

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษา และได้ทำการจัดสาระสำคัญต่างๆ ตามลำดับดังนี้

1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ 2555-2559)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว
6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
7. ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณค่า
8. ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดนครปฐม
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ 2555-2559)

จากการที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ระบุว่า มีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น โดยรัฐบาลได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจัง ซึ่งการท่องเที่ยวภายในประเทศมีส่วนช่วยกระจายรายได้สู่พื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ นอกจากนี้รัฐยังมีการกระจายอำนาจและเปิดโอกาสให้ชุมชนและท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการมากขึ้น ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ให้สิทธิชุมชนในการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติและมีส่วนร่วมในการจัดการการบำรุงรักษาและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามโครงสร้างการบริหารจัดการยังขาดเสถียรภาพขาดองค์กรกลางที่มีอำนาจในการบังคับให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกระทำตามแผนรวมและบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และรวมถึงกฎระเบียบของรัฐที่ไม่ทัน การพัฒนาในภาคเอกชนการวางแผนที่ไม่นำไปสู่การปฏิบัติหรือการลงทุนขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคเอกชนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการจัดการภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นการลงทุนด้านการท่องเที่ยวเน้นการก่อสร้างมากกว่าการจัดการภูมิทัศน์และขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนในท้องถิ่นและหน่วยงานทุกระดับทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่นจังหวัดกลุ่มจังหวัดและประเทศ นอกจากนี้ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวโดยที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยว ในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทันไม่มีการเตรียมความพร้อมในการ

รองรับขีดความสามารถของนักท่องเที่ยวทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเกิดความเสื่อมโทรม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

อย่างไรก็ตามรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวจึงได้มีมติให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวโดยกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ 2555-2559) ซึ่งประเด็นที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ความสำคัญเพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาวสู่ความยั่งยืนและนำมาซึ่งรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศไทย 5 ประการ คือ

1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวการสร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาคเพื่อเตรียมความพร้อมประเทศให้มีความศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งให้อิเอ้ออำนวยความสะดวกแก่คนทุกกลุ่ม (Tourism for All)

2) การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมให้มีความสมบูรณ์ดังเดิม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะของกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรองและยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานในระดับสากลและสอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาท่องเที่ยวเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบมีคุณภาพมาตรฐานและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวได้

3) การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กิจกรรมนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวการป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวการเสริมสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้าการลงทุนด้านการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

4) การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวสร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติสร้างกระแสการรับรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยวการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์จัดงานและจัดงานแสดงต่างๆ (Event) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นมีการใช้จ่ายมากขึ้นและสร้างกระแสการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครอง ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวมีเอกภาพมีการบูรณาการร่วมกันลดความซ้ำซ้อนของภารกิจและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมการบริหารจัดการในทุกระดับ

สำหรับยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวไทยนั้น ได้กำหนดวิสัยทัศน์ คือ ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลกสามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรมสมดุลและยั่งยืน โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว โดยพัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน โดยพัฒนายกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรม และมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว การเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการท่องเที่ยว การป้องกันและรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ การสร้างกระแสการรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว และการสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยการสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาท่องเที่ยว

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1 ความหมายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ก็ตาม ซึ่งปิยวรรณ คงประเสริฐ (2551, หน้า 8) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจากสถานที่ๆ ซึ่งเป็นที่อยู่ที่พักอาศัยประจำไปยังสถานที่ต่าง ๆ นอกจากที่อยู่เดิมเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปยังที่พักอาศัยเดิมเมื่อเสร็จจากการเดินทาง สอดคล้องกับจุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้ว่า

- การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางจากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังสถานที่อีกแห่งหนึ่งโดยใชยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือใกล้ก็ได้

- การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีสถานที่ๆ เลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่แห่งนั้น มักมีสถานที่ที่มีความสวยงามด้านทัศนียภาพมากหรือเป็นสถานที่ที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่หรือเป็นสถานที่ที่มีวัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจ ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการท่องเที่ยวที่เพียงพอสำหรับตอบสนองต่อความต้องการและความพอใจแก่ผู้มาเยือน

- การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดมุ่งหมาย (Purpose) ของการเดินทางโดยได้อธิบายเพิ่มเติมจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและการไปอยู่ประจำและเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุดเพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเพื่อการกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

นอกจากนี้ กุลจิรา เสาวลักษณ์จินดา (2555, หน้า 10) และศุภวรรณ เจริญชัยสมบัติ (2554, หน้า 20) ยังได้กล่าวตรงกันว่า การเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพโดยตรงแม้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพ หรือธุรกิจการงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง เช่น การจัดประชุมสัมมนา เป็นต้น การเดินทางไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตามสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับก็คือ ความสุข ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความรู้และประสบการณ์ใหม่ อย่างไรก็ตามรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่มีเจือปนไขว้การเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราวและมีได้ประกอบอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับปิยวรรณ คงประเสริฐ (2551, หน้า 9) ที่กล่าวเสริมว่า การเดินทางเป็นความสมัครใจของผู้เดินทางและต้องเป็นความพึงพอใจของผู้เดินทางเพื่อให้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจและเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมหรือเพื่อการประกอบกิจกรรมที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพและการไปอยู่อาศัย

ดังนั้นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวจะนำมาซึ่งการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และประชาชนของประเทศโดยรวม ซึ่งรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ที่น่าสนใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นและเข้าใจถึงวัฒนธรรม ประเพณี และนอกเหนือจากนั้นทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนมีประสบการณ์สร้างความสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อผู้ร่วมเดินทางและเพื่อนมนุษย์อีกด้วย

จากความหมายของนักวิชาการข้างต้นสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง โดยเป็นการเดินทางออกจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่อื่นๆ เพื่อแสวงหาความรื่นรมย์ ความพึงพอใจ ความแปลกใหม่ ความประเทืองปัญญา การพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ซึ่งการเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ชั่วคราวโดยมิได้ไปประกอบอาชีพและการไปอยู่อาศัย

2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวนับเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องจัดให้มีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ ประการที่ผสมผสานกันซึ่งสอดคล้องกับบูการ์ต และเมดิลค (Burkart & Medilk, 1981) มิล และเมอร์ริสัน (Mill & Morrison, 1971) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า ต้องมีสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในส่วนของสิ่งดึงดูดใจต้องประกอบด้วยด้านความสวยงาม ความน่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือบริการอื่นๆ รวมถึงปัจจัยพื้นฐานในเรื่องระบบการสื่อสาร สาธารณูปโภค และการขนส่ง

อย่างไรก็ตามอภิชาติ อินทร์พงษ์พันธ์ (2540) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นกิจการที่ต้องจัดบริการ จัดสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ได้แก่

- การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นโดยปราศจากการเดินทางไม่ได้ ดังนั้นการคมนาคมจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวจนกลายเป็นอุตสาหกรรม

- ที่พัก เมื่อมีการเดินทางก็จำเป็นที่จะต้องมีการพักแรมซึ่งถือว่าอุตสาหกรรมที่พักเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมของที่ระลึก

- ร้านอาหาร ภัตตาคารเป็นกิจกรรมร่วมที่ต้องเกิดขึ้นในระหว่างที่นักท่องเที่ยวเดินทาง

- บริการนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ดำเนินการเกี่ยวกับการเดินทางซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยว

- สิ่งดึงดูดใจเพื่อการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น

- ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองเป็นธุรกิจที่ทำรายได้สูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- ความปลอดภัยนับเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญมากสำหรับนักท่องเที่ยว

ซึ่งสอดคล้องกับพยอม ธรรมบุตร (2549) และกุลวดี ละม้ายเงิน (อ้างถึงใน ภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ, 2558, หน้า 28) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องสร้างองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 ปัจจัย ดังนี้

(1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง การที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม แต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม ได้แก่ การขนส่ง การคมนาคมที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ตัวเมือง รวมถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ ได้แก่ ถนน ทางหลวง โครงข่ายคมนาคม ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญและเป็นหัวใจของการท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างการคมนาคมที่สะดวกสบาย

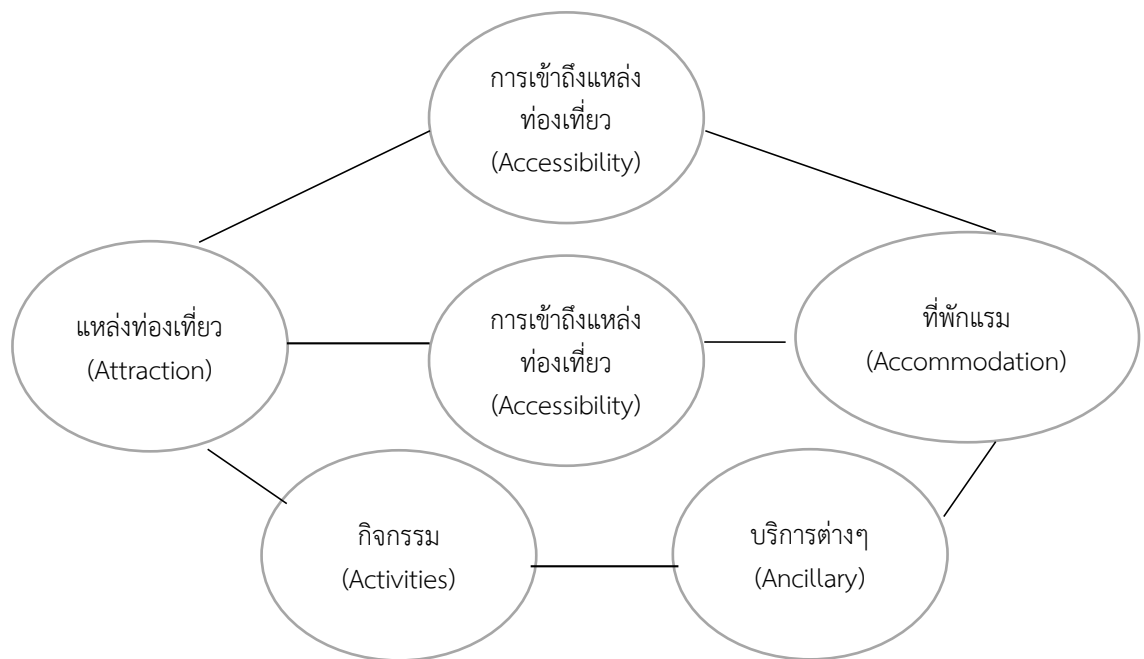
(2) ที่พักแรม (Accommodation) การเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ คือ ที่พักแรม เนื่องจากในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่นั่นบางครั้งอาจมีการนอนพักค้างภายใน

แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งที่พักแรมถือเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวซึ่งต้องค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 คืน ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท Homestay เกสเฮาส์ ฯลฯ ดังนั้นเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจึงควรมีการจัดบริการ ที่พักแรมภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

(3) ความดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชายหาดขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่างๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชาติ หรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม งานมหรหรรรม ประเพณีท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนเจ้าบ้าน

(4) กิจกรรม (Activities) ถือเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมซึ่งกิจกรรมอาจเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เช่น การดำน้ำ การทอผ้า การจับปลา การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการต่างๆ เช่น การพายเรือ ดำน้ำดูปะการัง เดินป่าดูนก หรือกิจกรรมผจญภัย เช่น การปีนหน้าผา การล่องแก่ง การขี่ช้าง เป็นต้น

(5) บริการต่าง ๆ (Ancillary) หรือสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบการสื่อสารต่างๆ นอกจากนี้ในแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นต้องมีบริการด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร ATM โรงพยาบาลปั้มน้ำมัน ฯลฯ



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว
ที่มา (พยอม ธรรมบุตร, 2549)

จากภาพที่ 2.1 สามารถอธิบายองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวได้ว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย องค์ประกอบหลัก 5 ประการด้วยกัน ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ที่พักรวม (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรม (Activities) บริการต่าง ๆ (Ancillary) ทั้ง 5 ประการนี้ ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว

นอกจากองค์ประกอบต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว Buhalis (2000), Dickman (1996; อ้างถึงในวิภาวี อินทราคม, 2553) ยังได้กล่าวถึง องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทาง (Destination) ว่า เป็นการผสมผสานระหว่างสินค้าทางการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีชื่อสินค้า (Brand name) หรือชื่อของแหล่งท่องเที่ยวปรากฏอยู่ ซึ่งประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) คือ สิ่งที่เป็นธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น สิ่งประดิษฐ์ วัตถุประสงค์ในการสร้างสิ่งนั้น สิ่งที่เป็นมรดก เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง สถาปัตยกรรม และการจัดกิจกรรมพิเศษ

2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการขนส่ง อันประกอบด้วย ระบบการคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยวอื่น ๆ

4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือ กิจกรรมทั้งหมดที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ และที่นักท่องเที่ยวจะร่วมกิจกรรมระหว่างเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว

6. การให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) คือ บริการที่นักท่องเที่ยวจะใช้บริการ ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไพรซ์ไชน์ และโทรคมนาคม

สำหรับการพิจารณาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาที่สำคัญ 6 ประการ บุษบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ไจมา (2552 อ้างถึงในบุญสมหญิง พลเมืองดี และคณะ, 2559, หน้า 9) ได้กล่าวถึงไว้ ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)

1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก แก่ง บึง ฯลฯ

2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ประเพณี วิถีชีวิต ฯลฯ

3) แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร เช่น ฟาร์มสวน ไร่นา ฯลฯ

4) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปราสาทขอมศูนย์

วัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ

2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

1) การคมนาคมขนส่งโดยรถยนต์

2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยทางเท้า

3) ความปลอดภัยในการเดินทาง

- 4) คุณภาพของเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 5) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกฤดูกาล
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)
 - 1) ศาลาที่พักหรือจุดชมวิว
 - 2) ป้ายแนะนำทาง และสถานที่ท่องเที่ยว
 - 3) ระบบสื่อความหมาย / สัญลักษณ์
 - 4) บริการอินเทอร์เน็ต
 - 5) บริการไปรษณีย์
 - 6) บริการเช่ารถจักรยาน จักรยานยนต์
 - 7) บริการห้องน้ำ หรือห้องสุขา
 - 8) บริการโทรศัพท์สาธารณะ
 - 9) บริการน้ำ ดื่ม และน้ำ ใ้
 - 10) บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่ม
 - 11) ร้านขายของที่ระลึก
 - 12) ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว
 - 13) ศูนย์รับแจ้งเหตุนักท่องเที่ยว
 - 14) บริการตรวจคนเข้าเมือง
4. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)
 - 1) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ
 - 2) การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
 - 3) การลดค่าบริการในบางฤดูกาล
 - 4) การออกร้านแสดงสินค้าการท่องเที่ยวกับท้องถิ่นอื่นๆ หรือต่างประเทศ
 - 5) รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต
 - 6) บริการเบิก-ถอนเงิน ATM
 - 7) โรงพยาบาลหรือสาธารณสุข
5. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation)
 - 1) โรงแรม
 - 2) รีสอร์ท
 - 3) เกสต์เฮ้าท์
 - 4) โฮมสเตย์
 - 5) วิลเลจน์ สเตย์
 - 6) เต็นท์ค้างคืน
6. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)
 - 1) ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
 - ก. เดินป่าเที่ยวชมธรรมชาติ
 - ข. ล่องแก่ง

- ค. ล่องแพไม้ไผ่
 - ง. ล่องเรือยาง
 - จ. นั่งเกวียน
 - ฉ. ชี่ซ่าง ชี่ม้า
- 2) ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- ก. ประเพณีชนเผ่า
 - ข. ประเพณีสงกรานต์หรือปีใหม่
 - ค. บายสีสู่ขวัญ
- 3) ท่องเที่ยวจัดแสดง และการแข่งขันกีฬา
- ก. การแสดงชนเผ่า
 - ข. โรงละครหรือการเล่นท้องถิ่น
 - ค. งานแสดงดนตรีพื้นบ้านท้องถิ่น
 - ง. แข่งเรือประเพณีในแม่น้ำโขง
 - จ. เทศกาลอาหารท้องถิ่น
 - ฉ. งานประกวดและแข่งขันต่าง ๆ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวจึงควรประกอบด้วยองค์ประกอบทั้ง 6 ประการ อันได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) การให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)

3. แนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์

องค์ประกอบทางประชากรศาสตร์ เป็นลักษณะต่างๆ ของคนหรือประชากรทั้งทางด้านชีววิทยาและสังคม อันได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ภาษาพูด การศึกษา เศรษฐกิจ สถานภาพสมรส ที่อยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งวรรณมน จันทดิษฐ์ (2552, หน้า 7) ได้กล่าวเกี่ยวกับแนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. องค์ประกอบหรือลักษณะที่ติดตัวมาโดยกำเนิดเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์และวัฒนธรรม อันได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ สัญชาติ ภาษาพูด และศาสนา
2. องค์ประกอบหรือลักษณะที่หามาได้จากสังคมในภายหลัง อันได้แก่ ลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม ประชากร สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งบุคคลสามารถแสวงหามาได้ โดยแสดงความสามารถตามที่สังคมกำหนด

สำหรับตัวแปรด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับรายได้ และอาชีพนั้น มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อาทิเช่น ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางได้บ่อย คือ ผู้มีรายได้สูง ครอบครัวมีขนาดเล็ก มีงานทำ และมีอายุน้อยกว่า 45 ปี โดยทักษิณา คุณารักษ์ (2544, หน้า 56) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางประชากรศาสตร์ว่า เพศหญิงจะให้ความสำคัญกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากกว่าเพศชายถึงสองเท่า สำหรับด้านที่พักจะชอบที่พักประเภทรีสอร์ท มากกว่า

นอกจากนี้เพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน มักจะจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไปกับครอบครัวและเพื่อน ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยจะให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของธุรกิจจัดนำเที่ยวมากโดยพยายามซื้อบริการจัดนำเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเองนอกจากนี้การตัดสินใจท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับลักษณะของนักท่องเที่ยวเองอีกด้วย สอดคล้องกับฮันนา และโวซเนียค (Hanna & Wozniak, 2001) ที่ได้กล่าวเสริมว่า ลักษณะทางประชากร (Demographic) เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา เชื้อชาตินั้น เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวมักจะนำมาพิจารณาเพื่อแบ่งส่วนตลาด โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการความชอบและอัตราการใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีหน่วยงานจำนวนมากได้รวบรวมไว้การนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ประโยชน์จึงทำได้โดยง่ายอีกทั้งยังสะดวกต่อการวัดและประเมินผลอีกด้วย

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพเป็นขีดความสามารถที่จะพัฒนาหรือพัฒนาต่อไปได้ โดยเป็นความสามารถที่ซ่อนเร้น ซึ่ง Paul (1995); ปิยะพงษ์ มั่นกลั่น (2554) ได้กล่าวถึงศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่า เป็นความสามารถหรือความพร้อมในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เอื้อต่อการจัดการ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาหรือการปรับปรุงใดๆ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่งจึงมีความแตกต่างกัน โดยแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงจะถูกจัดการเป็นลำดับแรก ๆ ส่วนของอารยา อินคชสาร (2554, หน้า 45); บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 60-69) ได้กล่าวถึง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่า คือ ความพร้อมในคุณลักษณะ คุณสมบัติของแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือน โดยคุณลักษณะดังกล่าวมีความแตกต่างกันตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้น ๆ ทั้งนี้คุณสมบัติที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ความน่าดึงดูดใจของสถานที่ (Attraction) คือ แหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้นๆ สามารถเรียกร้องและกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตาชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว ทั้งที่เกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นและเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อันมีสาเหตุมาจากปัจจัย คือ ความงามตามธรรมชาติ เช่น หาดทรายขาว แนวปะการังที่มีสีสันทสวยงาม น้ำตกที่มีความสวยงามที่เกิดจากธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของการประกวดผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นต้น

2. ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessability) หมายถึง แหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงและเที่ยวชม นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอรรถรสในการท่องเที่ยวได้มาก หน่วยงานรับผิดชอบจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สะพาน เส้นทางเดินเรือ สถานที่จอดรถ เส้นทางยานพาหนะหรือทางเดิน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว

3. ความประทับใจ (Amenity) หมายถึง แหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งใจในการเที่ยวชม เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ปราสาทราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถานต่างๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต หรือแม้แต่ทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน อาทิ อุทยานแห่งชาติทางบกและทางทะเล หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น การร่วมงานในเทศกาลและประเพณีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานประเพณีสงกรานต์ งานลอยกระทง ประเพณีวิ่งควาย ประเพณีบายศรีสู่ขวัญ ประเพณีชักพระ ประเพณีแห่เทียนพรรษา ประเพณีเป็ง ประเพณีแข่งเรือยาว ประเพณีแห่นางแมว ประเพณีตักบาตรเทโว ประเพณีโยนบัว นอกจากนี้ยังรวมถึงทรัพยากรบุคคล ได้แก่ ความเป็นมิตร ความสามารถในการสื่อสาร ความเอื้ออาทร เป็นต้น

4. องค์ประกอบของการบริการ (Ancillary service) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรรกรบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ โดยมีองค์ประกอบคือ

1) การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การศึกษาวิจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว การกำหนดการให้บริการที่เหมาะสม การส่งเสริมความร่วมมือด้านการตลาด และการเป็นพันธมิตรในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2) การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการจัดระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

4.1 หลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

วิวัฒน์ ชัยบุญญภักดี (2529) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของไบเพิร์น วงษ์บัวงามและमुखสุตา พูลสวัสดิ์ (2556, หน้า 30) ซึ่งได้เสนอว่าควรพิจารณาจากองค์ประกอบดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สาระที่เป็นแก่นแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่ตอบสนองความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศสภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต เป็นต้น ซึ่งลักษณะคุณค่าเหล่านี้ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะมีมากน้อยไม่เท่ากัน อาทิ ชายทะเลที่มีภูมิทัศน์ธรรมชาติ หรือพบเห็นได้ง่าย

2. ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งหรือส่วนประกอบของสถานที่ที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว หรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางมาสู่แหล่งท่องเที่ยว แม้ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ใช่อะไรดึงดูดใจหรือตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเดินทาง ประกอบด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้

2.1 สภาพการเข้าถึง หมายถึง สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งก็คือ สภาพการคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกสบายเหมาะกับการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาระยะทางจากจุด

ศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น โดยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น สภาพเส้นทางที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทาง เช่น ถนนคอนกรีต ทางลาดยาง ถนนลูกรัง ถ้าเส้นทางน้ำ ต้องใช้เรือหรือแพ เป็นต้น

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภคที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบาย มากน้อยเพียงใด เช่น สถานที่พักผ่อน ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานที่เริงรมย์ สถานบริการอื่นๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานพยาบาล สถานีตำรวจ ระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ต้องพิจารณาทั้งด้านปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป ถ้าแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียง ที่จะไปใช้บริการจากแหล่งชุมชนใกล้เคียงมากน้อยเพียงใด

2.3 สภาพแวดล้อม หมายถึง สิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่สภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ สภาพอื่น ๆ เช่น สภาพกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ควัน แหล่งน้ำขุ่น หรือใสสะอาด รวมทั้งความสะดวกอื่นๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณข้างเคียง หากสภาพแวดล้อมเกิดเป็นปัญหาส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดสภาพเสื่อมโทรม ลดคุณค่า และลดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

2.4 ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว หมายถึง อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางในการใช้สถานที่แหล่งนั้น เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวครั้งละมากๆ ได้ เนื่องจากสถานที่พักและการบริการการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ ข้อจำกัดทางด้านบริการ สาธารณูปโภคปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

2.5 การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว หมายถึง มาตรการหรือการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ระบบการให้ความรู้ การสื่อความหมาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์

2.6 ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

4.2 การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

วิภา ศรีระทุ (2551) ได้กล่าวเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

4.2.1 เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะหรือมีความเป็นเอกลักษณ์ประวัติศาสตร์โบราณวัตถุสถานที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพของเส้นทางฤดูกาลระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น

4.2.2 เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกในการเข้าถึงเช่นถนนไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับการจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

4.2.3 เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่โอกาสในการสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4.2.4 เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้างและประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจหรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

ส่วนปิยะพงษ์ มั่นกลิ่น (2554) ได้กล่าวถึงการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างจากวิภา ศรีระทุ (2551) กล่าวคือ การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

1. ธรรมชาติ จุดเด่น คือ ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งสามารถพัฒนาและสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะเที่ยวชม

2. วิถีชีวิต จัดเป็นธรรมชาติส่วนหนึ่งของพื้นที่ จุดเด่น คือ วัฒนธรรมชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีพ วัฒนธรรมการเกษตรสามารถประยุกต์ในรูปแบบการบริการที่พัก

3. กระบวนการผลิต คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือการใช้เทคโนโลยีพื้นบ้านเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบการดูงาน ทักษะศึกษา ผักอบรม

4. การตลาด เป็นผลผลิตการเกษตรอาจเหมือนหรือแตกต่างกันตามพื้นที่ ซึ่งผลผลิตดังกล่าวจะส่งผลต่อการตลาดโดยตรงในรูปแบบของการสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

4.3 ตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจะครอบคลุมถึงประเภท และรูปแบบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (ปิยะพงษ์ มั่นกลิ่น, 2554, หน้า 16) ดังนี้

4.3.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พิจารณาจากที่ตั้งและลักษณะแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

4.3.2 ด้านการบริการ พิจารณาการบริการโครงสร้างพื้นฐาน การบริการทางการท่องเที่ยว

4.3.3 ด้านการบริหาร พิจารณาการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การรวมกลุ่มของประชาชน และระดับการมีส่วนร่วม

4.3.4 ด้านการตลาด พิจารณาจากกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก การประชาสัมพันธ์ การเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

4.4 มาตรฐานการท่องเที่ยว

คันสนีย์ วุฒินิภาธีรกุล (2552) ได้กล่าวถึงมาตรฐานการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวว่า มาตรฐานในหมวดนี้ได้แก่มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เชิงสุขภาพ

(น้ำพุร้อนธรรมชาติ) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม (cultural attraction) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ ซึ่งมาตรฐานในกลุ่มนี้ ประกอบด้วยเกณฑ์หลักๆ 3 องค์ประกอบ คือ ศักยภาพดึงดูดใจการท่องเที่ยว ศักยภาพการรองรับ การท่องเที่ยวและการบริหารจัดการ ทั้งนี้มีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพการดึงดูดใจการท่องเที่ยวประกอบด้วยเกณฑ์พิจารณา 2 ด้าน คือ

1. คุณค่าทางประวัติศาสตร์/ศิลปวัฒนธรรม/ศิลปวิทยาการขึ้นกับมาตรฐานแต่ละประเภท ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ความสมบูรณ์สวยงามความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับความผูกพันต่อท้องถิ่น

2. ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัยความหลากหลายและต่อเนื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวประกอบด้วยเกณฑ์พิจารณา 2 ด้าน คือ

1. ศักยภาพการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานความเหมาะสมด้านที่ตั้ง
2. ศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอกความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวก

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการประกอบด้วยเกณฑ์พิจารณา 2 ด้าน คือ

1. การบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การจัดการความปลอดภัยรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์พื้นที่ติดตาม และการเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยว

2. การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านบริการและสาธารณูปโภค การบริหารจัดการด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว การบริหารจัดการให้ความรู้ และการสร้างจิตสำนึกชุมชนมีส่วนร่วมและมีรายได้การจัดการสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้และบริการข้อมูล การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม

4.5 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อใช้สำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ Oxford Brookes University School of Planning ได้สร้างแบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อใช้สำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยเนื้อหาสาระประกอบด้วยรายการตรวจสอบ 8 รายการ คือ (ราไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2545)

1. รายการทรัพยากรธรรมชาติ กล่าวถึง ทรัพยากรธรรมชาติ ลักษณะและผู้จัดการที่ตั้ง การเข้าถึง ผู้ใช้ประโยชน์ บริการนักท่องเที่ยว ข้อมูลการท่องเที่ยว ชื่อผู้ที่จะติดต่อ สถานที่โทรศัพท์ สำหรับรายการทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบด้วย

1.1 ภูมิทัศน์ และภูมิอากาศ : หาด ถ้ำ ที่ราบ หุบเขา ฤดูกาล เกาะ

1.2 พืช : ป่า ไร่ เขา สวนผลไม้ สวน ฟาร์ม ต้นไม้ ป่าไม้ ป่าชายเลน สมุนไพร สวน

ครัว ความหลากหลายทางชีวภาพ

1.3 สัตว์ : นก สัตว์บก สัตว์น้ำ สัตว์ใกล้สูญพันธุ์ แมลง สัตว์ป่า สัตว์เลี้ยง ปศุสัตว์

- 1.4 น้ำ : ลำธาร แม่น้ำ น้ำตก ทะเลสาบ น้ำพุร้อน ทะเล อ่างเก็บน้ำ เขื่อน
2. รายการทรัพยากรวัฒนธรรม กล่าวถึง ทรัพยากรวัฒนธรรม ลักษณะและผู้จัดการ ที่ตั้ง การเข้าถึง ผู้ใช้ประโยชน์ บริการนักท่องเที่ยว ข้อมูลนักท่องเที่ยว ชื่อผู้ที่ติดต่อ สถานที่โทรศัพท์ สำหรับรายการทรัพยากรวัฒนธรรม ประกอบด้วย
 - 2.1 มรดกวัฒนธรรม : ปราสาท ป้อมที่เกิดของคนสำคัญ โบราณสถาน โบราณวัตถุ หมู่บ้าน เมืองวัฒนธรรมพื้นบ้าน ศูนย์ข้อมูล ศูนย์วัฒนธรรม วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม
 - 2.2 มรดกด้านศาสนา : โบสถ์ วิหาร สุเหร่า โบสถ์คริสต์ วัด สุสาน ศาสนสถาน เจดีย์ ปราสาทขอม พระพุทธรูปปางต่างๆ จิตรกรรมฝาผนัง ประติมากรรม พระไตรปิฎก ไบเบิล
 - 2.3 ศิลปะชาติพันธุ์ ; ชนกลุ่มน้อย ชาวเขา ดนตรี อาหาร หัตถกรรม ภาษาถิ่น การแสดง ขนบธรรมเนียม ประเพณี
3. รายการทรัพยากรมรดกภูมิปัญญาที่สำคัญ กล่าวถึง ทรัพยากรมรดกและ ปรากฏการณ์ที่สำคัญ ชื่องานแสดงและผู้จัดการ ที่ตั้ง วันที่ แผนที่ ประเภทของกิจกรรม จำนวน ผู้เข้าร่วม คุณสมบัติผู้เข้าร่วม ชื่อผู้ที่ติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์ สำหรับรายการทรัพยากรมรดก ปรากฏการณ์ที่สำคัญ ประกอบด้วย
 - 3.1 มหกรรม : เฟสติวล ดนตรีชนิดต่าง ๆ แจ๊สป๊อปป การแสดงละคร เต้นรำ ลิเก หนังใหญ่
 - 3.2 Tournaments การแข่งขันกีฬา : กอล์ฟ เทนนิส ฟุตบอล มวย แข่งรถ แข่งม้า โสว์
 - 3.3 งานแสดงสินค้าธุรกิจ : งานแสดงสินค้าเกษตรกรรม รถยนต์ เรือ อุปกรณ์กีฬา งานประชุม ประชุมสมาคมโลก
 - 3.4 งานแสดงอื่นๆ : วันชาติ งานฉลอง งานชบวนแห่ มหกรรม หัตถกรรม เกษตรกรรม ดอกไม้ แสงบุญ ประกวต งานแสดงทหาร การถ่ายรูปรูป
4. รายการทรัพยากรด้านกิจกรรม กล่าวถึงทรัพยากรกิจกรรมชื่อกิจกรรม และ ผู้จัดการ ที่ตั้ง เวลาเปิด-ปิด มีฤดูใดบ้าง ค่าผ่านประตู ข้อมูลนักท่องเที่ยว ชื่อผู้ที่ติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์ สำหรับรายการทรัพยากรด้านบริการ ประกอบด้วย
 - 4.1 กิจกรรมนันทนาการ : สนามเด็กเล่น สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เส้นทาง การศึกษา ธรรมชาติ ทางจักรยาน คลอง โดคร่ม สระว่ายน้ำ การพายเรือ การตกปลา แกะสลัก
 - 4.2 กิจกรรมด้านบริการ : ชายสกี อุปกรณ์แคมป์ปิ้ง เสื้อผ้าเฉพาะ เซรามิก แก้ว สินค้าโรงงาน ละคร การอบสมุนไพร การนวด การรักษาภาพยนตร์
 - 4.3 สิ่งอำนวยความสะดวก : ทัวร์ สวนผลไม้ ทัวร์อุทยานแห่งชาติ ฟาร์ม สวน พืชชาติ ห้องฟ้าจำลอง สวนสนุก ทัวร์โรงงาน ท่าเรือ สวนสาธารณะ
5. รายการทรัพยากรด้านบริการ กล่าวถึงทรัพยากรบริการชื่อ/ประเภทบริการ ลักษณะที่ตั้ง กี่ห้อง กี่คน ราคาห้อง ราคาอาหาร เวลาเปิดทำการ บริการต่างๆ ชื่อผู้ที่ติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์ สำหรับรายการทรัพยากรด้านกิจกรรม ประกอบด้วย
 - 5.1 การขนส่ง : การเข้าถึง ยานพาหนะ เรือ รถไฟ รถยนต์ เครื่องบิน รถทัวร์ สนามบิน ท่าเรือ

5.2 ที่พักแรม : โรงแรม 2-5 ดาว Home-stay โมเต็ล หอพัก แคมป์ปิ้ง

5.3 การต้อนรับ : ศูนย์ข้อมูล แผนที่ โบรชัวร์ ของที่ระลึก ป้ายบอกทาง ไกด์ ท่องถิ่น
บริษัททัวร์

5.4 บริการอื่นๆ : ปั้มน้ำมัน ธนาคาร สถานที่แลกเงิน ตำรวจท่องเที่ยว บริการ
สุขภาพ และอุบัติเหตุ ประกันภัย โทรศัพท์ ไฟฟ้า ประปา

6. รายการกิจกรรมการท่องเที่ยวในรอบปี รายละเอียดจะเป็นรายการกิจกรรม
ท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในแต่ละปีในรอบปี

7. การประเมินทรัพยากรท่องเที่ยว กล่าวถึง ลักษณะทรัพยากร คุณภาพ ความเด่น
เมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่น จุดดึงดูดนักท่องเที่ยว สำหรับรายการประเมินทรัพยากรท่องเที่ยว
ประกอบด้วย

7.1 ทรัพยากรธรรมชาติ

7.2 ทรัพยากรวัฒนธรรม

7.3 Event

7.4 กิจกรรม

7.5 บริการ

8. ตารางจัดอันดับความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว กล่าวถึง ลักษณะทรัพยากร
คุณ สมบัติความโดดเด่น ลูกค้ำสำคัญ โอกาสในการพัฒนา อุปสรรคต่อการพัฒนา อันดับรายละเอียด
ของตารางจัดอันดับความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วย

8.1 ทรัพยากรธรรมชาติ

8.2 ทรัพยากรวัฒนธรรม

8.3 Event

8.4 กิจกรรม

8.5 บริการ

ศักยภาพการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่หลายประเทศต้องการ เพราะการที่แหล่งท่องเที่ยว
ในประเทศมีศักยภาพ การท่องเที่ยวที่ดีจะเป็นตัวกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวมาก
ยิ่งขึ้น การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้ถึงขีดสุดจึงเป็นสิ่งที่ควรทำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการมี
ศักยภาพการท่องเที่ยวสูงในด้านต่าง ๆ นั้นถือว่าเป็นความได้เปรียบหรือเป็นจุดแข็งของแหล่ง
ท่องเที่ยวเหล่านั้น

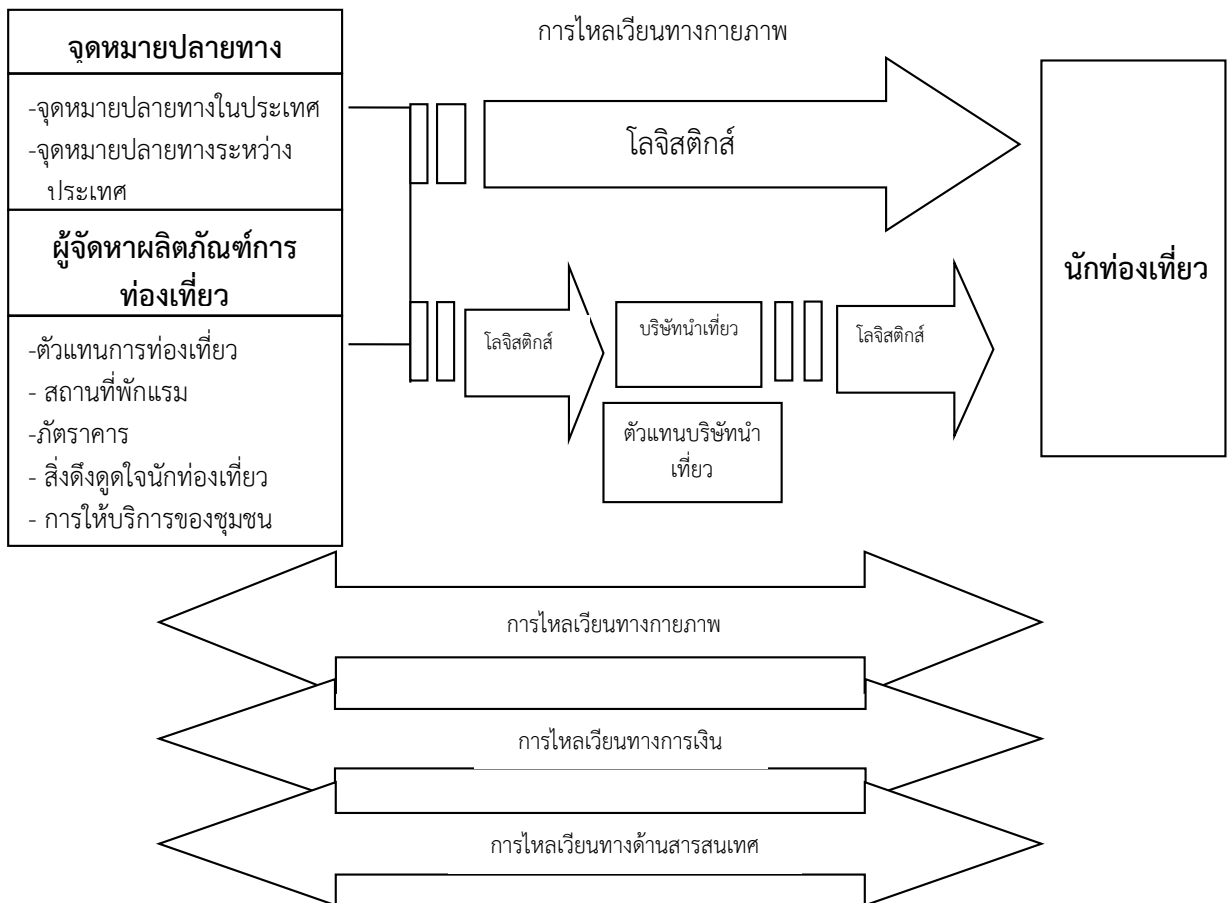
ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถหรือความ
พร้อมในคุณลักษณะ คุณสมบัติของแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการ
ท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือนโดยสามารถพัฒนา หรือปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นต่อไปได้

สำหรับงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม
ภายใต้บริบทขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (6 A's) ของ Buhalis (2000) ประกอบด้วย สิ่ง
ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) สิ่ง
อำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary
Services) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) และกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ทั้งนี้

ในส่วนของเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คณะผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

5. แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจะเริ่มต้นจากการขนส่งนักท่องเที่ยว โดยกรอบแนวคิดของนักวิชาการที่ได้รับการยอมรับมาก ได้แก่ Lumsdon & Stephen (2004) ซึ่งมีผลงานสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical Flow) และการไหลเวียนทางด้านการสารสนเทศ (Information Flow) เป็นหลัก อย่างไรก็ตาม มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคมสัน สุริยะ (2551) ได้ปรับปรุงเพิ่มเติมกรอบแนวคิดนี้อีกส่วนหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์ด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคมสัน สุริยะ (2551) พยายามสร้างกรอบสำหรับการวิเคราะห์โลจิสติกส์ด้วยการรวมเอาการไหลเวียนทางด้านการเงิน (Financial Flow) รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ตลอดโซ่อุปทานที่เกื้อกูลต่อการขนส่งนักท่องเที่ยวมาบูรณาการร่วมด้วย ดังภาพ



ภาพที่ 2.2 การจัดการโลจิสติกส์ภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
ที่มา (เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, 2555, หน้า 13)

จากภาพจะเห็นได้ว่า เมื่อนำแนวคิดในเรื่องของการจัดการโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยกรอบแนวคิดดังกล่าวข้างต้นเป็นการจัดการที่ทำการไหลเวียนทั้งทางด้านกายภาพด้านการเงินและด้านสารสนเทศจากแหล่งกำเนิดไปสู่ นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีที่สุด ซึ่งกระบวนการดังกล่าวเริ่มต้นตั้งแต่การผสมผสานวัตถุดิบด้านการท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องของการจัดการด้านการท่องเที่ยวจนถึงจุดหมายปลายทาง (Destination Management) และผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product Supplier) โดยการผสมผสานดังกล่าวจะถูกจัดการโดยตัวบุคคลหรือองค์กรก็ได้จนได้ผลผลิตออกมาเป็นสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสนอต่อนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามกรอบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการไหลหรือการเคลื่อนที่ (Flow) สามส่วนข้างต้น ได้แก่ การไหลเวียนทางด้านกายภาพ (Physical Flow) การไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ (Information Flow) และการไหลเวียนทางด้านการเงิน (Financial Flow) มีรายละเอียดดังนี้

1. การไหลเวียนทางด้านทางกายภาพ (Physical Flow) เป็นการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว การจัดการทางด้านที่พัก โปรแกรมการท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย และความสะอาดสบายในการเดินทาง เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความสะดวกและปลอดภัยในการดำเนินการดังกล่าว

2. การไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ (Information Flow) เป็นการจัดการด้านข้อมูลข่าวสารนับตั้งแต่ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจนถึงข้อมูลที่ได้รับเมื่อมาถึงแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวควรเข้าถึงข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ได้ โดยสะดวก รวดเร็ว และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังรวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และคำแนะนำให้ระวังภัย เป็นต้น

3. การไหลเวียนทางด้านการเงิน (Financial Flow) เป็นการจัดการทางการเงินซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกเรื่องการจ่ายชำระค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว การแลกเปลี่ยนเงินตรา การขอคืนภาษีต่างๆ และการซื้อตั๋วเดินทางต่างๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความสะดวกในการให้บริการดังกล่าว

จากแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า โลจิสติกส์การท่องเที่ยว เป็นการบูรณาการแนวคิดด้านการจัดการโลจิสติกส์กับแนวคิดด้านการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน โดยการพิจารณารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยววันนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากแนวคิดและรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เป็นการบริหารจัดการการไหลเวียนภายในห่วงโซ่อุปทานที่ประกอบด้วย การจัดการและบริหารในเรื่อง การไหลเวียนทางด้านกายภาพ (Physical) การเงิน (Financial) และสารสนเทศ (Information) เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2554) โดยคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ทั้งสามด้านย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

อนึ่ง Lumsdon & Stephen (2004) ได้เสนอกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การขนส่งนักท่องเที่ยว 8 ประการในหนังสือเรื่อง Tourism and Transport ส่วนประการ 9 ถึง 12 นั้น คมสัน

สุริยะ (2551) ได้เพิ่มเติมเข้ามาโดยได้มาจากประสบการณ์ตรงจากการเดินทางในหลายประเทศ รายละเอียดดังนี้ (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2554, หน้า 13)

1. สิ่งที่มีให้บริการ (Availability) หมายถึง ประเภทของยานพาหนะที่ให้บริการ เส้นทางที่เปิดให้บริการ ระดับชั้นของคุณภาพการบริการที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ชั้นหนึ่ง ชั้นสอง รวมทั้งบริการเสริม เช่น ลิฟท์สำหรับผู้พิการหรือผู้มีสัณหาระหนัก ตู้เก็บสัมภาระ (ล็อกเกอร์) และเครื่องมือสื่อสารในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

2. การเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ความสามารถของผู้คนที่จะสามารถใช้บริการได้ การอำนวยความสะดวกให้ผู้คนมาใช้บริการได้ เช่น เวลาและสถานที่จำหน่ายตั๋ว ที่ตั้งของสถานีรถไฟที่ตั้งของป้ายรถเมล์ เป็นต้น

3. ข้อมูลข่าวสาร (Information) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็วทั้งนี้เพื่อให้ผู้โดยสารไม่เกิดความสับสนในการเดินทาง นอกจากนี้ยังสามารถวางแผนการเดินทางล่วงหน้าได้ รวมถึงสถานที่ที่ให้ข้อมูลข่าวสารนั้นต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารสามารถติดตามข่าวสารได้โดยง่าย นอกจากนี้ต้องไม่ติดประกาศไว้ในที่ลึกลับจนเกินไป

4. เวลา (Time) หมายถึง การจัดการเวลาในการเดินทางหรือการให้บริการที่เหมาะสมไม่ทิ้งช่วงนานเกินไปจนทำให้ผู้โดยสารรอนานมากเกินไปหรือบ่อยเกินไปจนไม่มีผู้โดยสาร ความรวดเร็วในการเดินทาง รวมทั้งความสามารถในการรักษาเวลา ความตรงต่อเวลา

5. การเอาใจใส่พนักงานท่องเที่ยว (Customer care) หมายถึง การคำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้โดยสาร เช่น ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของที่นั่ง ห้องน้ำ พื่น และที่เก็บสัมภาระ การบริการอาหารและเครื่องดื่มบนยานพาหนะ การมีสถานที่แยกกันต่างหากระหว่างผู้สูบบุหรี่และไม่สูบ และการมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราความสงบเรียบร้อยและรับเรื่องราวร้องทุกข์บนยานพาหนะ รวมทั้งการให้ส่วนลดสำหรับผู้เดินทางเป็นประจำ เป็นต้น

6. ความสะดวกสบาย (Comfort) หมายถึง ความเอาใจใส่ในการจัดให้บริการอันสะดวกสบายแก่ผู้โดยสาร ทั้งด้านกายภาพ เช่น เบาะนั่ง ช่องว่างสำหรับการเหยียดเท้า การออกแบบห้องโดยสารให้เหมาะสมสำหรับสรีระของมนุษย์ การปรับอุณหภูมิและความชื้นในห้องโดยสารให้พอเหมาะ รวมถึงความเงียบสงบในการเดินทาง เป็นต้น

7. ความปลอดภัย (Safety) หมายถึง การปราศจากอุบัติเหตุในการแล่นไปของยานพาหนะ รวมถึงไม่มีอุบัติเหตุในห้องโดยสาร ไม่มีการร่ว่งหล่นของสิ่งของสัมภาระมาโดนผู้โดยสารคนอื่น การเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในห้องโดยสาร และการมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

8. ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental friendliness) หมายถึง การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ และคาร์บอนมอนนอกไซด์ การไม่ใช้ก๊าซคลอรีนอันจะทำลายโอโซนในชั้นบรรยากาศ การไม่ปล่อยขยะและของเสียออกไปจากยานพาหนะโดยไม่ผ่านการบำบัด การใช้พลังงานทดแทน รวมทั้งการไม่ก่อให้เกิดเสียงดังรบกวนผู้คนที่อาศัยอยู่ระหว่างเส้นทางที่ยานพาหนะแล่นผ่านไป

นอกเหนือจากกรอบแนวคิดทั้ง 8 ข้อข้างต้นของ Lumsdon & Page (2004) แล้ว ในปี 2551 คมสัน สุริยะ ได้เพิ่มกรอบแนวคิดเข้าไปอีก 4 ข้อ เพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์เรื่องการท้อเทียวมากยิ่งขึ้น ดังนี้

9. แม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ งานเทศกาล หรือสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องไม่พลาดที่จะมาเยี่ยมชม โดยสิ่งเหล่านั้นทำหน้าที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเมืองท่องเที่ยวนั้น หากปราศจากแม่เหล็กดังกล่าวก็อาจจะไม่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากนัก แม่เหล็กนี้ทำหน้าที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนที่ของสรรพสิ่งเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่างๆที่เข้ามาเพื่อบริการนักท่องเที่ยว

10. ถนนคนเดิน หมายถึง ย่านหรือถนนที่ปิดการจราจรไม่ให้มียานพาหนะผ่านสัญจรเพื่ออำนวยความสะดวกให้คนเดินเท้าได้ท่องเที่ยวรอบบริเวณสำคัญของเมืองและซื้อสินค้า

11. จุดทำเงิน หมายถึง สถานที่บริการ หรือย่านที่จัดไว้สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ด้วยการคาดการณ์แล้วว่านักท่องเที่ยวจะมีอารมณ์อย่างไรเมื่อมาถึงจุดนั้น เช่น ตื่นเต้นเมื่อยล หิวกระหาย หรือต้องการรีบแสวงหาสิ่งของเพื่อไปเป็นของฝากก่อนที่จะจากเมืองนั้นไป

12. การสร้างความเพลิดเพลินระหว่างการเดินทาง หมายถึง การทำให้การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการสร้างความเพลิดเพลินใจ เช่น การจัดเส้นทางผ่านสถานที่อันสวยงาม การจัดกิจกรรมบนยานพาหนะ การเสิร์ฟอาหารชั้นเลิศบนยานพาหนะ

6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

6.1 ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความคาดหวังของบุคคลในเรื่องที่คาดหวังไว้กับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น โดยเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเป็นเหตุการณ์บุคคล วัสดุ สิ่งของ หรือสถานที่ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านที่ได้กล่าวถึงความพึงพอใจไว้ไม่แตกต่างกัน เช่น มอส (Morse, 1955, p.27) กล่าวว่าความพึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยความพึงพอใจนั้นเป็นการลดความตึงเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรือสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความชื่นใจ ตลอดจนสามารถสร้างทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งความพึงพอใจจะเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งนั้นๆ สอดคล้องกับเชลลีย์ (Shelly, 1975, pp.252-268) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกสองด้าน คือ ความรู้สึกทางบวก ซึ่งเมื่อเกิดความรู้สึกนี้แล้วจะทำให้บุคคลนั้นมีความสุขและความรู้สึกทางลบ ซึ่งจะทำให้บุคคลนั้นเกิดความทุกข์และความกังวล อีกทั้งยังสอดคล้องกับมูซัฟเฟอร์ อูยซัล และ จอห์น เอ วิลเลียม (MuzafferUysal & John A Williams 2004, p.16) ซึ่งได้สรุปเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่งซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่เมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวก แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกผิดหวังไม่บรรลุจุดมุ่งหมายก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

ส่วน ลาวดอน และบิตต้า (Loudon & Bitta, 1993, p.579) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกเพียงพอกับสิ่งที่ได้รับและความรู้สึกเพียงพอนี้เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์ในอดีตกับสิ่งที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับทรวงและโฟสเตอร์ (Truong & Foster, 2006) ซึ่งได้กล่าวในทำนองเดียวกันว่าความพึงพอใจนั้นเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์ที่ได้รับจริง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วัตไซด์ เฟร และดาลี (Woodside, Frey & Daly, 1989) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหลังการซื้อที่จะเกี่ยวข้องกับบริการที่ผู้บริโภคจะชอบหรือไม่ชอบในบริการหรือสินค้าหลังจากที่ได้รับจากประสบการณ์จากการซื้อหรือใช้บริการนั้น

ในทำนองเดียวกัน โอลิเวอร์ (อ้างถึงใน Puh, 2014) กล่าวว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นความยินดีที่สมความปรารถนา (Giese & Cote, 2000, p.1) นั้นหมายความว่าผู้บริโภครู้สึกว่าการบริโภคตอบสนองความต้องการ ซึ่งทำให้สมปรารถนาอย่างน่าพอใจ โดยในมุมมองต่อความพึงพอใจนี้สะท้อนให้เห็นถึงธรรมชาติของอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งคือการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นจริง รวมถึงในด้านอื่นๆ เช่น ความรู้สึกร่วม (Hernandez-Lobato et al., 2008) สำหรับในกรณีของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะประเมินค่าระดับของความพึงพอใจในความต้องการและความปรารถนาเกี่ยวกับบริการที่นำเสนออย่างครบถ้วนในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริการนั้น ๆ

นอกจากนี้ วิธาน จินาภักดิ์ (2555) ยังให้ความหมายความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติหรือความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลที่มีต่อปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่บุคคลนั้น ๆ ได้รับประสบการณ์หรืออยู่ในเหตุการณ์ เช่น สิ่งของ บุคคล สถานที่หรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบ ความพึงพอใจในทางบวกจะทำให้บุคคลนั้นมีความรู้สึกดี มีความประทับใจและรู้สึกผ่อนคลายจากความตึงเครียด นอกจากนี้ยังส่งผลให้มีสุขภาพดีทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสติปัญญาอีกด้วย ส่วนความพึงพอใจในทางลบซึ่งหมายถึงความไม่พึงพอใจก็จะมีผลในทางตรงกันข้ามสำหรับอารยา อินคชสาร (2554) ได้สรุปเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องความรู้สึกของบุคคล โดยความพึงพอใจของแต่ละบุคคลไม่มีวันสิ้นสุด เปลี่ยนแปลงได้เสมอตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม บุคคลจึงมีโอกาสที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาแล้ว ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องสำรวจตรวจสอบความพึงพอใจในการปฏิบัติให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคคลตลอดไป ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสำเร็จคล่องตามเป้าหมายขององค์กรหรือหน่วยงานที่ตั้งไว้

6.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของการท่องเที่ยวถือเป็นตัวแปรหนึ่งที่สำคัญในการสนับสนุนการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพราะความพึงพอใจส่งผลกระทบต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว การบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการ (Rajesh, 2013; Kozak&Rimington, 2000) โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องการจะได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวกับประสบการณ์ที่ได้รับจริงจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยี่ยมชม หากนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกยินดีเนื่องจากประสบการณ์ที่ได้รับจริงเป็นไปตามคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าเกิดความรู้สึกที่ตรงกันข้ามก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับเมาตินโฮ (Moutinho, 1987) ซึ่งกล่าวจากมุมในด้านความคาดหวัง

และประสบการณ์ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการ เปรียบเทียบกัน ระหว่างความคาดหวังต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวกับ ประสบการณ์ที่ นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน ซึ่งสอดคล้องกับคาคอต และคณะ (Cadott et al., 1982 อ้างถึงใน เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, 2555, หน้า 14) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นการ เปรียบเทียบกันระหว่าง ความหวังต่างๆ กับประสบการณ์ที่เป็นไปในเชิงของการกระทำ (Performance) เมื่อประสบการณ์ ดังกล่าวมีความแตกต่างในทางลบจากความคาดหวัง จะทำให้เกิด ความไม่พึงพอใจขึ้น (Dissatisfaction) ด้านของการท่องเที่ยว ความพึงพอใจมักจะเป็นที่เข้าใจกันว่า หมายถึง ความคาดหวังต่างๆ ที่คนเรามีก่อนการเดินทางจะเกิดขึ้น (Pre-travel expectations) และ ประสบการณ์ที่ได้รับภายหลังจากการเดินทาง (post-travel experiences) (Pizam, Neumann & Reichel, 1978)

โดยเมื่อเปรียบเทียบประสบการณ์กับความคาดหวังส่งผลให้เกิดความรู้สึกยินดี นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจ (Reisinger & Turner, 2003) และเมื่อออกจากสถานที่ท่องเที่ยว แห่งนั้นก็เกิดความทรงจำที่ดีและยินดีที่จะจ่ายมากขึ้นสำหรับบริการที่ได้รับ แต่ทั้งนี้หาก นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่พอใจนักท่องเที่ยวก็จะไม่พึงพอใจ (Reisinger & Turner, 2003) นี่คือน เหตุผลที่สามารถอธิบายได้ว่าทำไมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเน้นสถานที่ท่องเที่ยวปลายทางเพื่อ เพิ่มความพึงพอใจของผู้มาเยี่ยมเยือน ยกตัวอย่างเช่น Chon (1989) ได้ตรวจสอบความพึงพอใจของ การท่องเที่ยวโดยการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการเดินทางกับสิ่งที่ นักท่องเที่ยวได้พบเห็นจริง ความรู้สึกและการบรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยว ส่วนเบเกอร์และค รอมป์ตัน (Baker & Crompton, 2000) กำหนดให้ความพึงพอใจเป็นสภาพอารมณ์ของนักท่องเที่ยว หลังจากที่ได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดความสบายใจอย่างมาก โดยเป็นอารมณ์ ของความพึงพอใจ ซึ่งแตกต่างจากชอน (Chon, 1989) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะ อยู่บนพื้นฐานของความคาดหวังก่อนจะไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นและผลของประสบการณ์ที่ ได้รับซึ่งจะเป็นการเปรียบเทียบระหว่างภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวก่อนไปเยี่ยมเยียนกับสิ่งที่ นักท่องเที่ยวได้เห็นจริงๆ รู้สึกและจำได้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวถือว่าเป็นแนวคิดกลางในการท่องเที่ยว (Chen & Tsai, 2007; Prayag, 2009) เพราะความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทาง ของการท่องเที่ยว การบริโภคสินค้าและบริการรวมถึงการตัดสินใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ (Kozak & Rimmington, 2000) นอกจากนี้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวยังเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของกิจกรรม ภาคการท่องเที่ยว ซึ่งให้ข้อเสนอแนะที่สำคัญเกี่ยวกับวิธีการส่งมอบบริการที่ดี (Prebežac & Mikuli, 2008)

ส่วน Okello & Yerian (2009) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของการท่องเที่ยวว่าความพึง พอใจของการท่องเที่ยวโดยตรงนำไปสู่ความพึงพอใจในชีวิตแม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นส่วนหนึ่งของการ พักผ่อนในชีวิตมนุษย์ (Neal, Sirgy & Uysal, 1999) ซึ่งความพึงพอใจในชีวิตได้รับอิทธิพลจาก ส่วนประกอบหลักของชีวิต 4 ส่วน คือ การมีเวลาว่างพอที่จะเดินทางมาพักผ่อน สุขภาพ ครอบครัว และการทำงาน (Fernandez, Zamarron & Ruiz, 2001) โดยความพึงพอใจกับการมีเวลาว่างเพื่อ การพักผ่อน สุขภาพ ครอบครัวและการทำงาน จะเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจในชีวิตซึ่งความพึง

พอใจในชีวิตโดยตรงจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตามคุณภาพชีวิตของแต่ละคนอาจพิจารณาได้จากความสุขสบาย/ความเพลิดเพลินและความต้องการสุขภาพที่ดี (hedonic and eudaimonic needs) (Ryan & Deci, 2001) สำหรับคุณภาพชีวิตอันเกิดจากความสุขสบาย/ความเพลิดเพลิน (Hedonic) นั้นจะเกิดขึ้นเมื่อประสบการณ์แต่ละคนมีความพึงพอใจเป็นแบบชั่วคราวหรือชั่วคราว โดยความพึงพอใจผ่านการเติมเต็มความสุขที่เกิดขึ้นจากความต้องการส่วนตัว ส่วนสุขภาพที่ดีเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของบุคคลผ่านความพึงพอใจในระยะยาวและเป็นความต้องการที่มีคุณค่าอย่างล้าลึก อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของการท่องเที่ยวโดยตรงนั้นก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งความสุขสบาย/ความเพลิดเพลินและสุขภาพที่ดี (hedonic and eudaimonic) นอกจากนี้คุณภาพชีวิตของบุคคลยังเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการประเมินคุณภาพของสังคมและประเทศ (Diener, Oishi & Lucas, 2003) ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าเป็นที่น่าพอใจทั้งความสุขสบาย/ความเพลิดเพลินและสุขภาพที่ดี

6.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ

Huh (2002) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญด้านการตลาดที่ประสบความสำเร็จ เพราะจะมีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การบริโภคสินค้าและบริการและการตัดสินใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ (Kozak & Rimmington, 2000) นักวิจัยได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าและให้ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Bramwell, 1998; Bowen, 2001) ยกตัวอย่างเช่น Parasiraman, Zeithaml and Berry's (1985) รูปแบบช่องว่างระหว่างความคาดหวัง-การรับรู้ รูปแบบความเหมาะสมของ Sirgy (Sirgy's congruity model) (Sirgy, 1984; Chon & Olsen, 1991) และผลการดำเนินงาน - รูปแบบเฉพาะ (performance - only model) (Pizam, Neumann & Reichel, 1978) ได้ถูกนำมาใช้เพื่อใช้ในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เฉพาะเจาะจง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคาดหวังในสิ่งที่ไม่เคยได้รับการยืนยันมาก่อนจะได้รับการยอมรับที่กว้างที่สุดในหมู่ทฤษฎีเหล่านี้เพราะเหมาะสมที่จะใช้ในวงกว้าง

สำหรับวิธีการประเมินที่มักถูกหยิบยกมาใช้มากที่สุดก็คือ การวิเคราะห์ความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจที่ได้รับหลังจากการท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังก็มีโอกาสสูงที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต ในทางกลับกันถ้าหากความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังก็จะทำให้การตอบสนองของนักท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางลบ (Kuzak & Rimmington, 2000) แต่ในความเป็นจริงนักท่องเที่ยวยังมีการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ตนได้รับกับต้นทุนที่เสียไป ซึ่งแนวคิดนี้เป็นการพิจารณาอยู่บนทฤษฎีความเท่าเทียมกัน (Oliver & Swan, 1989 อ้างถึงในเถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, 2555, หน้า 15) ที่ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายได้ด้วยต้นทุนที่นักท่องเที่ยวต้องเสียโดยปัจจัยหลักที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก็จะขึ้นกับราคา ประโยชน์ที่ได้รับและเวลาที่เสียไป นอกจากนี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวมักจะนำประสบการณ์ที่ผ่านมาเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวปัจจุบัน (Truong & Foster, 2006, Pizam, Neumann & Reichel, 1978)

6.4 การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นการวัดคุณลักษณะของความพึงพอใจ โดยทั่วไป (เช่น ความดึงดูดใจ การอำนวยความสะดวก ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมการท่องเที่ยว) ซึ่งเป็นไปตามความคาดหวัง สำหรับคุณลักษณะความพึงพอใจยังรวมถึง ที่พักชั่วคราว การรับประทานอาหาร การซื้อของ งานแสดงต่าง ๆ และสภาพแวดล้อมที่ดี (Chi et al., 2008)

การวัดความพึงพอใจบุคคลว่าอยู่ระดับใดนั้น จำเป็นต้องมีเครื่องมือวัดความพึงพอใจ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอแนวทางในการวัดความพึงพอใจดังนี้

ปัญญา ชัมสือ (อ้างถึงในพัสเตอร์ หิริญญการ, 2554, หน้า 10) ได้กล่าวว่าการวัดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจนั้นเป็นการยากที่จะทำได้ข้อเท็จจริง เพราะไม่มีเครื่องมือใดที่จะวัดจิตใจคนได้อย่างเพียงพอ แต่ได้เสนอแนวทางการวัดความพึงพอใจสรุปได้ดังนี้

1. การสังเกตการณ์ เป็นการเฝ้าติดตามดูแลความเป็นไปและการเปลี่ยนแปลงของสิ่งที่ต้องการรู้อย่างใกล้ชิดในระยะเวลาที่กำหนดให้ โดยการสังเกตสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งสิ่งนั้นอาจเป็นวัตถุ สิ่งของที่ไม่มีชีวิต การเคลื่อนไหวหรือสิ่งมีชีวิตในลักษณะโครงสร้างทั่วไป โดยไม่คำนึงถึงการกระทำ การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

2. การสัมภาษณ์ เป็นการวิจัยที่มีแบบแผนเพื่อใช้ตรวจหาข้อเท็จจริงจากภาษา ความเป็นอยู่ของสังคม ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพวิธีหนึ่ง

3. การใช้แบบสอบถาม เป็นการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เป็นลักษณะการให้บริการ สถานที่ให้บริการ ความสะดวกที่จะให้บริการ

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจนั้นเป็นการวัดความรู้สึกของบุคคล ไม่ใช่การกระทำโดยพิจารณาจากการแสดงออก ซึ่งสามารถจะกระทำได้ 3 วิธี คือการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์และการใช้แบบสอบถาม เป็นต้น

ในขณะที่ วรูม (Vroom, 1970, p.99) ได้อธิบายหลักการวัดความพึงพอใจว่าต้องคำนึงถึงเนื้อหา (content) และทิศทาง (direction) โดยทั่วไปกำหนดให้ความพึงพอใจมีทิศทางเป็นเส้นตรง และต่อเนื่องในลักษณะเป็นซ้าย-ขวา หรือบวกกับลบ กล่าวคือ เริ่มจากเห็นด้วยอย่างยิ่งและลดความเห็นด้วยลงเรื่อยๆ จนถึงมีความรู้สึกเฉยๆ และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งในที่สุด นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความเข้ม (Intensity) กิริยาท่าทาง หรือความรู้สึกที่แสดงออกต่อสิ่งเร้านั้น มีปริมาณมากน้อยต่างกัน เช่น มาก ปานกลาง น้อย

7. ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณค่า

วโลลักษณะ น้อยพยัคฆ์ (2558) ได้กล่าวถึงทฤษฎีเกี่ยวกับคุณค่าว่า เริ่มมาจากแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ (Thaler, 1985) ที่ว่าสิ่งใดก็ตาม จะมีคุณค่าหรือมูลค่าอยู่ที่ความพึงพอใจของผู้บริโภค

นักวิจัยเริ่มมองหารายละเอียดขององค์ประกอบของคุณค่า ในช่วงแรกๆ จะเป็นการศึกษาเรื่องของคุณค่าจากการใช้จ่ายเงินได้มากแต่จ่ายน้อย ซึ่งเป็นแนวคิด คุณค่าทางการเงิน (Monetary Value) อย่างไรก็ตามเหตุผลเกี่ยวกับคุณค่าทางการเงินคงไม่เพียงพออธิบายคุณค่าที่มากกว่าการใช้จ่าย จึงได้นักวิจัย Zeithaml (1988) อธิบายว่าน่าจะคำนึงถึงเรื่องคุณภาพด้วย โดยนักวิจัยอีกหลายท่านได้เสริมแนวคิดเพิ่มเติมโดยแบ่งคุณค่าเป็น 2 ประการหลัก ได้แก่ คุณค่าทางการเงิน (Monetary Value) และคุณค่าที่ไม่ใช่ทางการเงิน (Non Monetary Value) ซึ่งสามารถอธิบาย ความหมายของคุณค่าได้มากกว่าเดิม โดยเฉพาะจากมุมมองประสบการณ์ของผู้บริโภค (Holbrook, 1999) นักวิจัยคนอื่นๆ เช่น Sweeney & Soutar (2001) ได้ค้นหาคุณค่าจากประสบการณ์อีกหลายมิติ ได้แก่ คุณค่าเชิงสังคม (Social Value) คุณค่าเชิงอารมณ์ (Emotional Value) คุณค่าเชิงคุณภาพ (Quality Value) คุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economic Value) ทั้งนี้ยังมีแนวคิดที่ต่างออกไป ซึ่งมาจากนักคิดและนักวิจัยทางแถบกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย (Nordic School) ที่เห็นว่าคุณค่าไม่ได้อยู่เฉพาะตัวสินค้าหรือการบริการแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่ยังอยู่ที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ รวมทั้งสิ่งแวดล้อมการบริการด้วย (Ravald & Gronroos, 1996) นอกจากนี้ความแตกต่างทางวัฒนธรรมยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในสินค้า / บริการ / ประสบการณ์ต่างกันไปตามพื้นฐานวัฒนธรรมของตน การศึกษาคุณค่าในแวดวงการท่องเที่ยวยังเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ แม้ว่าคุณค่าจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทางด้านขีดความสามารถในการแข่งขันได้ทางการท่องเที่ยวก็ตาม การสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยว นอกเหนือจากคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังมีคุณค่าอื่นๆ ที่มาช่วยเพิ่มคุณค่าโดยรวมด้วย อย่างไรก็ตาม การศึกษาด้านการท่องเที่ยวยังต้องคำนึงถึงลักษณะพิเศษของการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมบริการอื่น ๆ กล่าวคือ การท่องเที่ยวเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยว จะได้พบปะผู้คนและผู้ให้บริการในหลายโอกาส (Service Settings)

สำหรับคุณค่าทางการท่องเที่ยวประการสำคัญคือความคุ้มค่าเงิน (Value for Money) ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดที่ได้กล่าวไว้ในเบื้องต้นว่า ได้มาก แต่จ่ายน้อย (Oh, 1999) แล้วยังประกอบด้วย (1) คุณภาพของการบริการ (QOS - Quality of Service) (2) คุณภาพของประสบการณ์ (QOE - Quality of Experience) (Otto and Ritchie, 1995) และ (3) คุณค่าเชิงอารมณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการเดินทางท่องเที่ยว

ในการศึกษาคุณค่าของประเทศไทยจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรนั้น วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ (2558) ได้นำแนวคิดในเบื้องต้นมาวางกรอบทฤษฎีในการศึกษาโดยใช้แนวคิดได้อย่างเสียอย่างหรือ Trade-off Model หมายความว่า ประโยชน์ที่ได้รับ (Benefit) มากกว่าที่เสียไป (Sacrifice) ส่วนที่นักท่องเที่ยวจะได้รับคือ (1) คุณค่าทางการเงิน ได้แก่ ความคุ้มค่าเงิน (2) คุณค่าที่ไม่ใช่การเงิน ได้แก่ คุณค่าเชิงอารมณ์ (มาจากประสบการณ์ - Experience based) คุณค่าเชิงสารัตถะ (มาจากคุณลักษณะ - Attribute based) คุณค่าเชิงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (มาจากกระบวนการ - Process based) สำหรับส่วนที่นักท่องเที่ยวจะเสียไป คือ เวลา แรงงาน ค่าใช้จ่าย และอื่นๆ โดยผลการวิจัยยืนยันว่าประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่าที่สามารถส่งมอบให้แก่ นักท่องเที่ยว สหราชอาณาจักรตามรายละเอียด ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวในหลายมิตินี้ว่าสามารถสนับสนุนทฤษฎีทางคุณค่าของลูกค้าในหลายด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ (Thaler, 1980, 1985) ด้านจิตวิทยา (Reynolds & Gutman, 1988) ด้านสังคม (Rokeach, 1973; Schwartz, 1994) นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) คุณภาพของการบริการในลักษณะของคุณลักษณะ (Attribute - based) (2) คุณภาพของประสบการณ์ในลักษณะขององค์รวม (Holistic - based) ซึ่งต่างส่งผลกันและกัน โดยสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎี Gestalt ที่ว่าด้วยคุณสมบัติที่โดดเด่นอาจทดแทนคุณสมบัติที่อ่อนด้อยได้ ดังจะเห็นได้ว่าลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดยรวมได้แม้จะไม่พอใจในบางประการก็ตาม (Lewis Chambers, & Chacko, 1995; Wirtz & Bateson, 1997) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถาม 4 ราย ได้ถูกสัมภาษณ์สิ่งของในระหว่างการเดินทาง แต่ยังไม่ประเมินความพึงพอใจ โดยรวมในการท่องเที่ยวประเทศไทยในระดับปานกลางถึงสูงสุด

2) คุณค่าทางการเงิน (Monetary Value : Utilitarian - based) นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักร เมื่อมีประสบการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วเห็นว่าคัมค่าเงินที่สุด (Monetary Value : Utilitarian - based) แสดงให้เห็นว่าคุณค่านี้เป็นคุณค่าที่โดดเด่นที่สุดของประเทศไทย ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงและอยากเดินทางกลับมาอีกครั้ง รวมทั้งบอกต่อให้คนรอบข้างได้ทราบถึง คุณค่าของประเทศไทย

3) คุณค่าเชิงอารมณ์ (Emotional Value : Experience - based) การศึกษาค้นคว้าพบว่า คุณค่าเชิงอารมณ์เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการเดินทางซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านคุณภาพของประสบการณ์ (Quality of Experience) (Otto & Ritchie, 1995) นักท่องเที่ยวประเมินประสบการณ์เดินทางโดยรวม (Holistic) จากความรู้สึกภายใน (Self) และสิ่งแวดล้อมภายนอก นอกจากนี้ตามการศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์ (Russell, 2003) พบว่า อารมณ์แบ่งได้เป็น 2 ภาวะ ได้แก่

- ตื่นตัว - ไม่ตื่นตัว (Activation - Deactivation)
- รื่นรมย์ - ไม่รื่นรมย์ (Pleasure - Displeasure)

ในการวิจัยครั้งนี้พบว่าอารมณ์ที่บ่งบอกถึงความตื่นเต้นผนวกกับ ความรื่นรมย์ (Exciting - Pleasant Feelings) จะส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าอารมณ์ผ่อนคลายผนวกกับความรื่นรมย์ (Relaxing - Pleasant Feelings) ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเห็นคุณค่า เชิงอารมณ์ทางด้านความตื่นเต้นมากกว่าการผ่อนคลาย สอดคล้องกับแนวคิดของ Botterill (1987) ที่ว่าเหตุการณ์ที่นักท่องเที่ยวไม่เคยคาดหวังมาก่อนย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

4) คุณค่าเชิงสารัตถะ (Functional Value - Attribute - based) แม้ว่าคุณค่าเชิงสารัตถะ (Functional value) ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เป็นคุณค่าที่สามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมก็ตาม แต่ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า คุณค่าเชิงสารัตถะของประเทศไทยไม่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรอยากเดินทางกลับมาเที่ยวอีก และนับเป็นคุณค่าที่อ่อนด้อยที่สุดในคุณค่าทั้งหมด 4 มิติ

5) คุณค่าเชิงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Value - Process - based) การวิจัยครั้งนี้พบว่าคุณค่าเชิงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งอยู่ในกระบวนการให้บริการของคนไทย ไม่ได้ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าคุณค่านี้จะไม่ส่งผลต่อ

ความพึงพอใจโดยรวมก็ตาม แต่กลับพบว่าส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางมายังประเทศไทยอีก นับว่าเป็นความรู้ใหม่ทางการวิจัยท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรพึงพอใจเป็นอย่างยิ่งต่อ อัยาศัยไมตรีของคนไทยและประทับใจกับรอยยิ้มที่จริงใจของผู้บริการชาวไทย แต่เห็นว่าคุณภาพของการบริการยังด้อยอยู่ รอยยิ้มไม่สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าคุณภาพการบริการดีขึ้น ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัย รอยยิ้มจริงใจ (Duchenne Smile) (Grandey et al., 2005) ที่พบว่ารอยยิ้มจริงใจสามารถช่วยให้เกิดความพึงพอใจได้เพิ่มขึ้นก็ต่อเมื่อได้รับบริการที่ดีแล้ว

6) ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย เป็นครั้งแรก และนักท่องเที่ยวที่เดินทางซ้ำ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกมีแรงจูงใจที่จะ แสวงหาความท้าทาย หาคำความรู้ (Challenge / Knowledge) รวมทั้งการเข้าสังคมและการมีเกียรติ (Social / Prestige) มากกว่านักท่องเที่ยวที่เคยเดินทาง มาแล้ว แต่นักท่องเที่ยวสองกลุ่มนี้มีแรงจูงใจ ตรงกันคือ ต้องการมาพักผ่อน ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Cohen (1972) ที่ว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมา เป็นครั้งแรกอยู่ในประเภทนักสำรวจ (The Explorer) ซึ่งชอบที่จะอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ตนคุ้นเคยบวก กับความแปลกใหม่ ในขณะที่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยซ้ำ จัดอยู่ในประเภทกลุ่ม นักท่องเที่ยว ที่ชอบอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ตนคุ้นเคย (The Individual Mass Tourist) นักท่องเที่ยวกลุ่ม เดินทางซ้ำยังชื่นชอบและเห็นคุณค่าของประเทศไทย มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางครั้งแรกใน คุณค่า 3 ประการ ได้แก่ คุณค่าเชิงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล คุณค่าเชิงอารมณ์ด้านพักผ่อน และ รื่นรมย์ (Relaxing - Pleasant Feelings) และคุณค่าเชิงสารัตถะ ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางการ ท่องเที่ยว ซึ่งสามารถตีความได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยซ้ำอีกเป็นเพราะชอบอัยาศัย ไมตรีของคนไทย โดยที่เมื่อได้มาอยู่ในประเทศไทยแล้วรู้สึกถึงบรรยากาศที่จะได้มาพักผ่อน รวมทั้งพึง พอใจกับแหล่งท่องเที่ยวไทย ที่พัก และสาธารณูปโภคมากกว่ากลุ่มเดินทางเป็นครั้งแรก

โดยสรุปแล้วนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรรับรู้คุณค่าทางการเงินหรือความคุ้มค่าเงิน มากที่สุด รองลงมา คือ คุณค่าเชิงอารมณ์ ซึ่งประกอบด้วยความตื่นเต้นและความสนุกสนาน ซึ่ง นักท่องเที่ยวหลายคน ได้กล่าวถึงความรู้สึกนี้ออกมาว่า “I feel great, I have fun, I have full of all the joys of life, I have fantastic experience.” สำหรับคุณค่าเชิงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นคุณค่าที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางซ้ำ รับรู้ได้มากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก ‘รอยยิ้ม’ ของชาวไทย ยังทำให้นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรพึงพอใจได้เสมอ แต่รอยยิ้มของผู้ให้บริการชาว ไทยไม่สามารถสร้างความพึงพอใจในระดับที่เพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากการให้บริการยังไม่ดีพอ คุณค่าเชิง สารัตถะเป็นคุณค่าที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรไม่เห็นว่ามีความจำเป็น ประเทศไทยจึงต้องปรับปรุง อย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มาตรฐานสุขอนามัย และความสะอาด ความสะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยว ประเภทชายหาดบางแห่งเริ่มเสื่อมโทรมลง ต้องมีการบริหารจัดการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง

8. ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดนครปฐม

ตามรายงานเรื่อง บรรยายสรุปจังหวัดนครปฐม ปี 2557 โดยกลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศ และการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดนครปฐม ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการณ์ทั่วไป สภาพการเมืองการ

ปกครอง สภาพเศรษฐกิจ และสภาพการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้ (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดนครปฐม, 2557)

1) สภาพการณ์ทั่วไป “นครปฐม” เป็นอยู่อารยธรรม สำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวว่า เมืองนครปฐมแต่เดิมนั้นตั้งอยู่ริมทะเล เป็นเมืองเก่าแก่ มีความเจริญรุ่งเรืองมานับตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ และเป็นราชธานีสำคัญในสมัยทวารวดี ในยุคนั้นนครปฐมเป็นแหล่งเผยแพร่อารยธรรมจากประเทศอินเดีย ซึ่งรวมทั้งพุทธศาสนา นครปฐมจึงเป็นศูนย์กลางของความเจริญ มีชนชาติต่างๆ อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นจำนวนมาก ต่อมาได้เกิดความแห้งแล้งขึ้นในเมืองนครปฐม เพราะกระแสน้ำที่ไหลผ่านตัวเมืองเปลี่ยนเส้นทางประชาชนจึงอพยพไปตั้งหลักแหล่งอยู่ริมน้ำ และสร้างเมืองใหม่ขึ้นชื่อ “เมืองนครไชยศรี” หรือ “ศรีวิชัย” นครปฐมจึงกลายเป็นเมืองร้างมาเป็นเวลาหลายร้อยปี จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวขณะที่ทรงยังผนวชได้จุดศรัทธาไปพบพระปฐมเจดีย์ และทรงเห็นว่าเป็นเจดีย์องค์ใหญ่ไม่มีที่ใดเทียบเท่า ครั้นเมื่อได้ครองราชย์จึงโปรดฯ ให้ก่อเจดีย์แบบลังกาครอบองค์เดิมไว้ โดยให้ชื่อว่า “พระปฐมเจดีย์” ทรงปฏิสังขรณ์สิ่งต่างๆ ในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ให้มีสภาพดี และโปรดฯ ให้ขุดคลองเจดีย์บูชาเพื่อให้เกิดความร่มเย็นและสะดวกขึ้น ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เริ่มก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ผ่านเมืองนครปฐม ซึ่งขณะนั้นยังเป็นป่ารก พระองค์จึงโปรดฯ ให้ย้ายเมืองจากตำบลท่ามา อำเภอนครชัยศรี มาตั้งที่บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์เหมือนเช่นครั้งสมัยโบราณ ครั้งในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดฯ ให้สร้างพระราชวังสนามจันทร์ เป็นที่เสด็จแปรพระราชฐานและฝึกซ้อมรบแบบเสือป่า โดยโปรดฯ ให้ตัดถนนเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย รวมทั้งสร้างสะพาน เจริญศรัทธาข้ามคลองเจดีย์บูชาเชื่อมระหว่างสถานีรถไฟกับองค์พระปฐมเจดีย์ ตลอดจนสร้างพระร่วงโรจนฤทธิ์ ทางด้านทิศเหนือขององค์พระปฐมเจดีย์และบูรณะองค์พระปฐมเจดีย์ให้สมบูรณ์สวยงามดังที่เห็นในปัจจุบันและได้โปรดเปลี่ยนชื่อจาก “นครไชยศรี” เป็น “นครปฐม”

2) สภาพการเมืองการปกครอง จังหวัดนครปฐมแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ 106 ตำบล 904 หมู่บ้าน สำหรับการ บริหารราชการส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 4 แห่ง เทศบาลตำบล 18 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 93 แห่ง โดยเขตการปกครองทั้ง 7 อำเภอประกอบไปด้วย 1. เมืองนครปฐม 2. สามพราน 3. นครชัยศรี 4. บางเลน 5. กำแพงแสน 6. ดอนตูม 7. พุทธมณฑล

3) สภาพเศรษฐกิจ สภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดนครปฐมในปี 2554 พบว่าประชาชนมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว 187,724 บาทต่อปี โดยทั้งจังหวัดมีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดอนุกรมใหม่ ตามราคาประจำปี 184,579 ล้านบาท รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาการผลิตอุตสาหกรรมมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 97,267 ล้านบาท รองลงเป็นสาขาการขนส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ จักรยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคล และของใช้ ในครัวเรือน คิดเป็นมูลค่า 19,818 ล้านบาท

4) สภาพการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐมมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และสืบสานวัฒนธรรมประเพณีของไทยอย่างต่อเนื่องรวมทั้งได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ องค์พระปฐมเจดีย์พระราชวังสนามจันทร์พุทธมณฑลพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระปฐมเจดีย์พิพิธภัณฑสถานหุ้่นขี้ผึ้งวัดไร่ขิงตลาดริมน้ำดอนหวายและลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพรานฯลฯ

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดนครปฐมสามารถสรุป ได้ดังนี้

อำเภอ	แหล่งท่องเที่ยว
อำเภอเมืองนครปฐม	1.วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร *
	2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระปฐมเจดีย์ *
	3. พระราชวังสนามจันทร์ *
	4.วัดพระประโทณเจดีย์
อำเภอกำแพงแสน	1.สวนป่าสมุนไพรวัดปลักไม้ลาย
	2. สวนพฤกษศาสตร์และสวนแสนปาล์ม
	3.เมืองเก่ากำแพงแสน
อำเภอสามพราน	1.วัดไร่ขิง *
	2.ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน *
	3.สวนสามพราน
	4. ตลาดริมน้ำวัดดอนหวาย *
	5. ล่องเรือเที่ยวชมสวนผลไม้คลองจินดา
อำเภอนครชัยศรี	1.พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย *
	2.พิพิธภัณฑ์วิถีชาวนาไทย
	3.อุทยานปลาวัดห้วยพลู
	4.ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง
	5.วัดศิระชะทอง
	6.เขชภูเทวนิคมิวเซียม (ยন্ত্রกรรมโบราณ)
อำเภอบางเลน	1.หมู่บ้านไทยโซ่ง
	2.ตลาดน้ำลำพญา
	3.ตลาดบางหลวงร.ศ.122
อำเภอดอนตูม	1.ศาลพระโพธิสัตว์กวนอิมบ้านทุ่งพิชัย
อำเภอพุทธมณฑล	1.พุทธมณฑล *
	2.การล่องเรือเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์

หมายเหตุ : * สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดนครปฐม

ที่มา (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดนครปฐม, 2557)

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรินันท์ พงษ์นรินทร์, โอษฐ์ญา บัวธรรม, ชัชชญา ยอดสุวรรณ (2559) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า 1) สิ่งดึงดูดใจด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก สวัสดิการที่มีให้บริการอย่างเพียงพอและการเข้าถึง

แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและ สะดวก เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ 2) ศักยภาพ การจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีทรัพยากรท่องเที่ยว 2 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีสิ่งอำนวยความสะดวก ครบ คือ ที่พักแรม ร้านอาหาร และธุรกิจนำเที่ยว แต่รถรับจ้าง/รถโดยสารมีให้บริการ ค่อนข้างน้อย อีกทั้งในขณะนี้พื้นที่มีปัญหาเกี่ยวกับการบุกรุกที่ดินโดยภาคเอกชน แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กลับมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านทางท่องเที่ยว ในระดับมาก 3) แนวทางในการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวควรออกระเบียบข้อบังคับเพื่อเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรจัดระบบคมนาคมและการสัญจร ให้ชัดเจน พร้อมทั้งทำป้ายบอกทางให้ถูกต้องและติดตั้งเป็นระยะ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรจัดให้มีการบริการที่ครอบคลุมและทั่วถึง ด้านความปลอดภัย ควรจัดระบบรักษาความปลอดภัยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการรองรับของพื้นที่ควรทำการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งเพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดตั้ง เป็นคณะกรรมการดำเนินการวางแผน การกำหนดแนวปฏิบัติ การติดตามและประเมินผลการดำเนินการต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

อภิชญา ญัฐพงศ์พฤทธิ และพัชนี เสงี่ยมรยา (2559) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเรียนรู้สังคมใหม่ 2) กลุ่มคนร่วมสมัย 3) กลุ่มครอบครัวสุขสันต์ 4) กลุ่มท่องเที่ยวแสวงบุญ 5) กลุ่มประวัติศาสตร์การเมือง 6) กลุ่มรักศิลปะ และ 7) กลุ่มก้าวทันโลก โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการตัดสินใจท่องเที่ยว นอกจากนี้ความน่าเชื่อถือและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเช่นกัน

เศรษฐวิสุภุ์ พรหมสิทธิ์ และนราศรี ไวนิชกุล (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการตลาดออนไลน์ด้านความเชื่อมั่นและด้านการสื่อสารการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำนายความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวได้ร้อยละ 40.3 ปัจจัยความพร้อมภาครัฐด้านบุคลากรและด้านการจัดการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำนายความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 26.0 ดังนั้น ควรมีการเพิ่มความเชื่อมั่นในด้านการตลาดออนไลน์และการประชาสัมพันธ์ป้ายโฆษณาต่างๆ ในเว็บไซต์การท่องเที่ยวให้มากขึ้น พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐควรได้รับการพัฒนาทักษะทางการให้บริการและด้านภาษา และจัดการมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการอย่างเพียงพอ

ภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกของโฮมสเตย์ที่มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไทย ที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวไทย เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 21-29 ปี มีสถานภาพโสด มี

อาชีพเป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท นอกจากนี้นักท่องเที่ยวไทยมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักแรม มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวไทย มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารน้อยที่สุด และจากการเปรียบเทียบ นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานะภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในโฮมสเตย์ ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนกัน มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในโฮมสเตย์ ที่ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกโฮมสเตย์ ได้แก่ ด้านที่พักแรม ด้านอาหาร ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านคมนาคม และด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยในการเข้าพักโฮมสเตย์ที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ถกิงศักดิ์ ชัยชาญ (2555) ศึกษาเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในภาพรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายด้านขององค์ประกอบพบว่าอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ/แบ่งปันประสบการณ์และด้านการให้บริการตามลำดับ ในขณะที่ความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเคลื่อนที่ทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับน้อยและเมื่อพิจารณารายการย่อยของแต่ละด้านขององค์ประกอบได้ผลความพึงพอใจในระดับต่างๆ ดังนี้ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการเคลื่อนที่ทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยรายการย่อย 11 รายการ อยู่ในระดับมาก 1 รายการ ได้แก่การเข้าถึงแหล่งอาหารและเครื่องดื่มง่าย ปานกลาง 2 รายการ ได้แก่ ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัยในเขตชุมชน น้อย 3 รายการ คือ ความปลอดภัยในสถานที่พักแรมการลงทะเบียน เข้าพัก/เข้าเยี่ยมชมสถานที่ ความปลอดภัยในบริเวณฝูงชนแออัด น้อยที่สุด 5 รายการ ได้แก่ คือความพร้อมของบริษัททัวร์/แพ็คเกจทัวร์ ความปลอดภัย ณ สถานีขนส่ง (วังน้ำเขียว/บขส.โคราช กบินทร์) การเดินทางท่องเที่ยวในชนบทโดยขนส่งมวลชนระบบขนส่งมวลชน การเดินทางในกรณีฉุกเฉิน

การจัดการโลจิสติกส์ด้านการเคลื่อนที่ของสารสนเทศในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง รายการย่อย 8 รายการ อยู่ในระดับปานกลาง 6 รายการ ได้แก่ ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม ข้อมูล ณ สถานที่พักแรม ข้อมูลด้านที่พัก ข้อมูล ณ สถานที่ท่องเที่ยว

ข้อมูลการเดินทาง น้อย 2 รายการ ได้แก่ ข้อมูลจากเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ ข้อมูล ณ สำนักงานการท่องเที่ยวนครราชสีมา การให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายการย่อย 8 รายการ อยู่ในระดับมาก 6 รายการ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย สถานที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม ที่พักผ่อนเพียงพอเหมาะสม ที่พักผ่อนปลอดภัยและสวยงาม สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ปานกลาง 2 รายการ ได้แก่ ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ มีห้องน้ำ-ห้องสุขาที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน สถานที่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง รายการย่อย 4 รายการ อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 4 รายการ ได้แก่ การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์ บอกทางชัดเจน สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและการใช้การได้ดี มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อน บริเวณแหล่งท่องเที่ยวสถานท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน การส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย รายการย่อย 5 รายการ อยู่ใน

ระดับปานกลาง 1 รายการ คือ การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ(เล่าให้ฟัง) น้อย 4 รายการ ได้แก่ มีกิจกรรมเสริมที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว

สรุปนักท่องเที่ยวพึงพอใจปานกลางต่อองค์ประกอบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในปัจจุบันในภาพรวมในรายด้านส่วนใหญ่พึงพอใจน้อยถึงปานกลาง โดยด้านการไหลทางกายภาพได้รับความพึงพอใจต่ำสุดในระดับน้อยเนื่องจากมีรายการย่อยของด้านถึง 5 รายการได้รับความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ระบบขนส่งมวลชน ความปลอดภัย ณ สถานีขนส่ง การเดินทางท่องเที่ยวโดยขนส่งมวลชน ความพร้อมของบริษัททัวร์และการเดินทางในกรณีฉุกเฉินและเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่นำมาสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำ พบว่า ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบเกือบทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับกลุ่มชุมชนเห็นว่าการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาชุมชนหลายด้านและมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในระดับปานกลาง กลุ่มผู้ประกอบการพึงพอใจในระดับมากกว่ากลุ่มผู้นำชุมชนเห็นว่ามีความพร้อมอยู่ในระดับปานกลาง

ความคิดเห็นด้านความพร้อมและแนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวให้ดีขึ้นกลุ่มต่าง ๆ มีความเห็นว่ามีความพร้อมระดับหนึ่งและให้ข้อเสนอแนะไปในทางเดียวกันได้แก่การให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยการรวมกลุ่มของบุคคลหรือหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่และบทบาทต่างๆกันการจัดการประชุมประชาคมด้านโลจิสติกส์ทั้งในและนอกชุมชนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดเวลาที่มีหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านนี้โดยตรงและมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ มีงบประมาณสนับสนุนเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามมีการพบว่าระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบและการจัดการโลจิสติกส์ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวกับกลุ่มผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนจนเป็นประเด็นที่ต้องสนใจหาเหตุผลมาอธิบาย

คมสัน สุริยะ (2548) ศึกษาเรื่อง ระบบโลจิสติกส์สำหรับการขนส่งผู้โดยสารในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วยรถโดยสารประจำทางระหว่างจังหวัด (ระยะไกล) รถโดยสารประจำทางระหว่างจังหวัด (ระยะใกล้) บริการท่าอากาศยานการขนส่ง ผู้โดยสารโดยทางรถไฟรถขนส่งมวลชนท้องถิ่น รถตุ๊กตุ๊ก สีมูฮัมหมัด รถแท็กซี่ป้ายดำ รถเช่า มอเตอร์ให้เช่า รถเช่าเหมาคัน รถตู้พร้อมคนขับบริการอื่น ๆ ด้านการขนส่ง (ปั้มน้ำมัน) และการให้เช่าอุปกรณ์การขนส่งทางอากาศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรมขนส่งผู้โดยสารในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาโดยสรุปพบประเด็นปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมขนส่งผู้โดยสารคือจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีระบบขนส่งมวลชนของรัฐรถสองแถวแดงที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบันยังมีความแตกต่างกันในด้านมาตรฐานการบริการความสะดวกและความปลอดภัยจึงควรจัดให้มีระบบขนส่งมวลชนในเชียงใหม่ที่ให้บริการอย่างมีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นเวลาแต่การจัดระบบขนส่งมวลชนในจังหวัดเชียงใหม่ยังควรต้องพิจารณาทางด้านอุปสงค์และอุปทานโดยละเอียดอีกครั้งเนื่องจากมีแนวโน้มที่จะเกิดภาวะอุปทานส่วนเกินในภาคธุรกิจรถขนส่งมวลชนในท้องถิ่นโดยเฉพาะนอกฤดูการท่องเที่ยวเนื่องจากระบบขนส่งมวลชนการจัดระบบขนส่งมวลชนจะเข้ามาชิงส่วนแบ่งตลาดคนท้องถิ่นจึงอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้ขับรถขนส่งมวลชนในท้องถิ่นและคนขับรถตุ๊กตุ๊กที่ต้องพึ่งพาลูกค้ากลุ่มนี้เป็นหลักนอกฤดูการท่องเที่ยว

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ (2551) ศึกษาเรื่อง โลจิสติกส์เชิงพื้นที่แบ่งเป็น 3 ระดับด้วยกันคือระหว่างประเทศจุดผ่านแดนระดับเมืองและชุมชนทั้งนี้ได้มีการจัดทำเกณฑ์และดัชนีเพื่อประเมินความพร้อมของแต่ละพื้นที่การศึกษาในเรื่องการเคลื่อนย้ายของนักท่องเที่ยวชายแดนพบว่า มีวิธีการปฏิบัติแตกต่างกันและด้านอรัญประเทศมีแนวทางปฏิบัติที่ดีสามารถส่งนักท่องเที่ยวผ่านแดนอย่างมีประสิทธิภาพสูง 10-45 วินาทีต่อคนการศึกษาาระบบโลจิสติกส์จุดผ่านแดนได้ค่อยๆปรับจากการตรวจสอบและอนุญาตไปเป็นการให้บริการมากขึ้นแต่มาตรฐานการให้บริการ (ตามเกณฑ์สมรรถนะที่มิวิจัยกำหนด) ยังเหลื่อมล้ำกันอยู่ระหว่างจุดผ่านแดนทั้งนี้เนื่องจากการจัดการและเทคโนโลยี

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ (2551) ศึกษาเรื่อง ระบบโลจิสติกส์ของเมืองเชียงใหม่พบว่า เชียงใหม่มีระบบคมนาคมต่อเชื่อมกันค่อนข้างสมบูรณ์และเชียงใหม่ยังไม่มีปัญหาโลจิสติกส์สำหรับนักท่องเที่ยวในเวลาปกติในกรณีของ mass tourism สามารถจัดการการท่องเที่ยวที่มีรถนิมการเดินทางต่างกันได้ดีการวิเคราะห์การจัดการพบว่ายังไม่มีปัญหามากนักเมื่อเทียบกับกรุงเทพฯ เวลารถติดในเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 20-30 ของเวลาปฏิบัติงานของยานยนต์และจะมีปัญหาเฉพาะในช่วงงานประเพณีเช่นสงกรานต์และลอยกระทงซึ่งจะทำให้มียานพาหนะเพิ่มขึ้นร้อยละ 60 และ 20 ตามลำดับ

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ (2551) ศึกษาเรื่อง ด้านโลจิสติกส์เชิงพื้นที่ในระดับชุมชนห้าแห่งคือบ้านแม่กำปองบ้านผานกกกบ้านกาหลวงบ้านห้วยฮี้และบ้านปลายโพงพาง พบว่าจุดอ่อนของการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ที่ข้อมูลที่จะช่วยทำให้การท่องเที่ยวชุมชนเป็นไปด้วยความสะดวกและสบาย (ตามสภาพ) ฯลฯ และการที่ชุมชนไม่มีกระบวนการที่จะเอานักท่องเที่ยวออกมาอย่างรวดเร็วในกรณีฉุกเฉิน

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ (2551) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์ในเมืองท่องเที่ยวหลักได้แก่พนมเปญ เสียมเรียบ เชียงใหม่ ย่างกุ้ง เวียงจันทน์และหลวงพระบาง เป็นการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง 3,841 ตัวอย่างตามเกณฑ์สมรรถนะที่กำหนดทุกเมืองมีปัญหาโลจิสติกส์ในกรณีฉุกเฉินเช่นรถเสียอุบัติเหตุเมืองที่มีปัญหาจากราจรน้อยที่สุดคือหลวงพระบางเมืองที่ขาดแคลนบริการโลจิสติกส์ที่สุดคือย่างกุ้งเมืองที่มีค่าคะแนนโลจิสติกส์ที่ดีที่สุดคือเชียงใหม่

ในด้านกาไรลของข้อมูล เมืองเชียงใหม่มีจุดเด่นที่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่พักและอาหารแต่มีจุดอ่อนที่ข้อมูลการขนส่งเมืองอื่นๆในอนุภูมิภาคมีปัญหาด้านข้อมูลในระดับเดียวกันทุกเมืองยกเว้นย่างกุ้งมีปัญหาหนักที่สุดในทุกเรื่องทางด้านโลจิสติกส์การเงินพบว่าไทยมีปัญหาในเรื่องของการคืนภาษีเท่านั้นเมืองอื่นๆมีปัญหาใกล้เคียงกันทุกเรื่องโดยเฉพาะการใช้เช็คเดินทางและเครดิตการ์ด ส่วนย่างกุ้งมีปัญหาหนักที่สุดในทุกเรื่องโดยทั่วไปแล้วทุกประเทศได้คะแนนระบบโลจิสติกส์ต่ำกว่าคะแนนความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว

สุพาดา สิริกุดตา (2557) ศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี ประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว นั้นกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) โดยมีการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาวัฒนธรรมและประเพณีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) การรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวตาม

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.85) การรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.41) ส่วนด้านความคุ้มค่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความคุ้มค่าในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.56) โดยมีความคุ้มค่ากับเวลาอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.81) ราคาเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.76) และคุ้มค่าเงินอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.71)

ฐิติพร ศรีอาภรณ์ และณรงค์พันธ์ ฉุนรัมย์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่นในการพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยการเข้าถึงมีอิทธิพลระดับปานกลาง ซึ่งสามารถแยกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่นในการพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ 1) อิทธิพลของปัจจัยสิ่งดึงดูดใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่ออิทธิพลของปัจจัยสิ่งดึงดูดใจ ในระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความมีน้ำใจ และอัธยาศัยดีของคนเชียงใหม่ มีอาหารที่มีรสชาติถูกปาก อาหารหลากหลาย และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย 2) อิทธิพลของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว มีระบบธนาคารและการแลกเปลี่ยนเงินตราที่ไม่ยุ่งยากและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวตลอดเวลา 3) อิทธิพลของปัจจัยการเข้าถึง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของปัจจัยการเข้าถึงในระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้หลายทาง เช่น รถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน โดยเฉพาะมีสนามบินนานาชาติที่มีสายการบินจากต่างประเทศมาแวะจอดรับ-ส่งผู้โดยสาร การมีข้อมูลสถานที่พักแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย เชื่อถือได้ มีหน่วยงานให้คำแนะนำ

ข้อมูลสถานที่พัก โรงแรมที่ไว้วางใจ และมีแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการมาพักในจังหวัดเชียงใหม่

ธิดารักษ์ นิภาวงษ์ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 400 ราย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายร้อยละ 4.4 มีอายุ อยู่ในช่วง 26-40 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท และพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาทต่อครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยเดินทางมากับเพื่อน ซึ่งชอบกิจกรรมทะเล ชายหาด และหมู่เกาะ พักค้างคืนที่บังกะโล/รีสอร์ท เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2-3 วัน ปัจจัยที่ผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญระดับปานกลางในทุกปัจจัย

สำหรับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในอันดับแรกในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) ด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ 2) ด้านการเดินทางภายในพัทยา นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 3) ด้านการเดินทางไป-มาเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 4) ด้านอสังหาริมทรัพย์ของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจอสังหาริมทรัพย์ของนักท่องเที่ยว 5) ด้านระดับราคาสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจระดับราคาของสถานที่ท่องเที่ยว 6) ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจความปลอดภัยในที่พัก 7) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และ 8) ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

สุวัจชัย เสมมา (2549) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน: กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยผลการศึกษา พบว่า 1. ข้อมูลส่วนบุคคลผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาท/ เดือน 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน โดยดูจากสถานที่ท่องเที่ยวและบริการและเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวโดยรถส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,001 - 5,000 บาทค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากอาหารและเครื่องดื่มกิจกรรมที่ชื่นชอบคือการท่องเที่ยวชมสถานที่/การแสดง 3. ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนมีความพึงพอใจในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมการเดินทางและด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมากยกเว้นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 4. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนของนักท่องเที่ยวพบว่าเพศอายุระดับการศึกษาอาชีพรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและ พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน

อารยา อินคชสาร (2554) ศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อศึกษาศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศการดำเนินการศึกษาใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงจำนวน 384 คน และการสัมภาษณ์เจ้าอาวาสวัดกลางคูเวียง เจ้าหน้าที่วัดที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลสัมปทวน เจ้าหน้าที่ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดนครปฐม ผู้ประกอบการร้านค้าที่ขายสินค้าบริเวณตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง และประชาชนในท้องถิ่น ผลการศึกษา พบว่า ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน คือ ด้านการบริการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวสำหรับข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ได้แก่ การเพิ่มจำนวนร้านค้าและร้านอาหาร จัดให้มีเจ้าหน้าที่และมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ การเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว และเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงให้เกิดความยั่งยืน

นรินทร์ สังข์รักษา (2553) ศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษา พบว่า สภาพการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมนั้น นักท่องเที่ยวมีลักษณะการท่องเที่ยวแบบไป-เข้าเย็นกลับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนมาก คือ รถยนต์ส่วนตัว มีพฤติกรรมท่องเที่ยววัดโบสถ์อุทยานประวัติศาสตร์มากที่สุด และยังมีนิยมท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษา พบว่า ปัญหา/อุปสรรค ในส่วนของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ในด้านการบริหารจัดการ การขาดการส่งเสริมอย่างจริงจัง การอำนวยความสะดวก มีปัญหาารติดขัดมาก แต่สำหรับที่สถานที่สำคัญรองลงมาจึงเดินทางไปมาไม่ค่อยสะดวก ป้าย บอกทางไม่มี ป้ายโฆษณาปิดป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว ที่จอดรถ ไม่ค่อยสะดวก ที่จอดรถนั้นหายาก ห้องน้ำมีน้อยไม่เพียงพอ ขาดความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ขาดเอกสารความรู้ เชิงศิลปวัฒนธรรม การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี ไม่ค่อยบริการ เจ้าหน้าที่ไม่ค่อยปฏิบัติตามหน้าที่ ขาดการประชาสัมพันธ์และการแนะนำข้อมูลไม่ค่อยมี และการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นจังหวัดนครปฐม ขาดการบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีราคาแพง เอาเปรียบผู้บริโภค การบริการของที่ระลึกมีน้อยและราคาไม่เหมาะสม สำหรับในส่วนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว พบว่ายังมีปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่สำคัญหลายประการ คือ การขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดทำเว็บไซต์ การคมนาคม ไม่สะดวก ไม่มีรถประจำทางมายังแหล่งท่องเที่ยว การขาดการมีส่วนร่วมและสนับสนุนอย่างจริงจังจากหน่วยงานของรัฐ ภูมิทัศน์/สถานที่จัดท่องเที่ยวคับแคบ และไม่สะดวก การไม่มีสมาคมท่องเที่ยวที่เป็นศูนย์กลางภาคเอกชน ขาดการสื่อสารให้ความรู้ในการท่องเที่ยวและการไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ โดยผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติคือ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 1) การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไม่มีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวดังนั้นหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของระดับนโยบาย ควรสร้างเอกลักษณ์/ความรู้/คุณค่า ให้เห็นวัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม 2) หน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของระดับนโยบาย ควรเร่งรัดและสนับสนุน ส่งเสริมการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังและต่อเนื่อง รวมถึงการสนับสนุนด้านเงินทุนให้กับผู้ประกอบการ 3) ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ระดับนโยบายควรเร่งรัดและสนับสนุน ส่งเสริม การบริหารจัดการท่องเที่ยว ควรเร่งรัดการจัดระเบียบ สถานที่ท่องเที่ยว ปรับภูมิทัศน์ และเพิ่มความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมสำหรับข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ 1) หน่วยงานและ ผู้เกี่ยวข้องระดับปฏิบัติ ควรดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ภูมิทัศน์/จัดสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ความสะอาด สถานที่จอดรถการจัดบริการที่ฝากรถ รวมถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงามจัดทำป้ายจังหวัด และป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยว หรือป้ายบอกทางให้ชัดเจน 3) การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลากรหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องควรริบดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องของทุกส่วนทุกหน่วยงานในการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หรือการเป็น

เจ้าบ้านร่วมกันมีการเสนอข่าวสารผ่านทางสื่อ ป้ายโฆษณาท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสารมวลชนและทางเว็บไซต์ ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ให้มีความรู้ ทักษะการให้บริการด้วยใจในการท่องเที่ยวและมีกิริยา มารยาทที่ดี 4) หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องควรมีการจัดการบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีร้านค้าที่สะอาดและราคาที่เหมาะสมในสถานที่ท่องเที่ยวหลักและสถานที่ท่องเที่ยวรองของจังหวัดนครปฐม ควรมีการบริการร้านขายของที่ระลึก สินค้าโอท็อป และสินค้าที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดนครปฐม ให้เหมาะสม สะดวก สะอาด และราคาเหมาะสม ซึ่งทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นต่างต้องมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

ชนินทร์ เก่งกล้า (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมาก ด้านเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การท่องเที่ยวทำให้ได้ความรู้เพิ่มมากขึ้น ได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวมาก จังหวัดเพชรบุรีอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯทำให้การเดินทางสะดวก ด้านอารมณ์ พบว่า ต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและต้องการสถานที่สงบ ท่ามกลางสภาพที่สวยงามมากที่สุด

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่ มีความสวยงามและมีความกว้างขวางของสถานที่ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับมาก ด้านราคา มีความเหมาะสมของราคาสินค้าหรือของที่ระลึก ด้านความคุ้มค่าและค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวที่อื่นอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านช่องทางมาท่องเที่ยวพบว่า ความสะอาดของสถานที่ ความหลากหลายของช่องทาง ความเหมาะสมของเวลาเปิดปิดสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ด้านการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ทางแผ่นพับ หรือเอกสารอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ด้านคุณภาพการให้บริการด้านข้อมูลและความรู้ต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการพบว่าขั้นตอน/กระบวนการในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านบุคลากรให้ความรู้บริการ ด้านใจรักในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และด้านบุคลากรมีทักษะอยู่ในระดับมาก

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2554) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ ได้แก่ การจัดการไหลเวียนด้านกายภาพด้านสารสนเทศ และด้านการเงิน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในภูเก็ตมีความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา โดยการจัดการไหลเวียนด้านการเงินได้รับความพึงพอใจในการบริการมากที่สุด รองลงมา คือ การจัดการไหลเวียนด้านกายภาพ และการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ

สำหรับข้อเสนอแนะนั้น การไหลเวียนทางด้านกายภาพ สารสนเทศ และการเงินร่วมกับการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้งในอำเภอหาดใหญ่และสะเดา โดยการจัดโปรแกรมทัวร์ไหว้พระที่มีชื่อเสียงและความสำคัญด้านประวัติศาสตร์และอารยธรรมของจังหวัด การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อีกทั้งการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริมยุทธศาสตร์การ

ท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ร่วมกับการจัดให้มีการสัมมนาระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อการสร้างเสริมความเข้มแข็งในชุมชน การสร้างงานและการเพิ่มรายได้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ และปลูกฝังจิตสำนึกของคนในพื้นที่ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและธรรมชาติตลอดไป

สืบชาติ อันตะไชย (2554) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า องค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพการบริการของการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบบูรณาการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การประกัน การเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งจับต้องได้ นอกจากนี้โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2 องค์ประกอบของการรับรู้และทัศนคติของชุมชนที่ต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ แบบบูรณาการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านต้นทุนของการท่องเที่ยว การรับรู้ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชน สนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และทัศนคติต่อระบบนิเวศน์

อรุณพร อธิมาตรีไมตรี, นิวัฒน์ สวัสดิ์แก้ว และสุเทพ ทิพย์ธารา (2556) ได้ศึกษาเรื่อง เปรียบเทียบความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2. นักท่องเที่ยวที่มีเพศวุฒิการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอายุพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหในประเด็นความเพียงพอของร้านค้าและความเพียงพอของถังขยะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนประเด็นความสวยงามของสถานที่และบรรยากาศความหลากหลายของสินค้าคุณภาพของสินค้าที่ระลึกและของฝากและการจูงใจนักท่องเที่ยวเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อมเช่น การไม่ใช้กล่องโฟมการเฝ้าระวังคุณภาพน้ำ การคัดแยกขยะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห ในประเด็นสถานที่จอดรถและการบริการของพ่อค้าแม่ค้าเช่นมีอัตราค่าเช่ารถจักรยานยนต์มีป้ายบอกเป็นกันเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความถี่ในการเที่ยวต่อเดือนพบว่านักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเที่ยวต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหในประเด็นการดูแลรักษาความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลีอิมสโตน, คอบิต และเพสซินกิ (Leimstoll, Corbit & Peszynki, 2008) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริการโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจโดยรวมและความภักดีของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า ประสิทธิภาพบริการโลจิสติกส์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศมี

ความสำคัญมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยว โดยรูปแบบความคิดถูกพัฒนาขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกการรับรู้คุณค่าของบริการที่ได้รับความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว สำหรับการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวในขณะที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับความถูกต้องและคุณภาพ ประสิทธิภาพในการสั่งซื้อและความคลาดเคลื่อนและความยืดหยุ่นซึ่งอยู่ภายใต้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์

แคม (Cam, 2011) ศึกษาเรื่อง การอธิบายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่ NhaTrang ประเทศเวียดนาม ผลการศึกษา พบว่า อาหารพื้นเมือง สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และปัจจัยทางด้านสังคม เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เวลาว่าง และสิ่งบันเทิงต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกไม่ใช่สิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมมีน้ำหนักมากที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โมเดลสมการโครงสร้างพิสูจน์ว่า สภาพแวดล้อม อาหารพื้นเมืองและวัฒนธรรม รวมถึงสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจทางด้านบวกอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่เวลาว่างของนักท่องเที่ยว สิ่งบันเทิงต่าง ๆ โครงสร้างพื้นฐาน และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกไม่มีนัยสำคัญที่จะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจด้านบวกของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่าการรับรู้คุณภาพและความหลากหลายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ อายุ มีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำและการบอกต่อ

Hui-Chuan & Hua (2014) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในซานยี (Sanyi) ผลการศึกษา พบว่า ในมิติของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คะแนนด้าน "กายภาพและการผ่อนคลายทางจิตใจ "สูงที่สุด ส่วนในมิติด้านร่างกายและการผ่อนคลายจิตใจ "การผ่อนคลายทางอารมณ์และการบรรเทา ความเครียดมีคะแนนสูงที่สุด ในขณะที่ สิ่งดึงดูดใจไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นจุดชมทิวทัศน์ตามธรรมชาติมีความพอใจต่ำที่สุด นอกจากนี้ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยว

Puh (2014) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจในการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาเมดิเตอร์เรเนียนผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า (1) ทรัพยากรธรรมชาติสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติปัจจัยทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทางสังคมเช่นเดียวกับเวลาว่างของนักท่องเที่ยว และการพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลกระทบในเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว (2) ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลบวกต่อความพึงพอใจของการท่องเที่ยว

สวนมาลีย์ (Suanmali, 2014) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : เฉพาะกรณีศึกษาทางภาคเหนือของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุดคือ ต้นทุนของที่พักราคา ส่วนปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญคือ การต้อนรับสถานที่ท่องเที่ยว, ความน่าดึงดูดใจ, ความสะดวกในการเข้าถึง และโครงสร้างพื้นฐาน

อีรัก (Iraqi, 2006) ศึกษาเรื่อง การบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (TourServQual) ในอียิปต์มุมมองของลูกค้าทั้งภายในและภายนอกงานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายคือการประเมินความคิดเห็นของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการท่องเที่ยวในอียิปต์โดยมีความพยายามที่จะวัดขอบเขตของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมเพื่อความพึงพอใจของลูกค้าภายใน ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพเป็นปรัชญาในการนำพาองค์กรด้านการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวบริการสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของการท่องเที่ยวในอียิปต์ไม่สนับสนุนความพึงพอใจของลูกค้าภายใน เพราะยังไม่มีระบบที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมให้ประชาชนมีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว ส่วนความพึงพอใจของลูกค้าภายนอกยังมีความจำเป็นที่จะต้องทำเช่น การปรับปรุงสภาพแวดล้อมการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งที่มีคุณภาพภายใน สำหรับรองรับผู้คนที่เพิ่มขึ้นการรับรู้และการปรับปรุงระดับของความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย

จีฮัด (Jihad, 2012) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของการท่องเที่ยวใน Jerash การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอวิธีการแบบบูรณาการเพื่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผลการศึกษา พบว่า มีการตรวจสอบหลักฐานทั้งทางทฤษฎีและเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว โดยผลลัพธ์ที่ได้สนับสนุนรูปแบบที่นำเสนอ ดังนี้ (1) สิ่งอำนวยความสะดวกสถานที่และการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยตรง (2) มีผลกระทบที่สำคัญของคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผลกระทบด้านการบริหารจัดการ

ราเจส (Rajesh, 2013) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ปลายทาง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความภักดีในจุดหมายปลายทางของสถานที่ท่องเที่ยว โดยวัตถุประสงค์งานวิจัยนี้คือ การพัฒนาความภักดีปลายทางโดยรูปแบบทางทฤษฎีใช้การรับรู้ของนักท่องเที่ยวภาพลักษณ์ปลายทางของการท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยการศึกษาจะวิเคราะห์องค์ประกอบเกี่ยวกับคุณลักษณะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพปลายทางและการตรวจสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยปลายทางของความภักดี สำหรับรูปแบบกรอบแนวคิดถูกพัฒนาบนพื้นฐานของการวิจัยเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์ในด้านการตลาด โดยรูปแบบได้รวมโครงสร้างสี่ด้าน คือ การรับรู้การท่องเที่ยวซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเช่นประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ความน่าดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่จัดไว้ให้กับนักท่องเที่ยว (Destination Affordability) สิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว, สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความบันเทิง และโครงสร้างพื้นฐาน ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ เช่นโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว การสร้างความน่าดึงดูดใจทางธรรมชาติความปลอดภัยและความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวปลายทาง ความเป็นมิตรกับชุมชนท้องถิ่นและบรรยากาศราคาบริการและการจัดหาสิ่งต่าง ๆ มาให้กับนักท่องเที่ยว การสร้างความพึงพอใจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความบันเทิง, สถานที่ท่องเที่ยวปลายทางและบรรยากาศ, ที่พัก, อาหาร, การบริการด้านการขนส่งและการช้อปปิ้ง อย่างไรก็ตามความภักดีได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ การบอกต่อแบบปากต่อปาก การส่งเสริมการตลาด

และการแนะนำแก่คนอื่นๆ ผลการศึกษาก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นว่าการรับรู้การท่องเที่ยวภาพลักษณ์
ปลายทางของสถานที่ท่องเที่ยวและความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีโดยตรง

ใหม่ และงูเยน (Mai & Nguyen, 2014) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวผ่านตัวแปรกลางในการรับรู้คุณภาพการให้บริการการศึกษาในโฮจิมินห์ซิตี้เวียดนาม ผล
การศึกษาพบว่า การศึกษานี้พยายามที่จะทำการหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใน
โฮจิมินห์ซิตี้ ซึ่งผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ระดับของการให้บริการที่มีคุณภาพสูง ค่าใช้จ่ายโครงสร้าง
พื้นฐาน การเข้าถึงได้โดยง่าย สิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย
มีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับความพึงพอใจที่สูงขึ้นของนักท่องเที่ยว ในขณะที่คุณสมบัติด้านลบ
โดยทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจเชิงลบของนักท่องเที่ยว ปัจจัยในการให้บริการที่มีคุณภาพการ
ใช้จ่าย โครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงแหล่งธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ความปลอดภัย
และการรักษาความปลอดภัยและคุณสมบัติด้านลบทั่วไปมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

รอย, ไตร์ และอัสฮาน (Roy , Dhir & Ahsan, 2016) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาในเขต Sylhet ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่
ขึ้นอยู่กับความสวยงามของธรรมชาติ การขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก ความปลอดภัย
และการรักษาความปลอดภัยรวมทั้งค่าใช้จ่าย การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรจะมีร่วมกัน นอกจากนี้
การศึกษานี้ยังช่วยในการระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของบริการการท่องเที่ยวใน Sylhet ซึ่งอาจสะท้อน
ถึงภาพรวมของประเทศบังคลาเทศ

อควาล (Agrawal, 2017) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา: การศึกษา Brij-Kshetra ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัย 5 ประการ ได้แก่
ความสวยงามตามธรรมชาติ การเข้าถึง การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน อาหารและบริการ และการ
ให้บริการด้านสุขภาพและคู่มือ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม ผล
การศึกษานี้เป็นประโยชน์กับนักวางแผนและนักการตลาดท่องเที่ยวทางศาสนา ในการกำหนดกลยุทธ์
เพื่อรักษาหรือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยอาจกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือควรให้ความสำคัญกับ
การรักษาหรือปรับปรุงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษานี้
ช่วยในการระบุถึงความสำคัญของปัจจัยปลายทางตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชม Brij-
Kshetra

คลุง และงูเยน (Khuong & Nguyen, 2015) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจมาเที่ยว
ซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเมืองหุงเต่าเวียดนาม – การวิเคราะห์ตัวแปรต้นกลางที่ส่งผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่แสดงให้เห็นถึง
ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่ดีขึ้น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ราคา โครงสร้าง
พื้นฐาน การเข้าถึง อาหารท้องถิ่น การพักผ่อนหย่อนใจและความบันเทิงซึ่งความพึงพอใจของสถานที่
ท่องเที่ยวอาจส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว โดยผลการวิจัยยังพบอีกว่า
ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน ราคา สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและ
ความพึงพอใจในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวมีนัยสำคัญและมีผลต่อการท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยว ส่วนความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัยในทางลบนั้นจะส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

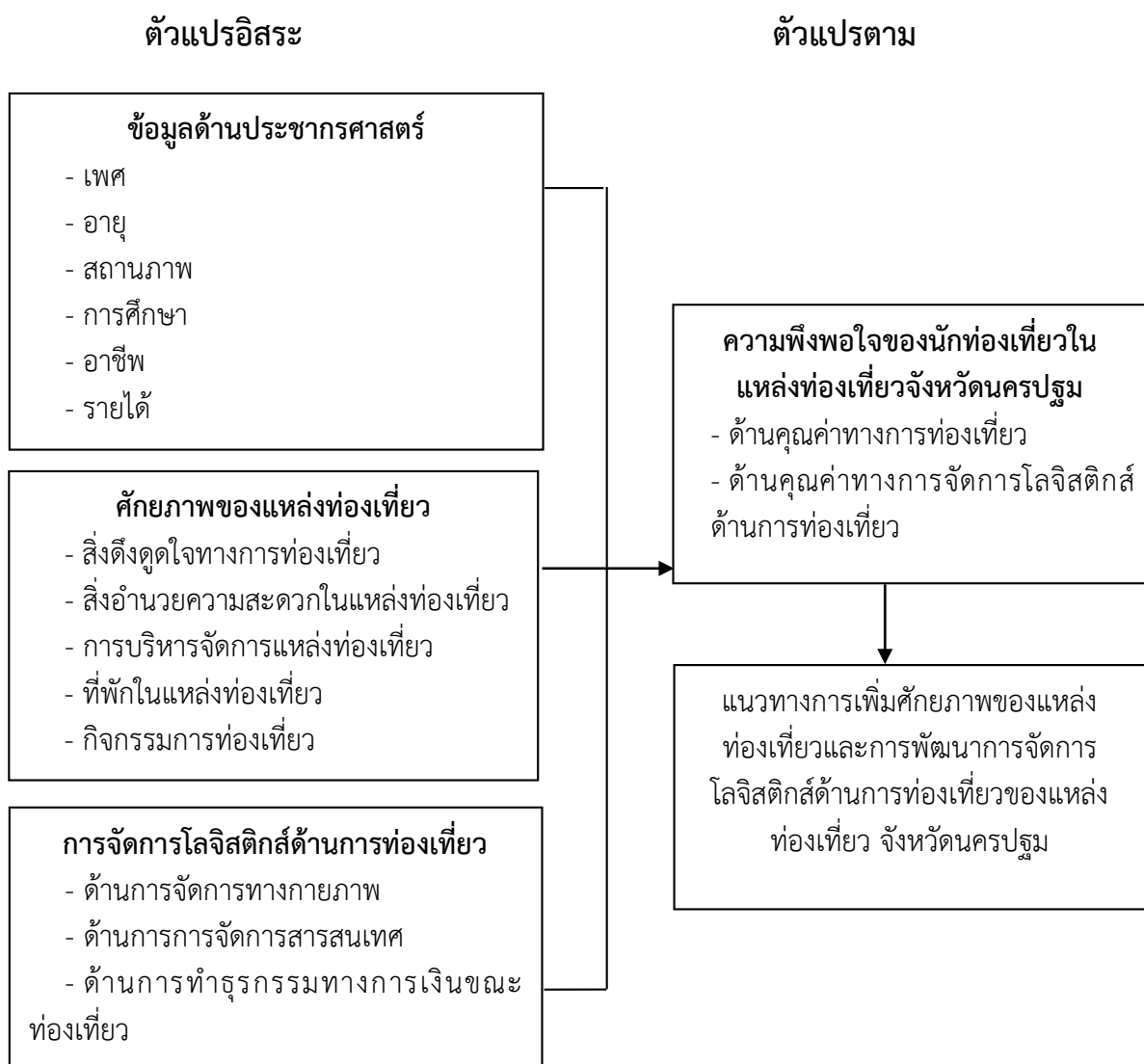
ราเจส (Rajesh, 2013) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ปลายทาง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความภักดีปลายทาง: รูปแบบแนวคิด ผลการศึกษาพบว่า การสร้างความพึงพอใจได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยว ปลายทางและบรรยากาศที่พัก อาหาร บริการ คมนาคมและแหล่งช้อปปิ้ง ความภักดีปลายทางสามารถสร้างได้โดยอิทธิพลของความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ การบอกต่อ และการแนะนำให้คนอื่น ๆ มาเที่ยว ผลการศึกษาก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางโดยตรง ผลการศึกษามีความหมายต่อการบริหารจัดการการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว

ฮุย ชุง (Hui-chung, 2008) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริการโลจิสติกส์ ความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวมีความกังวลเกี่ยวกับคุณค่าของเวลามากขึ้น การจองห้องพักในต่างประเทศผ่านการบริการด้านโลจิสติกส์ การเดินทางและการทำให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวสนุกสนานมากขึ้นและน่าพอใจ การค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรให้การสนับสนุนด้านโลจิสติกส์ ผ่านบริการอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ ที่สำคัญควรมีความเป็นมืออาชีพ ทั้งนี้พนักงานมีบทบาทสำคัญในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพและถูกต้อง มีประสิทธิภาพ ซึ่งการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าต้องมีการปฏิบัติงานด้านโลจิสติกส์ ที่ส่งมอบคุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยว บริการที่มีคุณภาพมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการโลจิสติกส์และอิทธิพลของการรับรู้คุณค่า การบริการภายในกระบวนการที่ซับซ้อน จะเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจรวมถึงความภักดี ของนักท่องเที่ยว ดังนั้นคุณภาพการบริการระดับมืออาชีพ ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพสูง และการรับรู้คุณค่าบริการของของนักท่องเที่ยว ปัจจัยดังกล่าวรวมกันทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและยังเป็นการส่งเสริมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมายังจุดหมายปลายทางในอนาคต

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ ความน่าดึงดูดใจ ความสะดวกในการเข้าถึง และโครงสร้างพื้นฐาน (Suanmali, 2014) นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ และการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวยังมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยตรง (Jihad, 2012) อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขึ้นอยู่กับความงามทางธรรมชาติ การขนส่ง ที่พัก ความปลอดภัย การรักษาความปลอดภัยและค่าใช้จ่าย (Roy, Dhir, & Ahsan, 2016) ในทำนองเดียวกันการเข้าถึง โครงสร้างพื้นฐาน อาหารและบริการ สุขภาพและเจ้าหน้าที่บริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม (Agrawal, 2016) ทั้งนี้สอดคล้องกับ Khuong & Nguyen, (2015) ที่กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ค่าใช้จ่าย โครงสร้างพื้นฐาน การเข้าถึง อาหารท้องถิ่น การพักผ่อนหย่อนใจ และความบันเทิง และความพึงพอใจในจุดหมายปลายทางอาจนำไปสู่ความมุ่งมั่นในการกลับมาของนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้น ทั้งนี้การสร้างความพึงพอใจได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆเช่นความบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยวปลายทางและบรรยากาศ ที่พัก อาหาร บริการคมนาคมและแหล่งช้อปปิ้ง (Rajesh, 2013)

ส่วนปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จากการทบทวนวรรณกรรมแล้ว พบว่า การจัดการโลจิสติกส์ในการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อการท่องเที่ยว (อักรพงศ์ อ้นทอง, 2555) นอกจากนี้องค์ประกอบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่นำมาสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำพบว่า ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านกายภาพและด้านสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, 2555) ในทำนองเดียวกันประสิทธิภาพของการให้บริการด้านโลจิสติกส์ยังมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมและความภักดีของนักท่องเที่ยว (Liang, 2008) จึงสามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย