทำได้หลายอย่าง เช่น

1. การแนะนำเจ้าของท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เมื่อได้รับความเดือดร้อน
2. การแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องการป้องกันและระมัดระวังตน เพื่อมิให้ได้รับ
อันตรายในด้านต่าง ๆ
3. กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
4. ขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย
แก่นักท่องเที่ยว

5. จัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือและให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง ควรจะมีการอำนวยความสะดวกในเรื่องการบริการการเข้าเมืองของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ตั้งแต่ก้าวแรกที่ได้เดินทางเข้าสู่ประเทศนั้น ๆ โดยให้ความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. ระเบียบพิธีการเข้าเมือง เช่น การทำวีซ่า และศุลกากร
2. การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร
3. บริการการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานีขนส่งกับที่พัก
4. การอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ หรือสถานที่ขนส่งกับที่พัก

องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน

เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และก่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็วในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

1. การไฟฟ้า มีเพียงพอและใช้การได้ดี ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการ รวมทั้งมีความปลอดภัยด้วย
2. การประปา สะอาดถูกหลักอนามัย และมีปริมาณเพียงพอแก่การบริการ
3. การสื่อสาร โทรเลข โทรศัพท์ โทรสาร สะดวก รวดเร็ว และมีปริมาณของหน่วยบริการเพียงพอ
4. ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ
5. สถานพยาบาลและโรงพยาบาลต่าง ๆ ทันสมัย รวดเร็ว ปลอดภัย และค่ารักษาพยาบาลอยู่ในอัตราที่ยุติธรรม

การสนับสนุนอื่น ๆ

เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยว เช่น การเงินการธนาคาร ระเบียบต่าง ๆ สถานศึกษาหรือแหล่งค้นคว้าทางด้านต่าง ๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีต่อกัน

ทั้งนี้ การวิจัยในครั้งนี้ จะศึกษาถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 7 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 1.นักท่องเที่ยว 2.สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว 3. การคมนาคมขนส่ง 4.ข้อมูลข่าวสารและการบริการ 5.ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง 6.องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน และ 7.การสนับสนุนอื่น ๆ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละองค์ประกอบให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

3. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ
2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และโบราณสถานและโบราณวัตถุ
3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณี

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยเกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติ ที่มีความสวยงามน่าสนใจต่อการเดินทางไปเที่ยวชม ซึ่งรวมถึงบริเวณที่มนุษย์เข้าไปปรับปรุงแต่งเพิ่มเติมจากสภาพธรรมชาติในบางส่วน อาทิเช่น ทะเล หุบเขา ริมแม่น้ำ น้ำตก บ่อน้ำร้อน เกาะแก่ง อุทยาน ฯลฯ

2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถานและโบราณวัตถุ

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นนั้นๆ ในสมัยโบราณมีความเจริญด้านใดบ้าง และเหลือเป็นมรดกทอดมาอย่างชนรุ่นหลังอย่างไรบ้าง จึงมีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือนพื้นที่นั้น สามารถแบ่งแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุออกเป็น 2 ประเภทย่อยได้ดังต่อไปนี้

2.1 ประเภทโบราณสถาน เป็นสถานที่ที่มีอายุนับร้อยปี หรือโดยลักษณะแห่งการก่อสร้างหรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของสถานที่นั้น เป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือโบราณคดีสำหรับโบราณสถานของไทยนั้น กรมศิลปากรได้แบ่งไว้เป็น 7 ประเภท คือ

1) โบราณสถานสัญลักษณ์แห่งชาติ หมายถึงโบราณสถานที่มีความสำคัญสูงสุด หากชาติขาดซึ่งโบราณสถานนั้นไป จะเป็นการสูญเสียอย่างใหญ่หลวง เช่น พระบรมมหาราชวัง พระธาตุคุดอยสุเทพ พระธาตุพนม เป็นต้น

2) อนุสาวรีย์แห่งชาติ หมายถึง อนุสรณ์สถานที่ได้สร้างเพื่อบุคคล หรือเรื่องราวที่สำคัญยิ่งในประวัติศาสตร์ หรือเป็นที่เคารพอย่างสูงในชาติ ซึ่งประชาชนจะต้องร่วมรำลึกด้วยกัน เช่น องค์พระแก้วมรกต พระพุทธสิหิงค์ ศาลหลักเมือง เป็นต้น

3) อาคารสถาปัตยกรรมแห่งชาติ หมายถึง อาคารสิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรม และวิศวกรรม อันทรงไว้ซึ่งคุณค่าอย่างสูงทางศิลปะ ซึ่งแสดงถึงการประดิษฐ์คิดค้นใหม่ๆ ในยุคอดีตที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน หรือเกี่ยวพันกับบุคคลสำคัญหรือเหตุการณ์สำคัญของชาติ เช่น พระที่นั่งอนันตสมาคม สะพานพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก สนามหลวง

4) ย่านประวัติศาสตร์ หมายถึง พื้นที่ที่มีความหนาแน่นทางสถาปัตยกรรม เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การวางผังเมือง และสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีอาคารสิ่งก่อสร้าง ถนนหนทางและองค์ประกอบอื่น ๆ ในพื้นที่รวมอยู่ด้วย ทำให้พื้นที่นั้นจัดอยู่ได้หนึ่งในลักษณะต่อไปนี้ คือ ย่านประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม ย่านประวัติศาสตร์การพาณิชย์ ย่านประวัติศาสตร์อุตสาหกรรม ย่านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และย่านโบราณคดี

5) อุทยานประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง พื้นที่ที่มีเนื้อหาทางประวัติศาสตร์ องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม รวมทั้งสภาพแวดล้อม ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น อันทำให้สาระทางประวัติศาสตร์ยังคงดำรงไว้ได้ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร เป็นต้น

6) นครประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง เมืองหรือนครที่มีแบบอย่างทางวัฒนธรรม สาระสำคัญทางประวัติศาสตร์ และองค์ประกอบของเมืองสถาปัตยกรรม วิศวกรรม หรือชีวิตความเป็นอยู่

7) ซากโบราณสถานและแหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง แหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์และซากโบราณสถาน ซึ่งเป็นหลักฐานแสดงประวัติศาสตร์อันสำคัญยิ่งของชาติในอดีต

2.2 ประเภทโบราณวัตถุ เป็นสิ่งประดิษฐ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือที่เป็นส่วนหนึ่งของโบราณสถาน ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของวัตถุนั้น เป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือโบราณคดีในแต่ละจังหวัด หรือแต่ละประเทศอาจจะเก็บสะสมไว้ในพิพิธภัณฑสถานหรือสถานที่เก็บแบบอื่น ๆ เพื่อให้ประชาชนเข้าชม

อันเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงประวัติศาสตร์อันยาวนานของประเทศ และเป็นความภาคภูมิใจของประชาชนในท้องถิ่นที่ได้พบโบราณวัตถุล้ำค่าเหล่านั้น เช่น ภาพเขียนโบราณ สมบัติโบราณ เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณี

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมแต่ละกลุ่มชนที่มีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมที่มีผลต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน อาจแยกออกเป็นประเภทย่อยที่สำคัญได้ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

ประเภทศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ชุมชน หมู่บ้าน เรือนแพ ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้าน ดนตรีพื้นเมือง สินค้าพื้นเมือง ไร่สวน เหมือง วิถีชีวิต ทัศนียภาพไมตรีของประชาชน เป็นต้น

ประเภทประเพณี ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแห่เทียนพรรษา เทศกาลกินเจ ประเพณีลอยกระทง งานบุญบั้งไฟ เป็นต้น

ประเภทกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมแข่งขันกีฬา กิจกรรมบันเทิง สวนสนุก สวนสาธารณะ เฉพาะทาง สนามกอล์ฟ สนามแข่งรถ เป็นต้น สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น ควรเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้ในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นควบคู่ไปกับการได้รับความเพลิดเพลิน ซึ่งมีกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอยู่หลายกิจกรรม เช่น การเดินป่า การศึกษาธรรมชาติ การเลี้ยงสัตว์ การดูนก การพายเรือ การดำน้ำ การตั้งแคมป์ การตกปลา การแสวงบุญ เป็นต้น

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ จึงได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ประกอบด้วย 1.แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ 2.แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และโบราณสถานและโบราณวัตถุ และ 3.แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณี ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงควรมีแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อความเหมาะสมของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

4. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ศึกษาถึงความหมายและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ดังนี้

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งขบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว บริษัทการบิน ญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลการเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ที่พัก การคมนาคม ความปลอดภัย ฯลฯ

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้เห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การบริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากกระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์

ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการ ตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

- 1) จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
- 2) จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
- 3) จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด
- 4) จะไปท่องเที่ยวกับใคร
- 5) จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร
- 6) จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
- 7) จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน
- 8) จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่าย ชื่อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นนี้ ผู้จะเดินทางท่องเที่ยวก็ต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วยานพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง จัดทำเอกสารเดินทาง

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยว จนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจนถึงที่พัก อาหารการกิน และอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นการเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1) มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวกที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และ

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

- 2) ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็เกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดี อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

5. การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงความสามารถหรือความพร้อมของสถานที่เป็นอันดับต้นว่ามีอยู่มากน้อยเพียงใด สมควรต่อการพัฒนาหรือปรับปรุงในระดับใดที่จะเหมาะสม นอกจากนี้ หากมีแหล่งท่องเที่ยวกระจุกกระจายอยู่เป็นจำนวนมาก แต่เมื่อมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเกิดขึ้นก็จะประสบปัญหาข้อจำกัดในด้านที่เกี่ยวข้อง อาทิ กำลังบุคลากร เครื่องมือเทคโนโลยี และงบประมาณในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการคัดเลือกเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Potential) หรือความสามารถในการรองรับการพัฒนาสูงหรือ จัดอยู่ในอันดับแรก ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี และค่าใช้จ่ายเพียงพอกับวงเงินงบประมาณที่มีอยู่

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว อาจแบ่งหลักเกณฑ์ในการพิจารณาได้เป็น 2 ประเด็นใหญ่ คือ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยว และความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้น คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความสวยงามน่าประทับใจของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติหรือความยิ่งใหญ่โอฬาร ความเก่าแก่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์/ศาสนา หรือความแปลกเด่นไม่เหมือนใครของแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม/กิจกรรม ซึ่งคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยว จะทำให้เห็นถึงความสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวหรือชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ส่วนความพร้อมด้านการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสภาพถนนที่เข้าถึง ชื่อเสียงความเป็น

ที่รู้จักทั่วไป การมีร้านค้า เครื่องดื่มหรือสุขาบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวสูง ย่อมจะมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวต่ำ ฉะนั้นโอกาสในการพัฒนาย่อมมีมากกว่าด้วย

ดังนั้น การจัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องกำหนดหลักเกณฑ์โดยพิจารณาคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัววัดศักยภาพออกมา แล้วนำมาเปรียบเทียบกันในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดเพื่อจัดลำดับความสำคัญของศักยภาพที่มีอยู่ ซึ่งทำให้การเลือกสรรแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งขึ้นมา พัฒนาตามลำดับก่อนหลังได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับข้อจำกัดของบุคลากร เครื่องมือ และงบประมาณที่พึงมีอยู่ แนวคิดในการจัดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว มีการพิจารณาจากองค์ประกอบใหญ่ ๆ ดังนี้

1. **คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง สาระที่เป็นแก่นแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นคุณค่าหรือความสำคัญที่มีอยู่ อันจะยังผลเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและเป็น สิ่งตอบสนองความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว ลักษณะคุณค่าเหล่านี้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะมีมากน้อยไม่ทัดเทียมกัน เช่น ชายทะเลซึ่งมีภูมิทัศน์สวยงามด้วยเกาะแก่ง หาดทรายขาว และน้ำทะเลใสสะอาด ย่อมจะมีคุณค่ามากกว่า ชายทะเลที่มีภูมิทัศน์ธรรมดาหรือพบเห็นได้ทั่วไป หาดทรายโคลน และน้ำทะเลขุ่น หรือวัดที่มีโบราณวัตถุโบราณสถานเป็นแบบสถาปัตยกรรมเก่าแก่ มีประวัติเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์ ก็ย่อมจะมีคุณค่ามากกว่าวัดที่สร้างตามแบบสถาปัตยกรรมสมัยใหม่และไม่มีประวัติความเป็นมาน่าสนใจ เป็นต้น

2. **ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง สิ่งหรือส่วนประกอบของสถานที่แห่งนั้นที่จะต้อนรับ นักท่องเที่ยว หรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมาสู่สถานที่แห่งนั้น ซึ่งแม้ว่าความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ใช่สิ่งดึงดูดใจหรือสิ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น ซึ่งขอกำหนดให้ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลักษณะใหญ่ ๆ 5 ลักษณะย่อย ได้แก่ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน

การจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยว และคุณค่าแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว

1. ความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยว

1.1 สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลาง การท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทางเท้า สภาพของเส้นทางเชื่อมอำนวยความสะดวกเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และค่าว่าจ้างแพหรือถูก เป็นต้น ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึง อาจพิจารณาได้จาก ความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสภาพถนน

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวก อาจพิจารณาได้จาก ระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมาย และระบบการจัดการ

1.3 สภาพแวดล้อม หมายถึง สิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยว ที่รวมทั้งตั้งแต่สภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ เช่น สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ควัน สภาพน้ำตามแหล่งน้ำชุมชน หรือ ใสสะอาด และความสะดวกอื่น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ทั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเอง และบริเวณข้างเคียง หากสภาพแวดล้อมเกิดเป็นปัญหาจนเป็นไปได้ในลักษณะมลภาวะ ย่อมจะส่งผลดีให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดสภาพเสื่อมโทรม ลดคุณค่า และลดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพแวดล้อม อาจประกอบด้วย การสูญเสียลักษณะเด่น ความเสื่อมโทรม ความสกปรก

1.4 ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว หมายถึง อุปสรรคหรือข้อขัดข้องในการใช้สถานที่แห่งนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละไม่มาก ถ้ามีนักท่องเที่ยวมากในที่พัก น้ำประปา ไฟฟ้า จะบริการได้ไม่เพียงพอ ปัญหาความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ปัญหาผู้ก่อการร้าย ข้อจำกัดเป็นเขตหวงห้ามของราชการหรือเอกชน เป็นต้น ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว อาจประกอบด้วย ความสะดวกในการเข้าชม เป็นเขตราชการที่ต้องขออนุญาต ความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว

1.5 ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ใน กลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปในปัจจุบัน ซึ่งได้จากการออกแบบสอบถาม นักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และวัดจากจำนวน นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว อาจพิจารณาได้จากข้อมูลจากการสอบถามนักท่องเที่ยวและประชาชนที่อยู่ใกล้เคียงจำนวนนักท่องเที่ยว

2. **คุณค่าแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง สาระที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือนทุนเดิมของสถานที่แห่งนั้น ที่สามารถสร้างความสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยือนได้ ลักษณะคุณค่าเหล่านี้ ได้แก่ ความเป็นมา ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว สุนทรียภาพ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ที่ทรงคุณค่าของโบราณสถาน และกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยว

6. ผลิตภันท์ทางการเกษตร

ระดับของผลิตภันท์

ผู้วางแผนผลิตภันท์ว่า จำเป็นต้องพิจารณาสินค้าและบริการเป็น 3 ระดับ โดยระดับพื้นฐานที่สุด คือ แก่นแท้ของผลิตภันท์ (core product) ซึ่งจะตรงกับคำถามที่ว่า “อะไรคือสิ่งที่ผู้ซื้อต้องการซื้อจริง ๆ” พิจารณาจากภาพที่ 1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแก่นแท้ของผลิตภันท์จะอยู่ตรงศูนย์กลางของผลิตภันท์ทั้งหมด โดยแก่นแท้ของผลิตภันท์เป็นสิ่งที่แก้ปัญหาเรื่องผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคค้นหาเมื่อเขาซื้อสินค้าหรือบริการ ดังเช่นที่ ชาร์ล เรฟสัน (Charles Revson) แห่งเรฟลอน (Revlon) เห็นว่าผู้หญิงที่ซื้อลิปสติกไม่ได้ซื้อแคสีของริมฝีปาก เรฟสัน จึงมีแนวคิดที่ว่า “ในโรงงานเรฟลอน ผลิตเครื่องสำอาง ในร้าน เรฟลอนขายความหวัง” เช่นเดียวกับที่โรงแรมริทซ์-คาร์ลตัน (Ritz Carlton) รู้ว่าต้องเสนอมากกว่าห้องเช่าธรรมดาให้ลูกค้า จึงจัด “โครงการประสบการณ์การท่องเที่ยวในความทรงจำ” ให้แก่ลูกค้า ดังนั้นเมื่อมีการออกแบบ

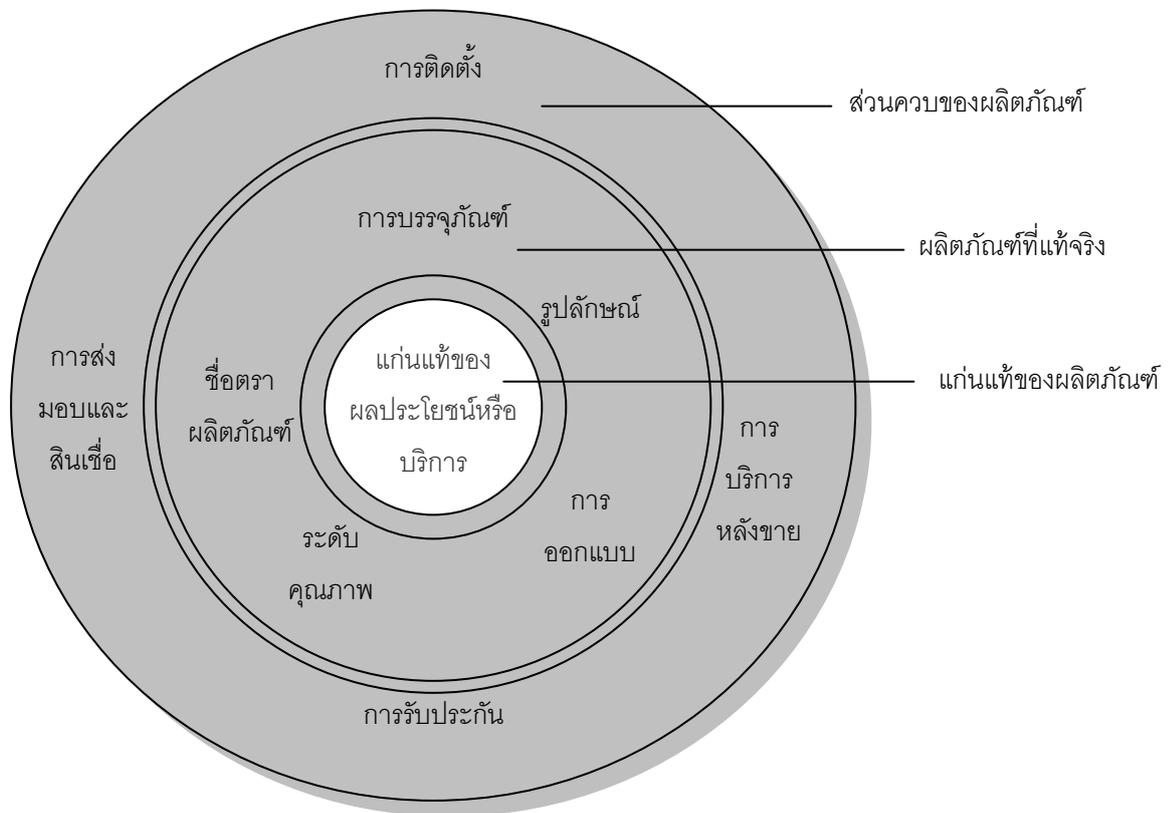
ผลิตภัณฑ์ สิ่งที่นักการตลาดต้องทำเป็นอันดับแรก คือต้องระบุแก่นแท้ของผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ที่จะจัดหาให้บริโภค การกระทำสิ่งนี้ได้มีนักการตลาดต้องเข้าใจประสบการณ์ของลูกค้า ซึ่งแวดล้อมการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์อยู่ ทั้งนี้ในทางผลิตภัณฑ์เกษตรนั้น มาอะสิริ เขา วกุล (2550) กล่าวว่า core product หมายถึง ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ทั้งที่จับต้องได้หรือสัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง 5 และที่จับต้องไม่ได้ (tangible and intangible features) ในตัวผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดภาพลักษณ์ที่จับต้องได้สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตร ได้แก่ สี กลิ่น รสชาติ ความสะอาด หรือขนาดของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ส่วนภาพลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตร ได้แก่ การบริการ เช่น ผลิตภัณฑ์ของหยง คือการให้บริการในด้านการเป็นคนกลางระหว่างโรงสีกับผู้ส่งออกข้าว หรือโรงสีกับยี่ปั้วข้าวในประเทศ เป็นต้น ซึ่งการบริการดังกล่าวจะอยู่ในรูปของการให้ข่าวสารด้านราคา การนำผู้ซื้อมาพบกับผู้ขาย ตลอดจนการบริการด้านการเงิน

ผู้วางแผนผลิตภัณฑ์ต้องสร้าง “ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง” (actual product) ซึ่งในรูปที่ 8.1 จะอยู่ล้อมรอบแก่นแท้ของผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงมีคุณสมบัติ 5 ประการ คือ ระดับคุณภาพ รูปลักษณ์ การออกแบบ ตราผลิตภัณฑ์ และการบรรจุภัณฑ์ เช่น กล้องถ่ายรูปโซนี่เป็นผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง โดยที่ชื่อ ส่วนประกอบ รูปแบบ รูปลักษณ์ การบรรจุภัณฑ์ และส่วนอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์ตัวนี้มีการผสมผสานกันอย่างประณีต เพื่อส่งมอบแก่นแท้ของผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ ความสะดวกสบาย คุณภาพระดับสูง ที่จะใช้เก็บช่วงเวลาที่สำคัญไว้ให้แก่ลูกค้า

ในส่วนสุดท้าย ผู้วางแผนผลิตภัณฑ์ต้องสร้าง “ส่วนควบของผลิตภัณฑ์” (augmented product) ซึ่งในภาพที่ 1 จะเป็นส่วนที่ล้อมรอบแก่นแท้ของผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง โดยการเสนอบริการและผลประโยชน์เพิ่มเติมให้ผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น บริษัทโซนี่จัดหาแนวทางที่สมบูรณ์ในการแก้ไขปัญหาการถ่ายรูปให้ลูกค้า ดังนั้นเมื่อลูกค้าซื้อกล้องถ่ายรูปของโซนี่ บริษัทและตัวแทนจำหน่ายจะให้การรับประกันชิ้นส่วน รวมถึงให้คำแนะนำในการใช้กล้อง ให้บริการซ่อมแซมอย่างรวดเร็วเมื่อมีความจำเป็น และมีหมายเลขโทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถโทรเข้าไปที่บริษัทโดยไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์ เมื่อลูกค้ามีปัญหาหรือต้องการถามคำถามเกี่ยวกับกล้องถ่ายรูปในทางผลิตภัณฑ์เกษตรนั้น มาอะสิริ เขา วกุล (2550) กล่าวว่า augmented product หมายถึง ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการบรรจุภัณฑ์ การโฆษณา ชื่อเสียงของผู้ผลิต หรือประโยชน์ที่ผู้ผลิตให้กับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อนอกเหนือจากการที่ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าไปแล้ว เช่น การจัดการด้านสินเชื่อและการเงิน และการจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ซื้อ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เกษตรบางชนิด เช่น ข้าวบรรจุถุงพลาสติกที่ขายโดยทั่วไป ผู้บริโภคอาจจะไม่สามารถ บอกได้แน่ชัดถึงความแตกต่างของข้าวที่บรรจุอยู่ในถุงพลาสติกดังกล่าว แต่ข้าวบรรจุถุงพลาสติกที่ผลิตโดยบริษัทหนึ่งอาจจะได้รับ

ความนิยมจากผู้บริโภคมากกว่าของอีกบริษัทหนึ่ง เนื่องจากบริษัทแรกอาจจะมีชื่อเสียงในเรื่องกิจการโรงสีข้าวมาก่อน เช่น ข้าวถุงมาบุญครอง เป็นต้น

ดังนั้น ผลិតภัณฑ์จึงเป็นมากกว่าชุดของสิ่งที่จับต้องได้ธรรมดา ๆ แต่ผู้บริโภคจะได้รับผลิตภัณฑ์ที่ซับซ้อนด้วยผลประโยชน์ที่จะสร้างความพึงพอใจด้วยการสนองความจำเป็น โดยสิ่งที่นักการตลาดต้องทำเป็นอันดับแรกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ระบุแก่นแท้ อันหมายถึงความจำเป็นของผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องสร้างความพึงพอใจ จากนั้นก็ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง และหาแนวทางที่จะสร้างส่วนควบ เพื่อที่จะสร้างสรรคกลุ่มของผลิตภัณฑ์ ที่จะสร้างความพึงพอใจที่ดีที่สุดให้ผู้บริโภค (อำนาจ วีระวนิช, 2546)



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ 3 ระดับ
ที่มา: อำนาจ วีระวนิช, 2546

โดยสรุปสำหรับการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์เกษตรโดยพิจารณาข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์เกษตร เป็น 3 ระดับ คือ

1. ระดับแก่นแท้หรือผลประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย เนื้อของผลิตภัณฑ์ มีความสมบูรณ์ไม่เสียหาย สีของเนื้อผลิตภัณฑ์ดีตามธรรมชาติ กลิ่นของผลิตภัณฑ์ดีตามธรรมชาติ รสของผลิตภัณฑ์ดีตามธรรมชาติ และลักษณะของเปลือกดีตามธรรมชาติ (เช่น มีความมันเงา, ไม่เหี่ยว ไม่แห้ง) (กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร) หรือความคงทนของผลิตภัณฑ์ ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ (กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร)
2. ระดับแก่นผลิตภัณฑ์แท้จริง ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามโดดเด่น บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการกระทบกระเทือน บรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานภายนอก ชื่อตราสินค้าเป็นที่รู้จักทั่วไป และชื่อตราสินค้าจดจำง่ายและสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์
3. ระดับส่วนควบของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การบริการหลังการขาย มีการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีการจัดส่งสินค้า มีการขายเป็นเงินเชื่อในกรณีที่เป็นการขายส่ง หรือซื้อเป็นปริมาณมาก และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทางโทรศัพท์

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผกาวรรณ นุชพันธุ์ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ซึ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 222 คน ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงร้อยละ 62.15 อายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 35.59 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าร้อยละ 43.69 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 31.98 รายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 28.38 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ด้านการบริหารของบุคลากรที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย

ศุภโชค เต็มสะอาด (2548) ศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพทรัพยากรนันทนาการในเขตอุทยานแห่งชาติทับลานแบบมีส่วนร่วม เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการประเมินศักยภาพทรัพยากรนันทนาการในเขตอุทยานแห่งชาติทับลานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยาน

แห่งชาติทบลาณโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วม แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ทำการประเมิน ศักยภาพทรัพยากรนันทนาการในพื้นที่โดยให้ประชาชนร่วมศึกษา ใช้วิธีสำรวจพื้นที่เพื่อให้ได้ค่า คะแนนศักยภาพโดยใช้สมการถ่วงน้ำหนัก ตอนที่ 2 ศึกษาแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิง นิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติทบลาณ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมโดยใช้วิธีการอภิปรายกลุ่มเพื่อหา ข้อสรุปว่าประชาชนจะมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติทบ ลานได้อย่างไร ผลการศึกษา พบว่า ค่าศักยภาพทรัพยากรนันทนาการในเขตอุทยานแห่งชาติทบ ลาน ในพื้นที่ศึกษาทั้ง 8 แห่ง ได้ค่าคะแนนศักยภาพเฉลี่ยระหว่างผู้วิจัยและประชาชนอยู่ในระดับ ปานกลางหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ได้คะแนนสูง 3 อันดับแรก ได้แก่ หน่วยฯ สวนห้อม หน่วย ฯ ไทยสามัคคีและหน่วยฯ คลองน้ำมัน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ควรได้รับการพิจารณาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง นิเวศมากที่สุดและหน่วยฯ ตลิ่งชันได้คะแนนต่ำสุด ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ยังไม่เหมาะสมที่จะพัฒนาเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า การศึกษาแนวทางการจัดการการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติทบลาณ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วม สรุปได้เป็น 3 ส่วน คือ 1) มีส่วนร่วมในฐานะผู้ได้รับอนุญาตประกอบการเกี่ยวกับบริการท่องเที่ยว 2) มีส่วนร่วมใน ด้านการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวและ 3) มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร่วมกับอุทยานแห่งชาติ โดยการจัดตั้งกลุ่ม/องค์กรแล้วเข้าร่วมผ่านตัวแทน หรือโดยผ่านทาง องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ในรูปคณะกรรมการบริหารอุทยานแห่งชาติ เพื่อทำหน้าที่ กำกับ ควบคุม และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งในการมีส่วนร่วมในฐานะ ต่าง ๆ ต้องมีการทำข้อตกลงหรือกฎระเบียบเพื่อใช้ร่วมกันด้วย

อารีย์ วรเวชธนกุล (2546) ได้ศึกษาวิจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นหญิงมีอายุ 25-34 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท และพบว่าลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านแหล่งการ ท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการสนับสนุนและปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการ เดินทางมาท่องเที่ยวต่อปีแตกต่างกัน แต่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปีแตกต่างกัน แต่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวทุกด้านไม่แตกต่างกัน

สุพัตรา อินตา (2546) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในปีที่ผ่านมา (2546) มีการท่องเที่ยวไทย 3-4 ครั้ง ใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ย 1-2 วัน ช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวคือ วันหยุดนักขัตฤกษ์และเทศกาลต่าง ๆ เดือนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เมษายน รองลงมาคือธันวาคมและมกราคม สถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบไปมากที่สุดคือ ทะเลและเกาะ บุคคลที่ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวคือ เพื่อนและครอบครัว การเดินทางจะมีจำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทาง ครั้งละ 4-6 คน และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 1,000-3,000 บาทด้านสถานที่รับประทานอาหารในระหว่างการท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่ร้านข้าวแกงหรือร้านอาหารทั่วไปที่ตั้งอยู่บริเวณสถานที่นั้น ๆ ด้านที่พักนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกพักแรมที่รีสอร์ท หรือ บังกะโล ส่วนพาหนะหลักที่ใช้ในการท่องเที่ยวคือ รถยนต์ส่วนตัว สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นในการศึกษา ครั้งนี้ได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่มตามพฤติกรรมที่ค้นพบ นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป คือ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเองปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เลือกจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเองคือ ส่วนใหญ่ต้องการความเป็นส่วนตัว สามารถจัดการท่องเที่ยวได้เองทั้งหมดและนักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย เพราะไม่ต้องเสียค่าบริการนำเที่ยว กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกับหน่วยงาน องค์กร มูลนิธิหรือวัด ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ อยากเดินทางร่วมกับเพื่อน หรือผู้ร่วมเดินทางคนอื่น ๆ และสนใจโปรแกรมท่องเที่ยวที่หน่วยงานนั้นจัดขึ้น กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยซื้อ Package Tour ปัจจัยที่ทำให้เลือกซื้อ Package Tour คือโปรแกรมท่องเที่ยว น่าสนใจและต้องการความสะดวกสบาย ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศจำเป็นต้องแก้ไขปรับปรุงในหลายด้าน อาทิเช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้สนใจได้รับข้อมูลข่าวสาร ความสะดวก ปลอดภัย และรัฐบาลต้องควบคุมราคาสินค้าและบริการไม่ให้สูงเกินไป

จุฑามาศ ไชยสร (2536) ศึกษาเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนปริมาณการท่องเที่ยวแต่ละแห่งในจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยกลุ่มตัวอย่างจากแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 19 แห่ง นักท่องเที่ยวไทย 165 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 227 คน และบริษัทนำเที่ยว 12 บริษัท ตัวแปรที่ใช้ศึกษาประกอบด้วย เรื่องความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง

ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว การวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ 31 แห่ง ทางประวัติศาสตร์และศาสนสถาน 11 แห่ง และทางศิลปวัฒนธรรม 7 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดมีศักยภาพแตกต่างกัน โดยวัดจกองค์-วัดจกกลาง ในเขตอำเภอเมือง แม่ฮ่องสอนมีค่าศักยภาพสูงสุด และถ้าแม่ลาเกะในเขตอำเภอขุนยวมมีค่าศักยภาพต่ำสุด การจัดลำดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าศักยภาพสูงและปานกลาง จะพบในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในเขตตัวเมือง และค่าศักยภาพต่ำ จะพบกระจายอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมืองมาก การเปรียบเทียบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 3 ประเภท พบว่า ค่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับปริมาณนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีลักษณะเด่นทางด้านประวัติศาสตร์และศาสนสถาน แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวควรสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาจังหวัด โดยยึดหลักการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คุ้มค่า ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม และรักษาสภาพวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ควรให้เอกชนมีส่วนร่วม ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์เกษตรในจังหวัดนครปฐม โดยนำองค์ประกอบของการท่องเที่ยวมาศึกษาถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบถึงศักยภาพ ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความครอบคลุมในทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ องค์ประกอบของการท่องเที่ยว สามารถจำแนกออกเป็น 7 องค์ประกอบ ประกอบด้วย

1. นักท่องเที่ยว
2. สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว
3. การคมนาคมขนส่ง
4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ
5. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง
6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน
7. การสนับสนุนอื่น ๆ

สำหรับการศึกษาผลิตภัณฑ์เกษตร ได้แบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์เกษตรประเภทอาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์เกษตรที่อยู่ในรูปของอาหารทั้งที่เป็นรูปของอาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ และเนื้อสัตว์เป็นต้น หรืออาจอยู่ในรูปกึ่งแปรรูป เช่น ข้าวสารและปลาแห้ง หรืออยู่รูปอาหารสำเร็จรูป เช่น ผักกระป๋อง กาแฟสำเร็จรูป น้ำปลาและน้ำตาลเป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์เกษตรประเภทไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์เกษตรที่อยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์อุปโภค เช่น เครื่องจักรสานจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ ปลาสดขงาม ดอกกล้วยไม้ เป็นต้น

โดยทำการศึกษาถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์เกษตรโดยพิจารณาข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์เกษตร เป็น 3 ระดับ คือ

1. ระดับแก่นแท้หรือผลประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์
2. ระดับแก่นผลิตภัณฑ์แท้จริง
3. ระดับส่วนควบของผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์ให้ทราบถึงศักยภาพ ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์เกษตรในแต่ละประเภท และเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรควบคู่ไปกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดนครปฐม