

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยว
3. บริบทกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ
5. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีท่องเที่ยวผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดได้แก่ การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรท่องเที่ยว มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีรายละเอียดเรียงตามลำดับดังนี้

1. การท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาด้านการท่องเที่ยวซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ได้มีนักวิชาการกล่าวและให้ความหมายไว้หลายแนวคิดดังต่อไปนี้

องค์การสหประชาชาติ (2506 : 148 ; อ้างอิงมาจาก นิศา ชัชกุล. 2550 : 3)

ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่าการเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ

เยี่ยมชมหรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ (UN. 2506 : 124 ; อ้างอิงมาจาก ศรัณยู วรากุลวิทย์. 2547 : 2) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวว่าการเดินทางใดๆก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้นผู้เดินทางด้วยความสมัครใจมิใช่เป็นการถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใจเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ฐิติทธิ์ ชูชาติ (2546 : 3) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าหมายถึงการเดินทางจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะเวลาสั้นเพื่อไปเยี่ยมชมมิตรหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านการท่องเที่ยวเช่นการพักผ่อน เล่นกีฬา ประชุม สัมมนา ฯลฯ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 12) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่า เป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทาง ก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น

วิรัชญา มณีเนตร (2553 : 4) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวนั้นคือ การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือ การเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่น เพื่อการพักผ่อน คลายเครียด เปลี่ยนบรรยากาศเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจเป็นการชั่วคราว โดยมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ใดก็ได้ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการเดินทางแบ่งออกเป็น 9 อย่าง คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 : 13-14)

1.2.1 การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุดเป็นการเดินทางในวันหยุดหรือพักผ่อนโดยไม่ทำอะไรอันเป็นการขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ บางคนอาจจะไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้มักจะถือเอาสภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ใดเช่นสถานที่ที่มีลมพัดฉิวเย็นหรือสถานที่บนเขาที่อากาศหนาวเย็นหรืออาจรักษาโรคผิวหนังใกล้บริเวณบ่อน้ำร้อน เป็นต้น

1.2.2 การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนาเป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะนาฏกรรมในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรี หรือละครของประเทศต่าง ๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญเพื่อร่วมปฏิบัติศาสนากิจ เป็นต้น

1.2.3 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือหรือเข้าศึกษาหรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งมักจะพักอยู่ประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่อินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป เป็นต้น

1.2.4 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและความบันเทิงเป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้นหรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกสนานบันเทิงใจเช่นการเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ

1.2.5 การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษเป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โครงการอนุสรณ์โยธาเป็นต้น

1.2.6 การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรกเป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรกเช่นไปวาดรูป ขี่ม้าที่ชายหาด ไปจันทนาการ เป็นต้น

1.2.7 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมมิตรเป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมมิตรอันเป็นการสร้างสัมพันธภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น ไปเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ ไปเยี่ยมลูกที่ฝรั่งเศส เป็นต้น

1.2.8 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่ได้จัดเวลาให้เหลือหรือว่างจากการปฏิบัติธุรกิจในประเทศนั้น เพื่อถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีกพักหนึ่ง เช่น การร่วมโปรแกรมการนำเที่ยวหลังจากเจรจาซื้อสินค้า เป็นต้น

1.2.9 การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนาเป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนาโดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบและเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวมักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุมสัมมนา เช่น เมืองพัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เจนีวา ปารีส เป็นต้น

1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวสามารถจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวตามจุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยว ดังนี้ (วรรณวรางษ์วนิช, 2546 : 17-18)

1.3.1 การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศประกอบกับความอยากรู้อยากเห็นเพื่อชมทิวทัศน์วัฒนธรรมประเพณีชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นหรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินบางครั้งเป็นการไปเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสถานที่พักอาศัยการท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยมฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

1.3.2 การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และสุขภาพเป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมองอาจรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วยโดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้สถานที่ที่มักจะมีสงบสะดวกสบายอากาศบริสุทธิ์

1.3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวได้เรียนรู้ชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่มนุษย์วิทยาและสังคมวิทยา เช่น การรับโบราณสถานศิลปะหรือการแสดงต่าง ๆ

1.3.4 การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจเช่นฟุตบอลมวยเทนนิสหรือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่ที่จะไปเป็นสถานที่ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเลภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อยิงนกตกปลาหรือดูสัตว์ เป็นต้น

1.3.5 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจการประชุมและสัมมนาผู้ที่เดินทางเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยวแบบนี่สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมีสถานที่พักอาศัยหรือโรงแรมและระบบการคมนาคมที่ดีสะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ

1.3.6 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเป็นการเดินทางไปเพื่อศึกษาดูงานหรือวิจัยหรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์นักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัยและได้พักอาศัยอยู่ในสถานที่นั้นเป็นระยะเวลาอันนับเป็นการท่องเที่ยวที่นำเงินรายได้เข้าประเทศได้มาก

สรุปได้ว่าประเภทและวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวนั้นสามารถได้แบ่งตามจุดมุ่งหมายและตามความประสงค์ของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางไปท่องเที่ยว

2. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนต่อระบบเศรษฐกิจของไทย ดังนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ได้มีนักวิชาการกล่าวและให้ความหมายไว้หลายแนวคิดดังต่อไปนี้

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2547 : 13) ได้กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมแขนงต่าง ๆ เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและเกิดความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยว

จิรัชญา มณีเนตร (2553 : 6) ได้กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรไทย โดยมีค่าตอบแทนและเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจบริการหลายประเภทที่ผลิตสินค้าและบริการ ผสมกันเพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นในการบริโภคของนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 39) ได้กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสานสินค้าและบริการชนิดต่าง ๆ โดยผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นรูปบริการที่จับต้องไม่ได้แต่จะปรากฏในลักษณะคุณค่าทางจิตใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการใช้บริการนั้น ๆ ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จึงมีองค์ประกอบของสินค้าและบริการหลายอย่าง ซึ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามคำจำกัดความของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหมายถึงธุรกิจและการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่สำคัญมีอยู่ 4 องค์ประกอบ คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบแรกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และถือว่าเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยวที่จะขายให้แก่นักท่องเที่ยวเนื่องจากทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือจุดมุ่งหมายปลายทางที่ให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว

2. การตลาดท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สองของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวการที่คนจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดก็ตามย่อมต้องมีสิ่งชักจูงให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น ๆ แม้ว่าสถานที่นั้นจะมีสิ่งที่ดีงามขนาดไหนแต่ถ้าไม่ถูกนำออกไปให้คนอื่นได้รู้ ก็เปล่าประโยชน์ที่จะชักนำให้ใครมาเที่ยวชมได้ฉะนั้นการตลาดท่องเที่ยวจะช่วยส่งเสริมเร่งเร้าคนเข้ามาท่องเที่ยวที่หนึ่งที่ใดมากขึ้น

3. นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สามของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้ได้รับความสะดวกสบายและความพึงพอใจ

4. ธุรกิจท่องเที่ยวนับเป็นองค์ประกอบที่สี่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินงานธุรกิจบริการให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยหวังได้รับผลกำไรจากการดำเนินงานธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทนนอกจากนี้ในบางโอกาสธุรกิจท่องเที่ยวในตัวเองก็เป็นตัวดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้ เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวที่ใดที่หนึ่งก็ต้องมีการเดินทาง แต่การเดินทางจะเกิดขึ้น ไม่ได้ถ้าขาดการขนส่ง และเมื่อเดินทางถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้วนักท่องเที่ยวก็ต้องการที่พักและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจึงได้แบ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่สำคัญออกเป็น 5 ประเภท คือ 1. ธุรกิจการขนส่ง 2. ธุรกิจที่พัก 3. ธุรกิจอาหารและบันเทิง 4. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และ 5. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ว่า เป็นอุตสาหกรรมบริการที่รวมเอาอุตสาหกรรมด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าไว้ด้วยกันเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว

2.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการซึ่งมีลักษณะของกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทั่วไปกล่าวคือ (ชเนศ ศรีสถิต. ม.ป.ป : 8)

1. โรงงาน ได้แก่ อาณาบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเป็นบริเวณที่เข้าถึงได้ไม่ยากมีสถานที่พักและบริการที่สะดวกพอสมควรสำหรับการพักอยู่ชั่วคราว
2. วัตถุดิบ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวสนใจมาชม
3. การลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา ฯลฯ มีการลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น
4. การใช้แรงงานเพื่อสร้างระบบสาธารณูปโภค การผลิตสินค้าและบริการ
5. ผลผลิต ได้แก่ บริการของธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น
6. การส่งเสริมการขายมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ผลผลิตเป็นที่รู้จักแพร่หลายมีการรณรงค์ให้เกิดความต้องการซื้อผลผลิตเหล่านี้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ

ธนกฤต สังข์เฉย (2550 : 49) ได้กล่าวว่าองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

1. องค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวและธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. องค์ประกอบสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง โครงสร้างพื้นฐานและการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สรุปได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องช่วยในการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว

2.3 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยว (2555 - 2559 : ออนไลน์) ได้กล่าวถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สามารถนำเข้าเงินตราต่างประเทศโดยไม่ต้องพึ่งพานำเครื่องจักรและวัตถุดิบจากต่างประเทศ

2. ก่อให้เกิดการจ้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การค้าการลงทุน การพัฒนาการกระจายรายได้

3. การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นรากฐานของเศรษฐกิจของสังคมในปัจจุบัน

4. สร้างรายได้ให้แก่ประเทศคิดเป็นร้อยละ 6 ของ GDP

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 35) ได้กล่าวถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจพอสรุปได้ 6 ประการ ดังนี้

1. เป็นแหล่งที่มาของเงินตราประเทศ
2. ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ
3. ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน
4. ก่อให้เกิดการกระจายรายได้
5. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ
6. ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต

ส่วนความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อสังคมและการเมืองพอสรุปได้ 8 ประการ ดังนี้

1. ช่วยยกระดับฐานการครองชีพของคน ในท้องถิ่นให้ดีขึ้น
2. ช่วยสร้างสรรคความเจริญทางสังคมแก่ท้องถิ่น
3. ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
4. ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา
5. ช่วยลดปัญหาด้านการอพยพเข้าไปแออัดในตัวเมือง
6. ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นของ

ที่ระลึก

7. ช่วยป้องกันการแทรกซึมบ่อนทำลายจากฝ่ายตรงข้าม
8. ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี

จิรัชญา มณีเนตร (2553 : 11) ได้กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทและมีความสำคัญประเทศเป็นอย่างมากในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเนื่องจากเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศซึ่งมีส่วนช่วยในเรื่องของดุลการค้า และ

บุคลากรข้าราชการของประเทศสามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศมากเป็นอันดับหนึ่ง นอกจากนี้
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างงานสร้างอาชีพและสร้าง ได้ต่าง ๆ

สรุปได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบ
เศรษฐกิจภายในประเทศไทยเป็นอย่างมากเพราะเป็นตัวทำรายได้จำนวนมากและมี
ความสำคัญต่อระบบอื่น ๆ ของประเทศไทยอีกหลายด้านเป็นอย่างมากเช่น สังคมและ
การเมือง เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว และทรัพยากรท่องเที่ยวถือว่าเป็นหัวใจหลักต่อการเดินทาง
ท่องเที่ยวเพราะเป็นตัวดึงดูดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมดรวมไปถึงเป็นปัจจัย
หลักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรท่องเที่ยว

ได้มีนักวิชาการกล่าวและให้ความหมายไว้หลายแนวคิด ดังต่อไปนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549 : 2) ได้กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากร
ท่องเที่ยวหมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นที่อยู่ลักษณะที่
เป็นรูปธรรมสามารถสัมผัสได้ และอยู่ในลักษณะที่เป็นนามธรรมไม่สามารถสัมผัสได้
ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้า
มาเยี่ยมชม อีกทั้งยังเป็นมรดกที่ทรงคุณค่าของประเทศด้วย หรือจะกล่าวอย่างง่าย ๆ ว่าแหล่ง
ท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวหมายถึงสิ่งของ กิจกรรม และ/หรือมิติอื่นใดที่สามารถให้
คุณค่าเชิงการท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์
ศิลปวัฒนธรรม และการเรียนรู้ โดยมีปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยว อยู่ 2 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยทางธรรมชาติ หมายถึง องค์ประกอบที่ธรรมชาติสร้างขึ้นมาให้มี
ความดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วยลักษณะภูมิประเทศ เช่น ภูเขา เนินเขา เกาะแก่ง
ทะเล ทะเลสาบ แม่น้ำ ลำคลอง อ่างเก็บน้ำ ชายหาด แหลม หนอง บึง หน้าผา ถ้ำ น้ำพุร้อน
น้ำตก กว๊าน เป็นต้น และภูมิอากาศ ได้แก่ อุณหภูมิ ความกดดัน ลม ความชื้น เป็นต้น

2. ปัจจัยทางวัฒนธรรม หมายถึง สรรพสิ่งทั้งหลายที่มนุษย์สร้างขึ้นและ
สามารถดึงดูดใจในการท่องเที่ยว เช่นการประกอบอาชีพ ศิลปกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี
มรดกทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ วัดวาอาราม ศาสนาสถาน สวนสัตว์ สวนสาธารณะ
สนามกีฬา โรงมหรสพ ศูนย์การค้า เป็นต้น

สรุปได้ว่าแหล่งท่องเที่ยว คือ สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยการเกิดของแหล่งท่องเที่ยว

3.2 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลักที่รวมเอาสินค้าและบริการหลากหลาย จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 องค์ประกอบ หรือ 3 A's ดังต่อไปนี้คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2549 : 10-12)

3.2.1 สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ให้ความรู้หรือความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน แต่ละกลุ่ม สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมี 6 ประการ คือ

- 1) ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพอันสวยงามตามธรรมชาติ เช่นป่าไม้ ภูเขา แม่น้ำ ลำคลอง ทะเล น้ำตก หน้าผา บ่อน้ำพุร้อน เกาะ แก่ง อุทยาน ทะเลสาบ ถ้ำ ถ้ำวัน ชายหาด แหลม เป็นต้น
- 2) ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่นอากาศบริสุทธิ์สดชื่น อากาศเย็นสบายปลอดโปร่งหรือไม้นหนาวจัดหรือร้อนจัดจนเกินไป เป็นต้น
- 3) คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่นมีสิ่งที่น่าสนใจด้านประวัติศาสตร์ หรือมรดกทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี อนุสาวรีย์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สถาบันทางการเมือง สถาบันการศึกษา วัด หรือ ศาสนาสถาน คูเมือง กำแพงเมือง อนุสรณ์สถาน ชุมชน โบราณ เป็นต้น
- 4) วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เช่นมีขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปกรรม งานเทศกาลหรืองานประเพณี การละเล่นพื้นเมืองหรือพื้นบ้าน พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้าน การประกอบอาชีพ ศูนย์วัฒนธรรม การทำนา ทำไร่ เป็นต้น
- 5) สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่นสวนสนุก สวนสัตว์ โรงละคร ชีวิตยามราตรี โรงแรมสปา สนามกีฬา สถานเริงรมย์ การแสดงต่าง ๆ ศูนย์การค้า สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส โบลิ่ง สวนพฤกษศาสตร์ สวนหย่อม ศูนย์สุขภาพอนามัย สวนสาธารณะ เป็นต้น
- 6) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่นการเดินป่า การขี่ช้าง การดูนก การปีนเขา การเที่ยวถ้ำ การเที่ยวน้ำตก การล่องแพ การพายเรือ การดำน้ำ การขี่จักรยาน การชมสวนดอกไม้ การชมสวนผลไม้ การชมพื้นที่ปลูกพืชไร่ เป็นต้น

3.2.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาใน 6 ด้าน ด้วยกันคือ

- 1) ประเภทของการคมนาคมขนส่งที่จะให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาว่าจะใช้การขนส่งประเภทใดเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ จึงจะเหมาะสม หรือจะใช้ขนส่งหลายประเภทรวมกันไป เช่น การขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือ การขนส่งทางเครื่องบิน เป็นต้น
- 2) เส้นทางของการขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงสภาพการเดินทางความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความปลอดภัย และความมีมาตรฐานดีในระดับสากลของเส้นทางที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 3) การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงจำนวนที่เพียงพอคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความสะดวกสบาย รวดเร็วและความปลอดภัยของรถสาธารณะและรถนำเที่ยวที่จะให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 4) แบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักแรมเป็นหมู่คณะ ทั้งกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่ทั้งการเดินทางของนักท่องเที่ยวแบบส่วนตัวและครอบครัว
- 5) บริเวณที่อำนวยความสะดวกให้แก่ยานพาหนะ เช่น สถานีขนส่ง ที่จอดรถ ที่ล้างรถ ที่ซ่อมบำรุงรักษารถ เป็นต้น
- 6) ปัญหาการจราจรที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงปัญหาการจราจรที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาที่จอดรถ ปัญหาการจราจรติดขัด ปัญหาเรื่องเสียงรบกวนนักท่องเที่ยว ปัญหาอากาศเป็นพิษ เป็นต้น

3.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity)

เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างประทับใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากจะท่องเที่ยวมาวันขึ้น หรือกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวมี 4 ด้าน คือ

- 1) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ที่จำหน่ายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พักนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาหรือซุ้มนั่งคอย ร้านค้า
ร้านอาหาร บ้านพักพนักงาน เป็นต้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยซุ้ม
ทางเข้า ป้ายเครื่องหมาย ลานกิจกรรม สวนหย่อม กระถางและที่ปลูกต้นไม้ ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้
ระบบแสงสว่าง ระบบน้ำใช้ ระบบกำจัดของเสียและน้ำเสีย ระบบกำจัดขยะมูลฝอย รั้ว กำแพง
สะพาน ขันบันได เป็นต้น

3) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว
ประกอบด้วยความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุใน
แหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ภายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากการ
หลงทางภายในแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

4) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย
ป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว
ป้ายแผนที่แสดงจุดที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายชี้ทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อ
ความหมาย ป้ายเตือนอันตรายนักท่องเที่ยว ป้ายประกาศอื่น ๆ ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวทราบ
 เป็นต้น

สรุปได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป
ท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่ง ได้ จะต้องมียี่สิ่งที่ยี่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจ
เดินทางไปท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งสามารถเข้าถึง ได้ยัง
แหล่งท่องเที่ยวอย่างสะดวกและสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้และจะต้องมี
สิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความความสะดวกสบายและเกิดความ
ประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวและอยากย้อนกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

3.3 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจำต้องใช้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
หลักในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคน แต่ละกลุ่มจะเดินทางไป
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทที่ตนเองชื่นชอบ เราอาจแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
หรือทรัพยากรท่องเที่ยวออก (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549 : 12-14) ได้ 7 ประเภท ดังต่อไปนี้
คือ

3.3.1 การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามแหล่งที่ตั้งจุดสนใจ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทย่อย คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่เป็นจุด ๆ เป็นประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่เป็นจุด ๆ อาจใกล้หรือไกลกันก็ได้ แต่มีจุดศูนย์กลางอยู่ที่จุดหนึ่ง จากจุดศูนย์กลางนักท่องเที่ยวอาจเดินทางไปยังจุดนั้น ๆ ได้ เช่นตัวเมืองเชียงใหม่กับแหล่งท่องเที่ยวรอบ ๆ เมือง โดยตัวเมืองเชียงใหม่เป็นจุดศูนย์กลางแล้วล้อมด้วย บ่อสร้าง สันกำแพง แมริม เป็นต้น

2) แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่กระจาย เป็นประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่กระจายไปในที่ต่าง ๆ เช่นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่กระจายไปตามเมืองต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่บริเวณชายทะเล เป็นต้น

3.3.2 การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะการเกิดอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทย่อย คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ ที่มีภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะสม เช่นทะเล หุบเขา ริมแม่น้ำ สัตว์ป่า น้ำตก บ่อน้ำร้อน เกาะแก่ง อุทยาน เป็นต้น

2) แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น โดยการกระทำของมนุษย์ ได้แก่ สถานที่และสิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม เป็นต้น

3.3.3 การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะกิจกรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องกระทำกิจกรรมเมื่ออยู่ ณ ที่นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทย่อย คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวโบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต เป็นต้น

2) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศาสนา ได้แก่ สถานที่ที่มีปูชนียสถานสำคัญทางศาสนา ซึ่งมีผู้ไปประกอบพิธีทางศาสนาหรือแสวงหาความสงบทางใจ

3) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและสุขภาพ ได้แก่ สถานบำบัดรักษาและพักผ่อนสุขภาพให้แข็งแรง

4) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและการผจญภัย ได้แก่ การเดินป่า การล่องแพ การขี่ช้าง การดำน้ำ การปีนเขา เป็นต้น

5) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ได้แก่ ศูนย์กีฬา สนามกีฬา หรือสถานที่ที่มีการแข่งขันกีฬานักสำคัญ ๆ หรือมีการแข่งขันกีฬาระดับโลก เป็นต้น

3.3.4 การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะความเป็นเจ้าของ อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทย่อย คือ

- 1) แหล่งท่องเที่ยวที่รัฐบาลเป็นเจ้าของ ได้แก่ วัดวาอาราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุทยานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น
- 2) แหล่งท่องเที่ยวที่เอกชนเป็นเจ้าของ ได้แก่ สวนสนุก รีสอร์ท ศูนย์การค้า เมืองโบราณ เป็นต้น

3.3.5 การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะนักท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภทย่อย คือ

- 1) แหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวภายในจังหวัดไปเยี่ยมชม
- 2) แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่นไปเยี่ยมชม
- 3) แหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นไปเยี่ยมชม

3.3.6 การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะการพัฒนาอาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภทย่อย คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในสภาพดั้งเดิมปราศจากการตัดแปลงเป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่สัน โดย ซึ่งอยู่ใกล้ชุมชน คุณค่าอยู่ที่ความอุดมสมบูรณ์ เป็นธรรมชาติ ทำให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสกับธรรมชาติและได้รับความรู้ความเข้าใจในปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ภูเขา ธรณีสถาน อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ภูมิอากาศ ทะเล ธารน้ำแข็ง เป็นต้น

2) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการดัดแปลงปรุงแต่ง แต่ยังรักษาสภาพตามธรรมชาติไว้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่กึ่งสัน โดย ซึ่งมีการปรุงแต่งเพื่อความสะดวกในการเข้าถึงและเพิ่มความสามารถในการรองรับ คุณค่าต่อผู้มาเยี่ยมชมอยู่ที่การได้สัมผัสกับธรรมชาติในระดับภายนอกและได้รับความสะดวกในการเยี่ยมชม เช่น ชายหาด ถ้ำ น้ำตก อ่างเก็บน้ำ น้ำพุร้อน หุ่นยนต์ เป็นต้น

3) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการดัดแปลงก่อสร้างเพิ่มเติม เป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติที่มีการพัฒนาแล้ว ซึ่งมีการจัดกิจกรรมตอบสนองความต้องการ

ของผู้เยี่ยมชม มีสิ่งอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ คุณค่าต่อผู้มาเยือนอยู่ที่การได้พักผ่อนในสภาพธรรมชาติ แต่ได้รับความสะดวกสบายอย่างครบถ้วน เช่น รีสอร์ท เป็นต้น

กรมการท่องเที่ยว (2553 : 2-4) ได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามความสำคัญและสภาพแวดล้อมได้ 14 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความงดงามตาของสภาพธรรมชาติภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการพักผ่อนสภาพแวดล้อมทั้งระบบนิเวศหรือสิ่งมีชีวิตที่โดดเด่นและมีคุณค่าทางวิชาการ
2. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีเกาะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและกิจกรรมนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดธรรมชาติหรืออาจส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ ได้แก่ การเล่นน้ำ การดำน้ำดูปะการังและสัตว์ทะเลหายาก เป็นต้น
3. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทชายหาด หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น
4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่าง ๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น
5. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำพุร้อนหรือโคลนเดือดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดให้

นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและรักษาโรค และอาจเสริมกิจกรรมเพื่อความรู้อย่างยิ่งซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณน้ำพุและ โคลนเคี้ยวได้แก่การเล่น การอาบน้ำแร่ การแช่โคลน การอบตัว การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

6. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตกได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อนรับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่ง การดูนก และการตกปลา เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนและมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติโดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อนและการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนกการสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืช เป็นต้น

8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทธรณีสัณฐาน หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรณีวิทยาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของพื้นผิว โลกจนทำให้เกิดเป็น โครงสร้างที่มีลักษณะ โคนเด่น แผลกตา และมักจะเป็นต้นกำเนิดของนิทานพื้นบ้านต่าง ๆ รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทนี้มีได้หลายรูปแบบเช่น อาจเป็นเพียงก้อนหินใหญ่ก้อนเดียวเช่น หอนางอุชา จังหวัดอุดรธานีหรืออาจเป็นบริเวณพื้นที่เช่น เพาะเมืองผี จังหวัดแพร่

9. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้นมีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

10. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เสริมสร้างความรู้ด้านเกษตรควบคู่กับการพักผ่อนและความบันเทิง นักท่องเที่ยวสามารถร่วมสัมผัสวิถีชีวิตเกษตรกรรม ประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้านเกษตรที่หลากหลาย เพื่อสร้างทักษะ แลกเปลี่ยนความรู้ด้านเกษตรและได้รับความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งสามารถซื้อผลิตผลทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชนกลับสู่ภูมิภาค

11. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนารวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้น ในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณกำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

12. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนการแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทงประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

13. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยวซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัยเมื่อมีการระบุข้อความกิจกรรมนั้น ๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลาย ๆ แห่ง ตัวอย่าง เช่น พิพิธภัณฑสถานเฉพาะทางแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุทยานธรรมชาติและ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

14. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิงและการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ยานบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะและสนามกีฬา

สรุปได้ว่าประเภทของแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ตามความสำคัญ ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ จุดเด่น กิจกรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตนเองต้องการ

3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ

ผลิตผลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือบริการซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการมีดังนี้ (กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ม.ป.ป : ออนไลน์)

3.4.1 ปัจจัยภายใน

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม วัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจแยกตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1) ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.2) ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนสถานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์หุมชน โบราณ พิพิธภัณฑสถาน พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์และอนุสรณ์สถาน

1.3) ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต เช่น หมู่บ้านชาวเขาสภาพชีวิตนาชนบท ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้

2) โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค (Infrastructures) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่นหรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นก็ยังคงเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่ เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มี บริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วยดังนี้

3.1) การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคม ขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ทั้ง 3 ทาง คือ ทางบก มีถนนที่พาหนะต่าง ๆ ผ่าน เข้า-ออกได้สะดวกหรือบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบ เรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมา ลงมาก

3.2) พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสารมีการผ่อนคลายเป็นพิเศษ พิธีการ เข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น

3.3) ที่พักมีโรงแรมระดับต่าง ๆ ให้เลือกมีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับ คุณภาพสะอาดและมีบริการตามมาตรฐานสากล

3.4) ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้วจะต้องถูก สุขลักษณะมีบริการที่สุภาพและมีกำหนดราคาที่เหมาะสม

3.5) บริการนำเที่ยวมีการบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องมีอัตราค่ามัคคุเทศก์ที่มีความรับผิดชอบหน้าที่

3.6) ความปลอดภัย (Security) ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการ เดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการ สำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

3.7) สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมถึงการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

3.8) การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation) เป็นปัจจัยต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่ง ท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

3.9) ภาพลักษณ์ (Image) เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวหากมี ภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ

ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเฟิดเฟิดในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมือง และสินค้าปลอดอากร

3.4.2 ปัจจัยภายนอก

- 1) สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก มีส่วนสำคัญในการกำหนด กระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยว อ่อนตัวลง
- 2) ความนิยมในการท่องเที่ยว ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มี องค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กกลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลงจากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการ บริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในระบบประหยัด ทำให้มีผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถ จัดรายการเพื่อการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทาง ท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง คราบเท่าที่อุตสาหกรรมยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือ ใ้เพื่อการเดินทาง
- 3) การขยายเส้นทางคมนาคม โลกยุคใหม่ที่การคมนาคมขนส่งจะต้อง รวดเร็วและมีประสิทธิภาพทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางเดินรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทาง อากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของ ท่าอากาศยานเครื่องบิน และเส้นทางบิน ส่งผลให้ การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด
- 4) การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง ระบบการคมนาคมขนส่งที่พัฒนา ให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วทำให้ดูเหมือนโลกจะหดเล็กลง รัฐบาลของประเทศต่างให้ ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกันทั้งในแง่ของการส่งเสริม การตลาดและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการ ในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่าประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่ประกอบไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ที่มีความพร้อมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกซึ่งถือว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ พัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีซึ่งถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

4. มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว

มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกันนั้นถือว่าเป็นมาตรฐานด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดความมั่นใจหากจะเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีดังต่อไปนี้

ราณี อธิชัยกุล (2546 : 123) ได้ให้ความหมายของมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึงมาตรฐานในการจัดบริการด้านสาธารณูปโภค การขนส่ง ความปลอดภัย ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และอื่น ๆ ซึ่งกำหนดให้รัฐหรือองค์กรท้องถิ่นเป็นผู้รับผิดชอบหรือเป็นผู้รับรองมาตรฐานจากองค์การระดับ โลกและนานาชาติ เช่น มาตรฐานขององค์การการท่องเที่ยวโลกสำหรับประเทศไทยเริ่มให้ความสำคัญต่อการกำหนดมาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และในอนาคตทุกสาขาของการให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องมีการกำหนดให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบดำเนินการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้มีการจัดทำโครงการเพื่อกำหนดมาตรฐานของ โรงแรมและแหล่งท่องเที่ยวหลายโครงการซึ่งกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553 : 2-10) ได้กำหนดเกณฑ์ไว้ดังนี้

4.1 เกณฑ์รวม

เป็นเกณฑ์ที่ใช้ร่วมกันในการประเมินแหล่งท่องเที่ยว 14 ประเภท ประกอบด้วยเกณฑ์ 4 ด้านแรก

- 4.1.1 คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว
- 4.1.2 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- 4.1.3 ปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว

4.1.4 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

4.2 เกณฑ์เฉพาะ

เป็นเกณฑ์ที่กำหนดดัชนีชี้วัดเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทที่แตกต่างกันตามลักษณะและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนั้น ๆ ได้แก่

4.2.1 คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึงคุณภาพโดยรวมของตัวแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียง จำนวนนักท่องเที่ยว การให้บริการ แก่นักท่องเที่ยว และความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

4.2.2 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการด้านความปลอดภัยหรือระบบเตือนภัย และได้นำมาตรดังก่อไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นต่อชีวิตและทรัพย์สิน ร่างกาย จิตใจ สุขภาพอนามัยหรือทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว อาทิ มีมาตรการด้านความปลอดภัย มีบุคลากรที่รับผิดชอบโดยตรง เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย ป้ายเตือนให้ระวังอันตรายและอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเป็นต้น

4.2.3 ปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบตามห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว อาทิ ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การบริการด้านห้องสุขาหรือห้องอาบน้ำ การบริการสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ ความพร้อมด้านอาหารและที่พักที่จำหน่ายของใช้ชีวิตประจำวันและของที่ระลึก และการให้บริการมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสถานที่ เป็นต้น

4.2.4 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การสร้างความสมดุลระหว่างใช้ประโยชน์ทางธุรกิจและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาระบบการจัดการที่ดี เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ระยะยาว สำหรับองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

4.2.5 คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นคุณลักษณะสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทซึ่งทำให้แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีความโดดเด่นแตกต่างจากแหล่งอื่น ๆ ซึ่งอาจพิจารณาจากหลายปัจจัยทั้งในด้านกายภาพของตัวแหล่งท่องเที่ยว ระบบนิเวศ พืช สัตว์ ธรณีสถาน ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ สถาปัตยกรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรมระดับของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ มีชื่อเสียง และสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชม

มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวที่กล่าวมานั้นถือเป็นเกณฑ์ชี้วัดมาตรฐานสถานที่ท่องเที่ยวถือว่าช่วยทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอีกปัจจัยหนึ่ง

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายและอธิบายพอสรุปได้ดังนี้ การท่องเที่ยวหมายถึงการพักผ่อนคลายความตึงเครียดเหนื่อยเมื่อยล้าจากการทำงานซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงเพื่อการเดินทางไปพักผ่อนให้เพลิดเพลินเท่านั้นแต่เป็นการเดินทางเพื่อศึกษาวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนต่างถิ่นที่อาศัยอยู่ใกล้หรือ

ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวนั้นถือว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเพราะเป็นตัวทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากดังนั้นนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ดำเนินการคือการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานความปลอดภัยและการให้บริการสู่ระดับมาตรฐานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวและผู้เยือน โดยการเน้นเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อสร้างและดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกและนักท่องเที่ยวคนไทยให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกันเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการกำหนดแนวทางการในพื้นที่ฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการบริการให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับนำเชื่อถือเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวด้วยเหตุนี้ประเทศไทยจึงมีนโยบายส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศและในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ก็เป็นอีกกลุ่มจังหวัดหนึ่งที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวประกอบกับมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจและนำเดินทางมาท่องเที่ยวดังนั้นมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยว

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยวผู้วิจัย ได้ศึกษาประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ความหมายแรงจูงใจการท่องเที่ยว ประเภทของแรงจูงใจการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจการท่องเที่ยว กระบวนการการจูงใจในการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดเรียงลำดับดังต่อไปนี้

1. ความหมายแรงจูงใจการท่องเที่ยว

ได้มีนักวิชาการกล่าวและให้ความหมายไว้หลายแนวคิดดังต่อไปนี้

แรงจูงใจการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเองการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งบันดาลใจ (ศูนย์เครือข่ายความรู้วัฒนธรรม สถาบันศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยบูรพา : ออนไลน์)

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2553 : 42) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่มากมายและไม่มีการสรุปออกมาชัดเจนว่ามีอะไรบ้างปัจจัยแต่ละปัจจัยเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดความต้องการ

ฉันทซ์ วรรณถนอม (2544 : 8) ได้กล่าวว่า ก่อนที่จะเกิดการเดินทางท่องเที่ยว มนุษย์เราจะมีแรงจูงใจที่ไปกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวดังกล่าวอาจเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เข้ามากระตุ้นหรือเกิดจากพฤติกรรมความต้องการส่วนตัว หรืออาจเกิดจากทั้งสองประการรวมกัน ซึ่งจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องร่วมกัน ซึ่งจากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ มักจะมีความหลากหลายทางความคิด และยังไม่มียุทธวิธีใดที่สามารถอธิบายได้อย่างกระจ่างชัดถึงแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว แต่กระนั้นเป็นที่น่าสังเกตว่าทฤษฎีต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมักจะมีแรงจูงใจด้านใดด้านหนึ่งหรือหลาย ๆ ด้านเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ

สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2545 : 71) ได้กล่าวถึง แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. สิ่งที่กระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่จูงใจต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวหรือช่วงเวลาที่ยุ่งใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยว

2. สิ่งกีดขวางความต้องการคือสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อความต้องการเดินทางลดน้อยลงเช่นปัจจัยทางเศรษฐกิจ

3. สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ทัศนคติและมองภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป

4. บทบาทของพฤติกรรม หมายถึง สถานภาพนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจหรือรูปแบบการท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไปเช่น นักท่องเที่ยวแบบครอบครัวสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว (Tourist Motivation) สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวหมายถึง สิ่งต่าง ๆ อันเป็นสาเหตุ ที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการต้องการที่จะเดินทางหรือวางรูปแบบที่ใช้ในการท่องเที่ยวหรือเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบ

พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกันซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทที่สำคัญ คือ

1. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านจิตใจทางด้านร่างกาย ทศนคติ และความรู้สึก เป็นต้น

2. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น การให้บริการทางการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว เป็นต้นจากลักษณะความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นทั้งสองประเภททางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและเป็นไปตามความต้องการ

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นนั้นสามารถสรุปความหมายของแรงจูงใจการท่องเที่ยวว่า คือ สิ่งที่มีกระตุ้นที่ทำให้อยากเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองซึ่งอาจจะมีปัจจัยต่าง ๆ มาเป็นตัวช่วยเสริมอีกแรงทำให้เกิดความต้องการ

2. ประเภทของแรงจูงใจการท่องเที่ยว

ธนภุต สังข์เลย (2550 : 127-130) ได้อธิบายความหมายของประเภทของแรงจูงใจการท่องเที่ยวแต่ละประเภท 4 ประเภท ไว้ดังต่อไปนี้

2.1 แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่แรงจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนทั้งทางร่างกายและจิตใจเพื่อหลีกเลี่ยงงานที่จำเจและความยุ่งยากต่าง ๆ ไปหาความสงบเพื่อรักษาสุขภาพ อาบน้ำแร่ รักษาโรคตามคำแนะนำของแพทย์เล่นกีฬาว่ายน้ำเล่นสกีเล่นเรือใบ ตกปลาการเที่ยวชมธรรมชาติการซื้อของการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลินและได้พักผ่อนจิตใจของตนเองด้วย

2.2 แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Motivation) เป็นแรงจูงใจในด้านอยากรู้จักผู้อื่น เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับดนตรีศิลปะนาฏศิลป์ และศาสนาเพื่อการศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจ เชื้อชาติอื่น ๆ มีความรู้ความเข้าใจว่าเชื้อชาติอื่น ๆ มีความเป็นอยู่อย่างไรทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.3 แรงจูงใจทางด้านระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ การพบปะ เยี่ยมญาติหรือเพื่อนเป็นการแสวงหามิตรภาพประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ โดยหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมเดิม ๆ เป็นการชั่วคราว

2.4 แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) ได้แก่การพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเองยกฐานะและเกียรติภูมิของตนเอง

ให้สูงขึ้นเช่นการเดินทางไปประชุมติดต่อธุรกิจการศึกษาต่อในต่างประเทศการได้ไปทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้เกียรติและมีสังคมดีขึ้น

สรุปได้ว่าประเภทแรงจูงใจการท่องเที่ยวนั้นมีหลากหลายประเภทแล้วแต่วัตถุประสงค์และความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการซึ่งในส่วนของผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาและแบ่งแยกออกได้ดังต่อไปนี้ 1. แรงจูงใจทางกายภาพ 2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม 3. แรงจูงใจทางด้านระหว่างบุคคล 4. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2554 : 36-37) ได้อธิบายว่ามาจากสมมติฐานดังนี้

3.1 มนุษย์มีความต้องการมีอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุดถ้าความต้องการที่ได้รับการสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ โดยไม่มีสิ้นสุด ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

3.2 ความต้องการของมนุษย์มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะถูกเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

3.3 มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือมากกว่าก่อนและจะสนใจความต้องการที่มีความสำคัญรองลงมาในลำดับต่อไปถ้าขั้นความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์มี 5 ชั้น ดังนี้

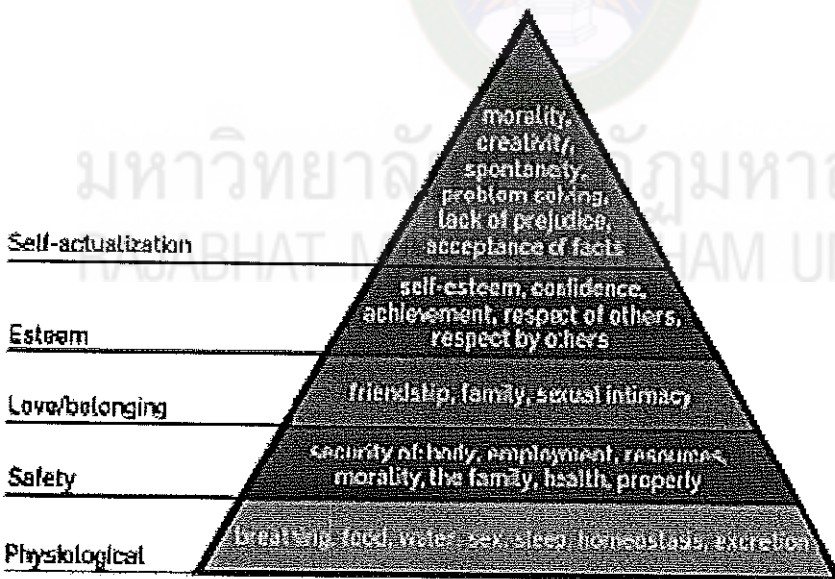
3.3.1 ความต้องการระดับต่ำสุดคือความต้องการทางกายภาพ (Physiological/Basic Physical Needs) เป็นความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อร่างกายและการดำรงชีวิตเช่น น้ำดื่ม อาหาร อากาศที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ความต้องการทางเพศฯลฯ ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิตถ้าไม่ได้รับการตอบสนองชีวิตก็จะอยู่ไม่ได้

3.3.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety and Security Needs) ได้แก่ ความปลอดภัยต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เช่นความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ อาชญากรรม อันตรายต่าง ๆ จากการบริโภค และการเดินทางท่องเที่ยว ความมั่นคงในการทำงาน และปรารถนาจะอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบและสามารถคาดหมายได้แต่ละบุคคลรู้ถึงข้อจำกัดหรือขอบเขตของพฤติกรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับของสังคม

3.3.3 ความต้องการยอมรับในสังคม (Belonging / Social Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วม การให้และได้รับความรัก ความเป็นมิตร ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานหมู่คณะและสังคม ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ และให้บุคคลอื่นยอมรับในความสำเร็จของตนเอง

3.3.4 ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) ได้แก่ ความต้องการมีชื่อเสียง มีความรู้ความสามารถ ความสำเร็จ มีศักดิ์ศรี มีฐานะดีมีความเป็นอิสระและเสรีภาพ อยู่ในความหรรษา เป็นที่รู้จักและได้รับความยกย่อง ยอมรับนับถือจากบุคคลทั้งหลายในสังคม

3.3.5 ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะรับความสำเร็จตามความนึกคิดหรือสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุดเอาไว้โดยใช้ความสามารถทุก ๆ อย่างที่มีอยู่ เช่น การเป็นผู้บริหารในระดับสูงสุดเป็นผู้นำประเทศ ซึ่งเป็นความต้องการพิเศษขั้นสูงสุด นึกอยากได้หรืออยากเป็น แต่ในความเป็นจริงไม่อาจเสาะแสวงหามาได้ทั้งนี้แต่ละคนย่อมมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันซึ่งมาส โลว์ได้อธิบายความต้องการ ลำดับขั้นดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 ลำดับตามขั้นตอนความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีของมาสโลว์

ที่มา : ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (2012 : Wiki)

นอกจากความต้องการ 5 ชั้น ที่กล่าวมาแล้วมาส โลว์ยังได้เพิ่มความต้องการซึ่งมีความสำคัญต่อภาวะจิตใจมากอีก 2 ชั้น คือ

1. ความต้องการที่จะได้ทราบและได้เกิดความเข้าใจ ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหาคำตอบ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

2. ความต้องการความสวยงาม ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหา สร้างสรรค์ และธำรงรักษาสิ่งสวยงาม ขึ้นชมสิ่งสวยงามทั้งที่เป็นธรรมชาติและศิลปะตามรสนิยมของตน

เดวิด วีเวอร์ และ มาร์ทีน โอเปอแมน (David Weaver and Martin Oppermann (2000 : 34-35) ได้อธิบายถึง แนวโน้มของแรงจูงใจที่จะเกิดขึ้นในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. แนวโน้มของการจูงใจที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม การศึกษามากมายชี้ว่าความสนุกสนานในบริเวณที่เป็นแหล่งวัฒนธรรมของโลก หรือแหล่งวัฒนธรรมทางธรรมชาติจะเป็นแรงจูงใจในการเดินทางที่สำคัญของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2. แรงจูงใจที่จะพบกันคนในท้องถิ่น ความปรารถนาที่จะไปพบผู้คนในท้องถิ่นเป็นแรงขับในตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุน้อย ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมถึงมหาวิทยาลัย ซึ่งตลาดของเยาวชนจะให้ความสำคัญถึงแนวโน้มทางด้านนี้มากขึ้น

3. แรงจูงใจที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นของเจ้าของประเทศที่ตนเองไปเที่ยว ไปสังเกตว่าวัฒนธรรมอื่นมีลักษณะอย่างไร ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาเอเชีย โดยเฉพาะที่มาจากประเทศจีน เกาหลี จะเป็นผู้ที่มีโอกาสได้รับการเปิดโลกต่อวัฒนธรรมนานาชาติ น้อยกว่าชาติอื่น

4. แรงจูงใจที่จะทำให้ครอบครัวดีขึ้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวมองว่าการท่องเที่ยวเป็นเวลาที่จะทำให้อยู่ด้วยกัน ได้อย่างดี แนวโน้มเห็นได้ชัดเจนจากการไปเที่ยวสวนสนุก สถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้กับตัวเมือง รีสอร์ทบางระดับที่มีกิจกรรมให้กับครอบครัว ทั้งครอบครัว

5. แรงจูงใจที่จะพักผ่อน หรือผ่อนคลายในสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่ดูแล้วสบายใจ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อไปชมวัฒนธรรม การพักผ่อน หรือการพักผ่อน

6. แรงจูงใจที่จะไปสถานที่ที่มีความสนใจเป็นพิเศษ หรือต้องใช้ทักษะพิเศษ คือ นักท่องเที่ยวจะสนใจในงานอดิเรกบางอย่างเป็นพิเศษ เช่น การดำน้ำด้วย เครื่องสคูบา

7. แรงจูงใจที่จะเป็นคนที่มีความสุขภาคี สมบูรณ์ แรงจูงใจนี้จะเห็นได้ชัดเจนจากนักวิเคราะห์ชาวยุโรป ที่กล่าวว่าแรงจูงใจด้านนี้สามารถนำไปปรับปรุงระดับความสมบูรณ์ของร่างกาย อาหารแปลก ๆ ที่ทำให้สุขภาพดีขึ้น

8. แรงจูงใจสำหรับปกป้องตนเองและความปลอดภัย ในขณะที่ความปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง ซึ่งมีความสำคัญมาก การคุกคามด้านสุขภาพ ด้านอาชญากรรม ผู้ก่อการร้ายเป็นจุดสำคัญจุดหนึ่งที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจว่าจะไปเที่ยวสถานที่นั้น

9. แรงจูงใจที่อยากได้การยอมรับว่ามีฐานะทางสังคมที่ดีขึ้น การยอมรับทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญในแรงจูงใจมนุษย์ ทำให้มนุษย์รู้ถึงคุณค่าทางสังคม และต้องการบ่งบอกว่าตัวเองเป็นใครมาจากไหน

10. แรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตัวเอง ระดับความต้องการที่จะทำให้ตนเอง ซึ่งการให้รางวัลดังกล่าวจะมีสูงมากในความรู้สึกทางร่างกาย เช่น การกิน การดื่ม พฤติกรรมทางเพศ และการซื้อของ กิจกรรมเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะให้รางวัลกับตัวเอง หรืออาจเป็นการฉลองความสำเร็จในการทำงาน จึงเที่ยวเพื่อปลดปล่อยและรับสิ่งทดแทนที่เป็นรางวัลแก่ตนเอง โดยการได้ท่องเที่ยว

สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจการท่องเที่ยวก่อเกิดจากความต้องการในด้านต่าง ๆ ซึ่งถือว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างมากนั้นเพราะเป็นสิ่งซึ่งช่วยกระตุ้นทำให้คนแสดงให้เห็นถึงความต้องการของในตัวเองว่าต้องการอะไร จึงแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมและต้องการที่จะตอบสนองตนเองและในทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ นั้น ได้กล่าวถึงความต้องการทั้ง 5 ชั้น ซึ่งได้สอดคล้องต่อแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

4. กระบวนการการจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าเดินทางมาเพื่ออะไรและคาดหวังที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใดเมื่อนำทฤษฎีทางจิตวิทยาและสังคมวิทยามาประยุกต์กับการท่องเที่ยวแรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางอาจจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ (สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ. 2545 : 73-76)

4.1 ปัจจัยดึง หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปที่ต่าง ๆ ได้แก่

4.1.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจประเทศใดที่มีสภาพทางเศรษฐกิจที่ด้อยแอ้อำนวยให้คนในประเทศมีอำนาจทางการซื้อสูงและมีโอกาสเดินทางไปต่าง ๆ

4.1.2 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์นักจิตวิทยา Adler Fedler ได้ให้ข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่า “คนมักจะแสวงหาสิ่งที่ตนเองไม่มีหรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี” จากหลักจิตวิทยานี้อาจกล่าวได้ว่าลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศที่แตกต่างไปจากของตนเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไปหรือเพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มีลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างจากประเทศหรือท้องถิ่นของตน

4.1.3 ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมรูปแบบวัฒนธรรมและบรรทัดฐานของสังคมใดสังคมหนึ่งกำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้นในขณะเดียวกันวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีงานเทศกาลประวัติศาสตร์สามารถเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้

4.1.4 ปัจจัยทางการเมืองประเทศใดที่มีสภาพการณ์ทางการเมืองมั่นคงย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้ในขณะเดียวกันนโยบายของรัฐบาลอาจกันหรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้เช่นเดียวกัน

4.1.5 ปัจจัยทางเทคโนโลยีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารคมนาคมโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้นนอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

4.1.6 สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดค่านิยมและการตัดสินใจของคนเนื่องจากสื่อมวลชนจะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชนและสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ถ้าข่าวสารหรือข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อเป็นภาพที่ดีก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางในทางตรงกันข้ามถ้าข้อมูลปรากฏในเชิงลบก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

4.2 ปัจจัยหลัก หมายถึง ความรู้สึกความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทางซึ่งมาส โลว์ ได้กล่าวถึงเรื่องปัจจัยผลึกไว้ว่า “คนจะมีพฤติกรรมแสดงออกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้นความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมแสดงออกของนักท่องเที่ยวดังนี้

4.2.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียดและได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินความบันเทิงซึ่งเป็นภาคตอบสนองความต้องการทางกาย

4.2.2 นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทางที่พักผ่อนที่ท่องเที่ยวร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาดผู้บริการที่จริงใจข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้องซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง

4.2.3 นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทายหรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอและคาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อนามสกุลข้อมูลส่วนตัวของตนได้อย่างถูกต้องเพราะแสดงถึงการเป็นที่ยกย่องยอมรับนับถือในสังคมนั้น ๆ

4.2.4 นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และได้รับสิ่งความอำนวยความสะดวกและการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสมประสบการณ์ที่สร้างเสริมความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตน

4.2.5 นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยตัวเองโดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้นจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเรียนรู้หรือพยายามทำความรู้จักเข้าใจวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นและมักจดจำหรือบันทึกสิ่งที่ตน ได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตนนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกันและนักท่องเที่ยวคนหนึ่ง ๆ ก็อาจมีพฤติกรรมที่หลากหลายทั้งขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของแต่ละบุคคล นอกจากแรงจูงใจจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเดินทางแล้วยังมีมูลเหตุจูงใจที่ทำให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวมูลเหตุจูงใจหรือปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวมี 6 ประการ ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 : 139-141)

1) ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นการล่องแพ ปีนเขา ชี่ช้าง เป็นต้น ย่อมมาประชาสัมพันธ์ ทำให้คนอยากลองผจญภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ๆ เหล่านั้น

2) ความต้องการพบสิ่งใหม่ ๆ ในตนเอง ถ้ามองลึกจะเห็นได้ว่าการเดินทางเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต โดยเฉพาะหนุ่มสาวสมัยใหม่มีความอยากรู้อยากเห็นที่จะได้พบสิ่งแปลกใหม่ เช่นการเดินทางไปท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ จะได้พบเห็นสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน

3) ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะรู้สึกสนุกสนานหรือความประทับใจใน

ขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยปกติผู้เดินทางท่องเที่ยวต้องการได้รับความสนุกสนานตื่นเต้นหรือประทับใจจากการเดินทางเท่ากับเกิดคุณค่าในการเดินทางหรือคุณค่าเป็นกำไรชีวิตการท่องเที่ยว

4) ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ตนเองไปเที่ยว เช่น ประเพณี เทศกาล พิธีการต่าง ๆ หรือศาสนาที่แตกต่าง ๆ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น

5) ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก คนทั่วไปมีความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกว่า ผู้ที่อยู่ในประเทศที่ร่ำรวยกับประเทศที่ยากจนมีความเป็นอยู่แตกต่างอย่างไร หรือผู้ที่อยู่ประเทศเขตร้อนกับเขตร้อนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร นอกจากนี้ยังต้องการเที่ยวชมสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม และพฤติกรรมของคนท้องถิ่น

6) ความต้องการในการยอมรับของสังคม ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะเกิดความพอใจมากถ้าคนที่กำลังติดต่อหรือที่เขารู้จัก ยอมรับนิสัยบางอย่างของเขา บ่อยครั้งที่นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเหมือนคนแปลกหน้า ทำให้เขาต้องเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่เขาารู้สึกว่าเป็นที่ชื่นชอบและเป็นที่ยอมรับตัวเขาซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ที่ว่ามนุษย์มีความต้องการที่จะได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม

สรุปได้ว่ากระบวนการการจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการที่อยู่ภายนอกของตัวบุคคลซึ่งช่วยเป็นปัจจัยดึงดูดและกระตุ้นให้คนนิยมเดินทางท่องเที่ยวกันเพิ่มมากขึ้น เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจก็มีรายได้มีกำลังพอที่จะซื้อที่จะสามารถเดินทางท่องเที่ยวจึงเกิดเป็นกระบวนการจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการนอกจากนี้ยังมีความรู้สึกความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวเองบุคคลเป็นปัจจัยผลักดันให้อยากเดินทางท่องเที่ยว เช่น ร่างกายภายในต้องการพักผ่อนจากเหนื่อยล้าจากการทำงานทำให้คนมีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนจนเกิดเป็นกระบวนการจูงใจในการท่องเที่ยวนอกจากนี้ยังมีมูลเหตุจูงใจหรือปัจจัยสำคัญเป็นตัวช่วยทำให้คนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกันเพิ่มมากขึ้นเพื่อผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงานในชีวิตประจำวัน

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายและอธิบายพอสรุปได้ดังนี้แรงจูงใจการท่องเที่ยวหมายถึงสิ่งที่มีกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางเพื่อสนองความต้องการของตนเองในการท่องเที่ยวนั้นซึ่งมีแรงจูงใจมากกว่าหนึ่งทั้งเกิดจากภายนอกและภายในมาเป็นแรงผลักดันให้เกิดการจูงใจจนเกิดเป็นความต้องการที่จะแสวงหา

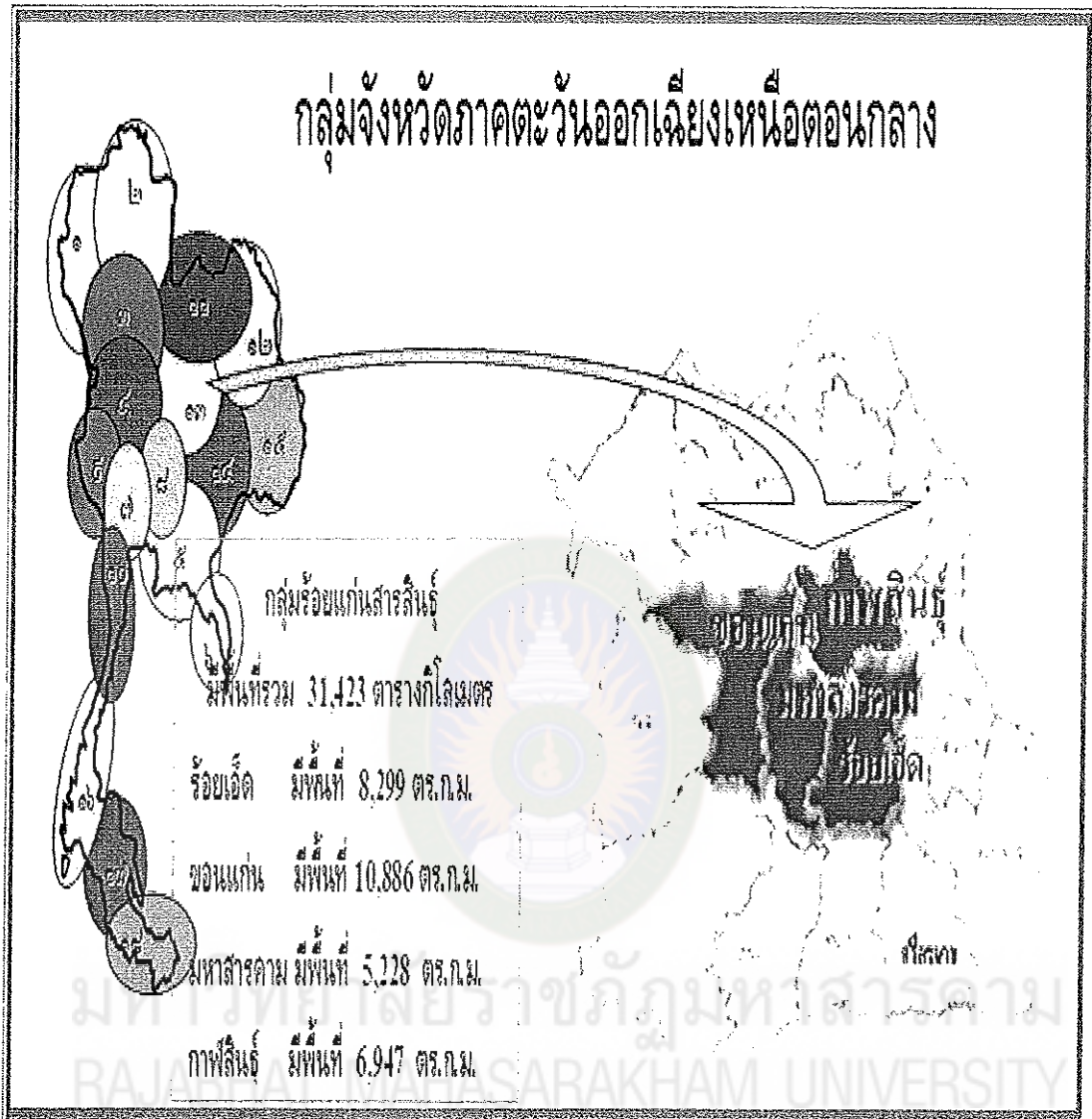
ความสุขเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองที่มีอยู่ซึ่งได้เริ่มจากความต้องการทางกายภาพ ก่อนอื่นที่เกิดจากร่างกาย จิตใจ ทักษะคิดและหลังจากนั้นเป็นความต้องการความปลอดภัย ได้แก่ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินความต้องการมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกันคือได้พบปะผู้คน เพื่อนฝูงญาติมิตรเพื่อแสวงหามิตรภาพ ความต้องการภูมิใจคือต้องเป็นที่ยอมรับนับถือใน สังคมในความรู้ความสามารถของตนเองซึ่งได้เกิดเป็นความต้องการที่ต้องได้รับการตอบสนอง และได้สอดคล้องต่อแรงจูงใจการท่องเที่ยวโดยในแต่ละทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวได้นำเอา ทฤษฎีความต้องการทั้ง 5 ชั้นของมาสโลว์มาประยุกต์ใช้และสามารถแบ่งแรงจูงใจการ ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวกันเพิ่มมากขึ้นและผู้วิจัย ได้นำไปใช้ในการวิจัยในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวกับแรงจูงใจ การท่องเที่ยวในร้อยแก่นสารสินธุ์ในครั้งนี้ ได้แก่ 1. แรงจูงใจทางกายภาพ 2. แรงจูงใจทางด้าน วัฒนธรรม 3. แรงจูงใจทางด้านระหว่างบุคคล 4. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงดังกล่าว รายละเอียดมาแล้วในข้างต้น ซึ่งแรงจูงใจการท่องเที่ยวที่กล่าวมานั้นถือว่ามีความสำคัญต่อ การตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไม่มากนักน้อย

บริบทกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

ในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวกับแรงจูงใจการ ท่องเที่ยวในร้อยแก่นสารสินธุ์ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาและใช้พื้นที่ในการจัดเก็บข้อมูลจาก กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับบริบทความเป็นมาความสำคัญ ของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์รวมไปถึงบริบทของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง ที่ใช้ในการวิจัยซึ่ง ได้เรียงตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ประวัติและความเป็นมาของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ (สำนักงานพัฒนายุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์, ม.ป.ป. : ออนไลน์) ซึ่งมีประวัติ และความเป็นมาดังนี้กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ประกอบไปด้วยร้อยเอ็ด - ขอนแก่น - มหาสารคาม - กาฬสินธุ์ เป็นกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางมีพื้นที่รวมกัน ประมาณ 31,423 ตารางกิโลเมตร 19,639,296 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 18.6 ของพื้นที่ทั้งหมดของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบ มีภูเขาเตี้ยสลับทางด้านทิศเหนือ ของร้อยเอ็ดและขอนแก่น และด้านทิศตะวันออกเฉียงของจังหวัดกาฬสินธุ์มีเทือกเขาภูพาน



แผนภาพที่ 2 แสดงพื้นที่กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

1.1 ด้านประชากร

ประชากรกลุ่มจังหวัดมีทั้งสิ้น 4,992,515 คน (สำนักงานทะเบียนกลางกรมการปกครอง, 2554 : ออนไลน์) โดยแยกเป็นจังหวัดขอนแก่น 1,766,066 คน จังหวัดมหาสารคาม 939,736 คน จังหวัดร้อยเอ็ด 1,305,058 คน และจังหวัดกาฬสินธุ์ 981,655 คน

1.2 ด้านทรัพยากรธรรมชาติ

1.2.1 ดิน

มีพื้นที่ถือครองทางการเกษตร 12,735,673 ไร่ สภาพดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย และดินเค็ม สภาพปัญหาของดิน คือ ดินขาดอินทรีย์วัตถุ ที่อยู่อาศัย 307,183 ไร่ ที่นา 9,132,147 ไร่ ที่พืชไร่ 2,084,671 ไร่ ที่ไม้ผลและไม้ยืนต้น 483,659 ไร่ ที่สวนผักและไม้ดอก 24,522 ไร่ ที่ทุ่งหญ้า 138,953 ไร่ ที่รกร้าง 260,317 ไร่

1.2.2 น้ำ

ลุ่มน้ำที่ไหลผ่าน 4 จังหวัด คือ ลุ่มน้ำชี ส่วนลุ่มน้ำพองและลุ่มน้ำมูลไหลผ่าน 3 จังหวัด คือ จังหวัดขอนแก่น มหาสารคามและร้อยเอ็ด สำหรับลำน้ำป่าว ซึ่งมีแหล่งกำเนิดจากเทือกเขาภูพานไหลผ่านหลายอำเภอในจังหวัดกาฬสินธุ์ นอกจากนี้ยังมีเขื่อนอุบลรัตน์ซึ่งสามารถเก็บกักน้ำได้ (ความจุ) 2,264 ล้านลูกบาศก์เมตร ติดตั้งเครื่องกำเนิดไฟฟ้าขนาดกำลังผลิต 8,400 กิโลวัตต์ จำนวน 3 เครื่อง รวมกำลังการผลิตทั้งสิ้น 25,200 กิโลวัตต์ เป็นเขื่อนเอนกประสงค์ที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อประชาชนในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านผลิตไฟฟ้าสามารถผลิตไฟฟ้าได้ 55 ล้านกิโลวัตต์ต่อชั่วโมง ด้านชลประทานและการเกษตร มีพื้นที่ชลประทาน 300,000 ไร่ ในพื้นที่เกษตรกรรมของจังหวัดขอนแก่นและมหาสารคาม ด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการประมง ด้านการบรรเทาอุทกภัย ด้านคมนาคม นอกจากนั้นยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจจากผู้มาเยี่ยมชมที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของกลุ่มจังหวัดและเขื่อนลำปาวสามารถเก็บกักน้ำได้ 1,430 ลูกบาศก์เมตร มีพื้นที่ชลประทานประมาณ 2,242,446 ไร่ พื้นที่แล้งซ้ำซากระดับรุนแรงมาก เป็นสภาวะที่ประสบความแห้งแล้ง 1-3 ปีต่อครั้ง ประสบกับพื้นที่ด้านการเกษตร จำนวน 6,499,760 ไร่

1.2.3 ป่าไม้

พื้นที่ป่าไม้สมบูรณ์ในกลุ่มจังหวัดมีจำนวน 1,759,591 ไร่ โดยจังหวัดกาฬสินธุ์มีมากที่สุดจำนวน 518,994 ไร่ และจังหวัดมหาสารคามน้อยที่สุด คือ 138,612 ไร่ ส่วนพื้นที่ป่าชุมชนของกลุ่มจังหวัด มีจำนวน 36,771 ไร่ พื้นที่ป่าเศรษฐกิจ 2,367 ไร่ มีอุทยานแห่งชาติจำนวน 5 แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติน้ำพอง อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ อุทยานแห่งชาติภูผาม่านอุทยานแห่งชาติภูเวียงในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น อุทยานแห่งชาติภูพานมีพื้นที่อยู่ในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 57,500 ไร่ วนอุทยาน จำนวน 6 แห่ง อยู่ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ 3 แห่ง คือ วนอุทยานภูผาวัว วนอุทยานภูแฝก และวนอุทยานภูพระ จังหวัดมหาสารคาม 2 แห่ง คือ วนอุทยานโกสัมพีและวนอุทยานชีหลง จังหวัดขอนแก่น 1 แห่ง คือ วนอุทยานน้ำตกบ้ำหลวง

1.3 ด้านการคมนาคม

การคมนาคมในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ สามารถแบ่งได้ดังนี้

1.3.1 ทางรถยนต์ ที่ตั้งกลุ่มจังหวัดตั้งอยู่ระหว่างทางหลวงหมายเลข 2 ที่เชื่อมระหว่างทิศเหนือ และทิศใต้ (Eastern Sea Board) ใช้เวลาเดินทางจากจังหวัดขอนแก่นถึงกรุงเทพมหานครเพียง 5 ชั่วโมง และเชื่อมระหว่างตะวันออกกับตะวันตก (East – West Economic Corridor) สามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดใน และนอกภูมิภาคได้โดยสะดวก นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สามารถเชื่อมโยงไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และเวียดนามโดยใช้เส้นทางหมายเลข 9 และ 12 ผ่านจังหวัดหนองคาย และมุกดาหาร

1.3.2 ทางรถไฟ มีรถไฟสายกรุงเทพฯ – หนองคาย ผ่านที่ตั้งกลุ่มจังหวัด

1.3.3 ทางอากาศ กลุ่มจังหวัดมีสนามบิน 2 แห่ง คือ ท่าอากาศยานขอนแก่นและสนามบินร้อยเอ็ด

1.4 ด้านเศรษฐกิจ

โครงสร้างการผลิต เศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ขึ้นอยู่กับการผลิต 4 สาขาหลัก ได้แก่ สาขาบริการ สาขาอุตสาหกรรม สาขาการค้า และสาขาเกษตรกรรมในปี 2549 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 211,126 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 26.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยโครงสร้างการผลิตมาจากสาขาบริการมากที่สุดรองลงมาคือ สาขาอุตสาหกรรม สาขาการค้า สาขาเกษตรกรรม และสาขาเหมืองแร่ตามลำดับ

กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์เป็นกลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีทรัพยากรในด้านต่าง ๆ ที่มีความพร้อมต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดประโยชน์เพราะถือว่ากลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์เป็นกลุ่มจังหวัดที่กำลังเติบโตในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ว่าได้ นอกจากนี้กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ยังเป็นเส้นทางเชื่อมโยงไปยังจังหวัดใกล้เคียงได้

2. บริบทของแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

ณ ดินแดนแห่งอารยธรรมใจกลางอีสาน อันประกอบไปด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. 2556 : 74) ซึ่งกลุ่มจังหวัดซึ่งได้มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวได้ 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นเช่น พระธาตุขามแก่น ปราสาทเป็อยน้อย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติขอนแก่น (ขอนแก่น) พระธาตุนาดูน (มหาสารคาม) ปรากฏู๋ ภูเก้าสิงห์ พระมหาเจดีย์ชัยมงคล (ร้อยเอ็ด) พิพิธภัณฑ์ของดีเมืองกาฬสินธุ์ พระพุทธรูปสถานภู่อ พระธาตุยาคู (กาฬสินธุ์)

2.2 แหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน อุทยานแห่งชาติภูเวียง เขื่อนอุบลรัตน์ บึงแก่นนคร (ขอนแก่น) วนอุทยานโกสัมพี ป่าดูลำพัน (มหาสารคาม) บึงพลาญชัย วนอุทยานผาน้ำย้อย (ร้อยเอ็ด) พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ศูนย์สิริธร เขื่อนลำปาว แลมนโนนวิเศษ (กาฬสินธุ์) (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. ม.ป.ป. : ออนไลน์)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานขอนแก่น เปิดเผยว่าภาพรวมธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานตอนกลาง ตลอดทั้งปี 2555 ที่ผ่านมาสามารถสร้างรายได้รวมถึง 7,794 ล้านบาท โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 6 ทั้งนี้เกิดจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่ต่างต้องการผลักดันให้แต่ละจังหวัดนำเสนอจุดขายและจุดเด่นเฉพาะที่โดนใจนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่ภาคอีสานมากถึงร้อยละ 80 สามารถสร้างรายได้และส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในไทยนั้นเข้มแข็งมากขึ้น ได้ขอนแก่นจึงได้เป็นหนึ่งในสถานที่ของการจัดกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้เข้าในจังหวัดเพื่อต่อยอดไปยังระบบเศรษฐกิจและยังคงเป็น 1 ใน 5 จุดที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้ใน ปฏิทินแห่งการท่องเที่ยวอีกด้วยพร้อมกราบไหว้บูชาพระบรมสารีริกธาตุจาก 9 ประเทศให้นักท่องเที่ยวได้กราบไหว้นั้นถือเป็นโอกาสที่ดี และสิ่งเหล่านี้มันถือว่าเป็นสิ่งที่ดีและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อให้เข้ามาขอนแก่นเพิ่มมากขึ้น ผอ. ททท. ขอนแก่น กล่าวเพิ่มเติมว่าทั้งนี้แผนการตลาดในปี 2556 ททท. จะเร่งเดินหน้าเสริมสร้างการท่องเที่ยวภายในประเทศให้ดีขึ้นในพื้นที่ 4 จังหวัด ภาคอีสานตอนกลางประกอบด้วยขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด และกาฬสินธุ์ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความโดดเด่นของแต่ละจังหวัดรวมไปถึงเส้นทางที่เหมาะสมสำหรับการเที่ยวชมธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวอีสาน อีกทั้งยังเที่ยวชมผลิตผลิตินไปพร้อมกับ “ไหว้พระธาตุ 4 เมือง รุ่งเรืองตลอดชีวิต” เส้นทางสัมผัสวัฒนธรรมอีสานผ่านงานศิลป์ “เยือนสิมชมศิลป์ ณ ใจกลางอีสาน” และเส้นทาง “ไดโนเสาร์สะออน” เพื่อเตรียมความพร้อมและส่งเสริมการท่องเที่ยวเข้าประเทศโดยเฉพาะการร่วมแรงร่วมใจกันของการเป็นเมืองแห่งเทศกาลเมืองแห่งกิจกรรมและงานอีเวนท์ต่าง ๆ ตลอดทั้งปี

เพื่อสร้างรายได้และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชาวอีสานเผยแพร่สู่ความเป็นสากลต่อไป (สำนักข่าวแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์. 2556 : ออนไลน์)

บริบทของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์อารยธรรมใจกลางอีสาน อันประกอบไปด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ซึ่งกลุ่มจังหวัดได้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น พระธาตุนาคูน พระมหาเจดีย์ชัยมงคลซึ่งในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมากนอกจากนั้นยังมีความศักดิ์สิทธิ์เป็นอย่างมาก แต่เนื่องด้วยในอดีตนั้นแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ไม่ค่อยได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเท่าไรนักดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมประชาสัมพันธ์จนเริ่มเป็นที่นิยมซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บมูลทั้ง 4 แห่ง ดังจะกล่าวในบริบทของพื้นที่ในการวิจัย

3. บริบทของพื้นที่ในการวิจัย

แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์มีความโดดเด่นด้านธรรมชาติและทางวัฒนธรรมนอกจากนั้นยังเน้นและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวด้านดังกล่าวซึ่งผู้วิจัยได้เลือกที่โดดเด่นและนักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจมาแหล่งท่องเที่ยว และเป็นที่ยอดนิยมเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวในการใช้เก็บข้อมูล 4 แห่ง ดังนี้

3.1 จังหวัดร้อยเอ็ด

เป็นแหล่งอารยธรรม โบราณซึ่งอยู่ตอนกลางของภาคอีสานบริเวณลุ่มน้ำชีมีความเจริญรุ่งเรืองมากในยุคประวัติศาสตร์และมีความหลากหลายในแง่ของศาสนาและวัฒนธรรมอันเนื่องมาจากดินแดนแห่งนี้เคยตกอยู่ในอิทธิพลของอาณาจักรขอม โบราณนอกจากนี้ร้อยเอ็ดยังเป็นแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิชั้นดี มีชื่อเสียงโด่งดังจากอดีตถึงปัจจุบันจังหวัดร้อยเอ็ดยังคงเป็นเมืองที่มีความน่าสนใจ ทั้งประเพณีและวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์พื้นเมืองที่มีชื่อเสียง เช่น ผ้าทอพื้นเมืองเครื่องจักรสานไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : ออนไลน์) จังหวัดร้อยเอ็ดนั้นถือเป็นจังหวัดที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายอยู่หลายแห่งด้วยกัน ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกแหล่งที่โดดเด่นที่มีความสำคัญ ได้แก่พระมหาเจดีย์ชัยมงคล (พระมหาเจดีย์ชัยมงคล. 2555 : ออนไลน์)

พระมหาเจดีย์ชัยมงคลตั้งอยู่บริเวณวัดผาน้ำทิพย์เทพประสิทธิ์วราราม ตำบลผาน้ำย้อย อำเภอนองพอกจังหวัดร้อยเอ็ด ระยะทางจากตัวเมืองร้อยเอ็ดประมาณ 80 กม มีลักษณะเป็นมหาเจดีย์ขนาดใหญ่ที่วิจิตรพิสดาร ใช้ศิลปกรรมร่วมสมัยระหว่างภาคกลางและภาคอีสาน เป็นการผสมกันระหว่างพระปฐมเจดีย์และพระธาตุนม ใช้งบประมาณก่อสร้างถึงปัจจุบันกว่า

3,000 ล้านบาท ดำเนินการสร้างโดย “พระอาจารย์ศรี มหาวิโร” ซึ่งเป็นศิษย์พระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต พระมหาเจดีย์ชัยมงคลออกแบบโดยกรมศิลปากร เป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสโดยรอบด้วยคันทวยเจดีย์องค์เล็กทั้ง 8 ทิศสร้างในเนื้อที่ 101 ไร่ กว้าง 101 เมตร ยาว 101 เมตร ความสูง 101 เมตร รวมยอดทองคำเป็น 109 เมตร ใช้ทองคำหนัก 4,750 บาท

3.2 จังหวัดขอนแก่น

เป็นจังหวัดขนาดใหญ่ที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นอีกจังหวัดหนึ่งของภูมิภาค นอกจากนี้จะมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์อยู่ในบริเวณศูนย์กลางของภาคอีสานแล้วยังเป็นจังหวัดศูนย์กลางทางการศึกษาและเทคโนโลยีของภูมิภาคเนื่องจากเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และมีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในอำเภอเมืองครบครัน ทั้งที่พักหลายระดับและบริการต่าง ๆ จำนวนมาก มีทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติประวัติศาสตร์ และด้านอื่น ๆ หลากหลายรูปแบบและที่สำคัญคือเป็นที่ตั้งของสนามบินทั้งหมดนั้นล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัด ได้เป็นอย่างดีจึงทำให้ขอนแก่นในปัจจุบันเป็นเมืองที่มีความสำคัญในฐานะเมืองท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : ออนไลน์) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกที่โดดเด่นที่มีความสำคัญ ได้แก่ วัดหนองแวง (วัดหนองแวง. 2552 : ออนไลน์)

วัดหนองแวงตั้งอยู่ที่ถนนกลางเมืองริมบึงแก่นนคร อำเภอเมือง ภายในวัดหนองแวงเมืองเก่าซึ่งเป็นพระอารามหลวง มีพระมหาธาตุแก่นนคร หรือ พระธาตุเก้าชั้นฐานสี่เหลี่ยม กว้างด้านละ 50 เมตร เรือนยอดทรงเจดีย์จำลองแบบจากพระธาตุขามแก่น จัดสร้างขึ้นเนื่องในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี และมหามงคลฉัตรเฉลิม 200 ปี เมืองขอนแก่นความสูงขององค์พระธาตุฯ 80 เมตร มีพระจุลธาตุ 4 องค์ ตั้งอยู่ 4 มุม และมีกำแพงแก้วพญานาค 7 เศียรล้อมรอบ เป็นศิลปะสมัยทวารวดีผสมผสานศิลปะอินโดจีน ซึ่งเป็นลักษณะแบบชาวอีสานปากแหว่ วัดหนองแวงเดิมชื่อวัดเหนือ ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2332 พร้อมกับวัดกลางและวัดธาตุ โดยท้าวเพี้ยเมืองแพน เจ้าเมืองคนแรก ณ บ้านบึงบอน (บึงแก่นนคร) พ.ศ. 2354 ท้าวจามบุตรท้าวเพี้ยเมืองแพน เจ้าเมืองคนที่ 2 ได้ย้ายเมืองไปอยู่บ้านดอนพันชาติ เขตเมืองมหาสารคาม (บ้านโนนเมือง ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม) บ้านบึงบอนจึงกลายเป็นเมืองเก่าตั้งแต่นั้นมา ปัจจุบันตั้งอยู่เลขที่ 593 ถนนกลางเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2442 โดยพระยานครศรีบริรักษ์ (อู่) และได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาครั้งสุดท้ายเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2527 เขตวิสุงคามสีมา กว้าง 40 เมตร ยาว 80 เมตร มีเนื้อที่ดิน

ที่ตั้งวัด 26 ไร่ 65 ตารางวา โดยมีหนังสือแสดงกรรมสิทธิ์เป็นโฉนด 713 เลขที่ 28 หน้าสำรวจ 794 เล่มที่ 8 หน้า 13 ลักษณะพื้นที่ตั้งวัดและบริเวณโดยรอบเป็นที่ราบเรียบเป็นลักษณะ 6 เหลี่ยม มีหมู่บ้านล้อมรอบสามด้านและมีบึงแก่นนครอยู่ทางทิศตะวันตกของวัดเคยได้รับรางวัลเป็นวัดพัฒนาตัวอย่างปี พ.ศ. 2524 เป็นวัดพัฒนาดีเด่น ปี พ.ศ. 2526 และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ยกฐานะขึ้นเป็นพระอารามหลวง ปี พ.ศ. 2527

3.3. จังหวัดมหาสารคาม

พุทธมณฑลอีสาน ถิ่นฐานอารยธรรม ผ้าไหมล้ำเลอค่า ตักสิลานครจังหวัดมหาสารคามเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ใจกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีบรรยากาศของเมืองที่สงบเงียบและเรียบง่ายตามแบบฉบับของเมืองอีสานปัจจุบันมีความสำคัญในฐานะเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาแห่งหนึ่งของภูมิภาคเนื่องจากมีสถาบันการศึกษายู่มากมาย จึงได้ชื่อว่าเป็น “ตักสิลาแห่งอีสาน” มหาสารคามมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณี และเนื่องจากยังมีความเจริญไม่มากนักผู้ที่มาเยี่ยมเยือนเมืองนี้จึงได้สัมผัสกับวิถีชีวิตชาวอีสานอันเรียบง่ายและบริสุทธิ์เป็นเสน่ห์ที่นับวันจะหาได้ยากในสังคมเมืองปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : ออนไลน์) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกที่โดดเด่นที่มีความสำคัญได้แก่ พระธาตุนาดูน (จังหวัดมหาสารคาม พระธาตุนาดูน. ม.ป.ป : ออนไลน์)

ประวัติความเป็นมาของพุทธมณฑลอีสานพระธาตุนาดูนในปี พ.ศ. 2522 กรมศิลปากรและราษฎรในตำบลนาดูนได้ขุดพบพระบรมสารีริกธาตุจากเนินดินที่เป็นซากโบราณสถานในบริเวณที่นาของราษฎรท้องที่หมู่ที่ 1 ตำบลนาดูน อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม พระบรมสารีริกธาตุมีลักษณะดังกล่าวกัดแก้วประดิษฐานในผอบ 3 ชั้น ชั้นในเป็นทองคำ ชั้นกลางวงเป็นเงิน ชั้นนอกเป็นสำริดสวดซ้อนกันเรียงตามลำดับและบรรจุอยู่ในสลูปลงอีกชั้นหนึ่งเป็นสลูปโลหะทรงกลมสูง 24.4 เซนติเมตรถอดออกเป็น 2 ส่วน ส่วนยอดสูง 12.3 เซนติเมตร ส่วนองค์สลูปสูง 12.1 เซนติเมตร รูปลักษณะจำลองแบบจากสลูปสำริดที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุนานประยุกต์แบบศิลปทวาราวดี ฐานกว้าง 35.70 x 35.70 เมตร มีความสูงจากฐานถึงยอด 50.50 เมตร ฐานรากและโครงสร้างทั่วไปเป็นคอนกรีตเสริมเหล็กทั้งหมดผนังภายนอกพระธาตุส่วนใหญ่ทำด้วยหินล้างเบอร์ 4 บางแห่งฉาบปูนเรียบสีขาว มีลวดลายลวดบัว เสาบัวต่าง ๆ จำลองแบบพระเครื่องพิมพ์ต่าง ๆ ที่ขุดพบมาประดิษฐานพระธาตุจำนวน 32 รูป และมีมารแบกปั้นเป็นแบบนูนสูงประดับที่ฐานจำนวน 40 ตัว ตัวองค์พระธาตุจะแบ่งออกเป็น 16 ชั้นลักษณะการก่อสร้างแบบคอนกรีตเสริมเหล็กทั้งหมด

3.4 จังหวัดกาฬสินธุ์

จังหวัดกาฬสินธุ์ หนึ่งในจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นเมืองสำคัญทางประวัติศาสตร์มาตั้งแต่สมัยโบราณกาล โดยมีความเจริญทางด้านอารยธรรมอันเก่าแก่ เดิมทีเป็นถิ่นที่อยู่ของชนชาติละว้าต่อมาได้มีการอพยพผู้คนจากดินแดนฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงมาตั้งบ้านเรือนบริเวณแก่งสำโรงและลำน้ำปาวนอกจากนั้นกาฬสินธุ์ยังเป็นแหล่งขุดค้นซากไดโนเสาร์ที่มีชื่อเสียงมีพิพิธภัณฑสถานและศูนย์วิจัยเกี่ยวกับไดโนเสาร์ที่สมบูรณ์แบบและใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมาย รวมทั้งงานหัตถกรรมพื้นบ้านต่าง ๆ ด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : ออนไลน์) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกที่โดดเด่นที่มีความสำคัญได้แก่ ศูนย์ศึกษาวิจัยและพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ภูกุ่มข้าวหรือพิพิธภัณฑสถานสิรินธร (กรมทรัพยากรธรณี. ม.ป.ป. : ออนไลน์)

ศูนย์ศึกษาวิจัยและพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ภูกุ่มข้าว หรือพิพิธภัณฑสถานสิรินธรมีประวัติความเป็นมาดังนี้ ซากดึกดำบรรพ์ไดโนเสาร์ที่ภูกุ่มข้าวพบขึ้นแรกเมื่อปี 2537 โดยพระครูวิจิตรสหัสคุณ เจ้าอาวาสวัดสักกะวัน อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยพบที่อนุกระดูกโผล่จากพื้นดินในบริเวณที่เป็นหลุมขุดค้นปัจจุบันต่อมาคณะสำรวจจากกรมทรัพยากรธรณีจึงได้ทำการสำรวจขุดค้นอย่างเป็นระบบ พบกระดูกไดโนเสาร์ขนาดต่าง ๆ เป็นกระดูกไดโนเสาร์ชนิดกินพืชมากกว่า 7 ตัวจำนวนกระดูกมากกว่า 700 ชิ้น ที่สำคัญคือพบชิ้นส่วนของหัวกระดูก ฟันและกรามและโครงกระดูกที่เรียงรายต่อกันเกือบจะสมบูรณ์ทั้งตัวอยู่ด้วย ซากกระดูกไดโนเสาร์เหล่านี้เป็นหลักฐานสำคัญที่มีคุณค่ายิ่งในด้านการศึกษาวิจัยถึงเรื่องราวประวัติความเป็นมาในอดีตอันยาวนาน และสามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการของโลก ทั้งนี้เพราะไดโนเสาร์ที่พบเป็นสกุลและชนิดใหม่ของโลก ดังนั้นเพื่ออนุรักษ์แหล่งซากไดโนเสาร์ให้คงอยู่เป็นแหล่งอ้างอิงธรณีวิทยา เพื่อศึกษาวิจัยเรื่องของไดโนเสาร์เพื่อให้เกิดพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์แห่งแรกของประเทศไทยรวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวิชาการแหล่งใหม่ จึงได้มีโครงการนี้ขึ้นและได้สร้างอาคารวิจัยซากไดโนเสาร์และสัตว์มีกระดูกสันหลังอื่น ๆ รวมทั้งสวนไดโนเสาร์ เพื่อเป็นแหล่งศึกษาวิจัย แหล่งเผยแพร่ความรู้แหล่งพักผ่อนหย่อนใจและเที่ยวชม

สรุปจากบริบทของพื้นที่การวิจัยที่กล่าวมานั้นแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง นั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยอดนิยมที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและเขื่อนกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์เป็นจำนวนมาก เพราะมีความหลากหลายตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมเดินทางมาท่องเที่ยวยังกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติและวัฒนธรรมนอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการส่งเสริมการตลาดในเส้นทาง

การท่องเที่ยวนี้ได้แก่ “ไหว้พระธาตุ 4 เมืองรุ่งเรืองตลอดชีวิต” เส้นทางสัมผัสวัฒนธรรมอีสาน ผ่านงานศิลป์ “เยือนสิมขมศิลป์ ณ ใจกลางอีสาน” และเส้นทาง “โคโนเสาร์สะออน”

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

กิตติชัย เจริญชัย (2551 : 132) ได้การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวและกลยุทธ์ตลาดบริการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดมหาสารคามการวิจัยครั้งนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธ และ 2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ตลาดบริการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธ วัดพุทธมงคล (วัดพระยืน) และพระธาตุนาดูน จังหวัดมหาสารคาม เครื่องมือที่ใช้จัดเก็บรวบรวม ข้อมูล คือแบบสอบถาม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 800 ตัวอย่าง แบ่งเป็นนักท่องเที่ยววัดพุทธมงคล (วัดพระยืน) 400 ตัวอย่าง และ นักท่องเที่ยวพระธาตุนาดูน 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows โดยใช้สถิติ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ สมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ผลการศึกษาสรุปได้ว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธ วัดพุทธมงคลวัดพระยืน) และพระธาตุนาดูน จังหวัดมหาสารคามอยู่ในระดับมาก

ธนกิจ ชารู (2551 : 130-134) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มี ต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติวิทยาของพิพิธภัณฑสถานธรรมชาติวิทยา อําเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 51 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 30.5 ร้อยละ 70.3 จบการศึกษา สูงกว่าระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 38.3 มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 86.3 มีภูมิลำเนา อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 77.8 ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าจากบุคคล อื่น ร้อยละ 72.3 เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 56.2 มาท่องเที่ยวครั้งแรก ร้อยละ 72 มีวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว หรือพักผ่อนร้อยละ 52.8 เดินทางมาพร้อมครอบครัว ร้อยละ 38.3 สมาชิกในการมาท่องเที่ยว 3-5 คน ร้อยละ 84.5 เดินทางมาท่องเที่ยวแบบไป-กลับ ร้อยละ 51 ไม่เดินทางไปเที่ยวสถานที่อื่นร้อยละ 93 คิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้ อีก สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เฉลี่ย 1,090 ต่อคน ร้อยละ 82.3 ใช้จ่ายเป็นค่าอาหารและ เครื่องดื่ม ร้อยละ 74.5 มีความคิดเห็นว่าควรเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมพิพิธภัณฑสถาน

โดยอัตราค่าธรรมเนียม สำหรับเด็กควรเก็บ เฉลี่ย 14.80 ต่อคน ผู้ใหญ่ควรเก็บ เฉลี่ย 32.40 ต่อคน และชาวต่างประเทศควรเก็บเฉลี่ย 90.40 ต่อคน ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑสถาน 5 ด้าน ประกอบด้วย 1. ด้านสิ่งดูความสนใจ 2. ด้านการคมนาคม 3. ด้านบุคลากร 4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 5. ด้านความปลอดภัย พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นดีทุกด้าน การทดสอบสมมุติฐาน ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่มีต่อความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑสถาน พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติบางประการ จึงปฏิเสธสมมุติฐานการศึกษา

เบญจมาศ ลาดจิตร (2552 : 214-215) ได้ทำการค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาว ไปแลนค์เลือกประเทศไทยปลายทางของการท่องเที่ยวพบว่า 1. พฤติกรรม นักท่องเที่ยวชาว ไปแลนค์ที่เลือกมาเที่ยวที่ประเทศไทยโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลัก ๆ คือ อันดับหนึ่งคือ พักผ่อน อันดับสองคือ เยี่ยมญาติ การศึกษาเป็นอันดับสาม และพักผ่อนเป็นอันดับสุดท้ายซึ่งได้สอดคล้องกับ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 : 132) ซึ่งได้กล่าวว่่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเพื่อต้องการพักผ่อนเป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุดและเห็นว่าประเทศไทยมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในประเทศในลำดับมากคืองบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อม ระยะเวลา สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสอดแทรกที่สำคัญที่มีอิทธิพลในลำดับมากต่อการเยี่ยมชม การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวให้หันมาเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการขอความร่วมมือปลูกจิตสำนึกให้ไทยเที่ยวไทยจากภาครัฐและภาคเอกชน ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม กิจกรรม เทศกาลและการบริการพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อหาด เกาะปะการังมากที่สุด ด้านวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ คือวัดในพระพุทธศาสนา และพระบรมมหาราชวัง ด้านเทศกาลนักท่องเที่ยวได้ให้สนใจเกี่ยวกับประเพณีสงกรานต์ซึ่งด้วยเหตุผลต่างที่กล่าวมาข้างต้นประเทศไทยจึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาว ไปแลนค์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

ธนวัฒน์ แสนคำวงษ์ (2553 : 1) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนารอบบึงแก่นนคร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน

บริษัทมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อการทำบุญ ศักยภาพความดึงดูดความสนใจของวัดรอบ บึงแก่นนครร้อยละ 25 มีศักยภาพในระดับปานกลางโดยวัดหนองแวง (พระอารามหลวง) และวัด กลางอยู่ในระดับมากกว่าส่วนวัดโพธิ์บ้าน โนนทันอยู่ในระดับปานกลางความพร้อมของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงศาสนารอบบึงแก่นนคร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมอยู่ในระดับมาก และร้อยละ 25 มีความพร้อมอยู่ในระดับปานกลางโดยวัดหนองแวง (พระอารามหลวง) วัดธาตุ (พระอารามหลวง) และวัดกลางอยู่ในระดับมากกว่าส่วนวัดโพธิ์บ้าน โนนทันอยู่ในระดับปานกลาง

พิชาวีร์ ศักดิ์ทวีพิชากุล (2554 : 5-6) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติพฤติกรรมการ ตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 1. จากผลวิจัยด้าน ประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพสมรสเป็นโสด สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน บริษัทเอกชน มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท 2. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อทัศนคติในด้านต่าง ๆ มากที่สุดดังนี้ (1) ด้านการท่องเที่ยวใน ประเทศไทย (2) ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย (3) ด้านความปลอดภัยในการ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีวัตถุประสงค์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพื่อความ เพลิดเพลินมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อสัมผัส และใกล้ชิดธรรมชาติ เช่น เที่ยวป่า ทะเล ระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากที่สุดคือ 3-4 ครั้ง รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในประเทศแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2-3 วัน รองลงมาคือ 4-5 วัน ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างชอบเดินทางท่องเที่ยวประเทศมากที่สุด คือ วันหยุดหลายวันติดต่อกัน รองลงมาคือ วันเสาร์-อาทิตย์ สำหรับลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ภายใน- ประเทศคือ ไปกับเพื่อน รองลงมาคือ ไปกับครอบครัว โดยผู้มีอำนาจในการตัดสินใจใน การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ คือ ตัวเอง รองลงมาคือ เพื่อน ส่วนฤดูกาลที่ชอบเดินทาง ท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ ฤดูหนาว รองลงมาคือ ฤดูร้อน ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ภายในประเทศที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบคือ แหล่งธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เกาะแก่ง รองลงมาคือ แหล่งศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง รองลงมาคือ รถโดยสาร ส่วนสถานที่พักที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการพักรแรม คือ รีสอร์ท/บังกะโล รองลงมาคือ โรงแรมใน

การเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางจำนวน 3,000-5,000 บาท รองลงมาคือ 5,001-7,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ บอกเล่าปากต่อปาก 4. ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย (1) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (2) ด้านข้อมูลข่าวสารและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (3) ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว (4) ด้านค่าใช้จ่าย ตามลำดับ 5. สำหรับการทดสอบสมมติฐาน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า (1) ประชาชน ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศอาชีพ ระยะเวลาการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน (2) ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน (3) ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มี เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ อายุการทำงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน (4) ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อมูลข่าวสารและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย มีผลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ลลิตา สุขมาก (2554 : 1) ได้การศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยองเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในบริเวณ เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 55.00 อายุระหว่าง 20-25 ปี ร้อยละ 32.75 สถานภาพโสด ร้อยละ 75.25 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 65.50 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 35.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 58.25 และภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก ร้อยละ 47.75 ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมาก่อน ร้อยละ 62.50 ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แต่ละครั้ง 1 - 3 วัน ร้อยละ 94.50 เดินทางมาที่ทำเรือบ้านเพ โดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 54.50 เดินทางมาที่เกาะเสม็ดโดยเรือโดยสาร ร้อยละ 65.25 เลือกพักบังกะโล / รีสอร์ท ร้อยละ 58.75 กิจกรรมที่ทำบนเกาะเสม็ด ได้แก่ กิจกรรมทางน้ำ เช่น เล่นน้ำ ดำน้ำ ร้อยละ 55.25 เหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด พักผ่อนร้อยละ 62.25 ร้อยละ 32.75 ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดต่อวัน 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 42.25 แหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ เพื่อน ญาติ

ร้อยละ 42.00 และจะกลับมาเที่ยวเกาะเสม็ดอีก ร้อยละ 93.75 แรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้านอันดับที่หนึ่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมา ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

วิศิธา วงศ์กัญญา (2555 : 118) ได้ทำการค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงงูใจการท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์ ส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.20 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.50 ส่วนใหญ่สมรสจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 20,000-30,000 จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 มีถิ่นที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.20 นักท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวโดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้านอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน สามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ด้านการขายโดยบุคคล ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม ตามลำดับ นักท่องเที่ยวกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงงูใจทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้านอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏว่าอยู่ในระดับมากทุกด้านซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ แรงงูใจด้านกายภาพ แรงงูใจด้านวัฒนธรรม แรงงูใจระหว่างบุคคล ตามลำดับ

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับแรงงูใจการทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.344$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการด้านการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตกับแรงงูใจด้านวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง รองลงมา ได้แก่ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์กับแรงงูใจด้านกายภาพ และคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุดสามลำดับ ได้แก่ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการด้านการตลาดเชิงกิจกรรมกับแรงงูใจระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามต่ำ รองลงมา ได้แก่

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการด้านการขาย โดยบุคคลกับแรงจูงใจระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามต่ำ และลำดับที่สาม ได้แก่ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการด้านการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์กับแรงจูงใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม

2. งานวิจัยต่างประเทศ

เอ เอช ฮุสเซน (Athroot, A. H. Hussein. 2012 : 130-137) ได้ทำการศึกษา เรื่องการประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการตลาดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ทางการท่องเที่ยวโดยใช้พื้นที่ เครือข่ายเชื่อมโยงออนไลน์วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ การชี้ให้เห็นความต้องการของมนุษย์โดยมีปัจจัยที่ได้รับอิทธิพลจากสังคมการตลาดซึ่งใช้กิจกรรมส่งเสริมการขายจากแนวคิดและคุณค่าด้านบวกของมนุษย์ นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสภาพชีวิตของแต่ละบุคคล โดยใช้วิธีการส่งเสริมการขายในด้านบวก รวมทั้งการดูแลรักษาชีวิตของคนในสังคมให้มีความปลอดภัยทางด้านกายภาพ และยังหมายรวมถึงกรอบแนวคิดเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมมากที่สุด เช่น ด้านการนำไปใช้ได้ง่าย การผจญภัย พื้นที่ว่าง การเดินทาง ความมีมนุษยสัมพันธ์ ศาสนา สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การศึกษา ความสงบ ชุมชน ความยากจน สังคม ชุมชนเมืองใหญ่ การเดินทางอาสาสมัคร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พัฒนาการด้านความจำเป็นของมนุษย์ ยังมีหลักฐานด้านสังคมวิทยา จิตวิทยาและการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการของมนุษย์สำหรับผู้สูงวัย ผู้เกษียณจากงานตลอดจนผู้พิการที่เป็นแกนสำคัญของสังคมการตลาด ข้อมูลอ้างอิงจากองค์การอนามัยโลก (WHO) ปี ค.ศ. 2011 ซึ่งให้เห็นว่ามีคนพิการอยู่ทั่วโลกถึง 1 พันล้านคน เมื่อ ปี ค.ศ. 2009 องค์การแรงงานระหว่างชาติ (ILO) และธนาคารโลก (World Bank) ในปี ค.ศ. 2011 รายงานว่าจำนวนคนที่ไร้ความสามารถไม่สามารถประกอบอาชีพได้มีมากกว่า 400 ล้านคน จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความต้องการที่เป็นอันดับหนึ่งคือความต้องการด้านการท่องเที่ยวของมนุษย์ (Athroot. 2012) สถิติแสดงให้เห็นถึงอัตราส่วนในระดับสูงของชุมชนมีความต้องการการสนับสนุนด้านการชี้แนะ การศึกษา มีความสนใจเป็นพิเศษเกี่ยวกับการผลิตอย่างหลากหลาย และสิ่งที่เป็นคุณประโยชน์ในสังคม งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะว่าการที่จะให้มนุษย์มีความต้องการด้านการท่องเที่ยวควรจะมาจากการสร้างความคุ้นเคยกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อสังคมการตลาด นอกจากนี้ยังควรมีการประยุกต์ใช้กระบวนการทางสังคมการตลาดโดยใช้พื้นที่เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือเพื่อให้สามารถบรรลุถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

โจเซฟ ลา โลปา, โจนาธานเคย์ (La Lopa, JosephDay, Jonathan. 2011 : 130-139) ได้ทำการศึกษานำร่องเพื่อประเมินความพร้อมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแคว้นเวลส์ ประเทศอังกฤษเพื่อเปลี่ยนแปลงไปสู่แนวปฏิบัติด้านธุรกิจการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นการนำเอาแนวทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมาปฏิบัติจำเป็นต้องมีองค์กรด้านการท่องเที่ยวมาเป็น ผู้เปลี่ยนแปลงแนวปฏิบัติที่มีอยู่ ทั้ง ๆ ที่มีการคาดการณ์ถึงประโยชน์จากแนวปฏิบัติแบบใหม่ แต่การนำเปลี่ยนแปลงมาใช้งานจริงในองค์กรต่าง ๆ เป็นเรื่องที่ ทำท่ายิ่งนัก (Caldwell. 2003; Dent and Goldberg, 1999 ; Kotter and Schelsinger. 2008) ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งในการนำ โปรแกรมการเปลี่ยนแปลงนี้มาปฏิบัติให้สัมฤทธิ์ผลได้แก่ “การเตรียมพร้อมในการเปลี่ยนแปลง” ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดังกล่าว (Diclemente and Prochaska. 1998 ; Tabor& Lopez. 2004 ; Zimmerman, Olsen, & Bosworth. 2000) เนื่องจากคุณค่าของหลักการ เรื่องความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญ องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว (DMOs) จึงได้รับมอบหมายให้นำแนวทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมาใช้ให้เป็นผลสำเร็จตามเป้าหมาย การขาดอำนาจอย่างเป็นทางการในการมอบหมายข้อบังคับในการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง DMOs ต้องพึ่งพาการตลาดและการศึกษาจากภายในเพื่อกระตุ้นให้เกิดการนำการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เข้ามาสู่องค์กรในพื้นที่เป้าหมาย งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการเตรียมความพร้อมในการจัดการ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแคว้นเวลส์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและยอมรับการดำเนินการท่องเที่ยว แบบยั่งยืน มีการตอบรับต่อการศึกษานี้จากผู้จัดการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแคว้นเวลส์ กว่า 129 แห่งโดยมีการใช้ระบบการวัดความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงซึ่งมีพื้นฐานมาจากการ เปลี่ยนแปลง 5 ขั้นตอนที่แสดงความพร้อมด้านการจัดการในอุตสาหกรรมเพื่อนำรูปแบบการ ดำเนินการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมาใช้ การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์กลุ่มข้อมูลด้วยเทคนิค (Cluster analysis) ที่เป็นสิ่งแสดงให้เห็นสมาชิกของระบบจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่สามารถ แยกเป็นกลุ่ม ๆ ด้วย “การเตรียมพร้อมในการเปลี่ยนแปลง” ที่ทำให้เกณฑ์การสื่อสารทางการ ตลาดกลุ่มเป้าหมายไปสู่สมาชิกจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้งานวิจัยยังนำเสนอการประยุกต์ ใช้การดำเนินการสำหรับองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อนำการเปลี่ยนแปลงด้วยรูปแบบ จำลอง “ ความพร้อมสู่การเปลี่ยนแปลง” มาใช้ให้สัมฤทธิ์ผล

ลิน่า ไพลินเ่, ออเดรียสซิมคูส (PilelieneLina. SimkusAudrius. 2012 : 101-114) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการประเมินคุณภาพการให้บริการของผู้ดำเนินกิจการท่องเที่ยว เป็นการวิเคราะห์รูปแบบเชิงทฤษฎีของการประเมินคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างจากเดิม

โดยเน้นคุณลักษณะเฉพาะของคุณภาพการให้บริการตามกรอบแนวคิดของตลาดการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์การพัฒนาการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้มีคุณภาพสูงสุด และทันสมัย เป็นสิ่งที่สำคัญในตลาดการแข่งขันร่วมสมัย คำถามซึ่งได้มีการวิเคราะห์หาคำตอบในบทความนี้คือการวัดและประเมินผลคุณภาพการให้บริการด้านการท่องเที่ยวทำได้อย่างไร ผู้เขียนได้หาคำตอบอย่างละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการประเมินคุณภาพการให้บริการของผู้ดำเนินกิจการท่องเที่ยวโดยยึดรูปแบบเชิงทฤษฎีคุณภาพการให้บริการเป็นฐาน

ปีเตอร์ส แวน เคมมิว, เอลมาเรียสเลบเบิร์ต, เมลวิลล์ เซแมน (Van der MerwePetrus, SlabbertElmarie, Saayman Melville. 2011 : 457-467) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางทะเลที่เลือกสรรไว้พบว่าแอฟริกาใต้เป็นที่รู้จักกันดีเรื่องสภาพอากาศที่น่าโปรดปราน สัตว์ป่า และชายหาดที่เต็มไปด้วยทรายสีทองสวย นอกจากนั้น การมีฤดูร้อนที่ยาวนานยิ่งทำให้แนวชายฝั่งที่นี่ (ยาวกว่า 3500 กิโลเมตร) มีเสน่ห์ต่อนักท่องเที่ยวทั่วโลกมากขึ้นไปอีก และได้เปลี่ยนชายฝั่งแอฟริกาใต้ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญ แนวชายฝั่งที่มีขนาดยาวทอดตัวไปยังจุดหมายปลายทางทะเลมากมายเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวนับพันพันคน ปลายทางเหล่านี้มีกิจกรรมที่หลากหลายมอบให้แก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น การดำน้ำลึกแบบสคูบา การดำน้ำตื้นแบบใช้ท่อหายใจ การว่ายน้ำ กีฬาไต่คลื่นระดับโลก และการดูปลาวาฬ เมื่อจะพยายามใช้ประโยชน์จากสิ่งล้ำค่าเหล่านี้ นักการตลาดได้กล่าวอย่างชัดเจนว่าเราจำเป็นต้องทำความเข้าใจตลาดที่ใช้สถานที่และกิจกรรมนี้และเข้าใจถึงเหตุผลที่ผู้คนเดินทางมาที่นี่ ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อบ่งชี้สิ่งกระตุ้นในการเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มายังจุดหมายปลายทางทะเลแห่งนี้ ได้มีการสำรวจ 5 ครั้งที่รีสอร์ทตามแนวทะเลผ่านการใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างแบบสอบถามถูกนำไปให้ที่ Hartenbos จำนวน 202 ชุด ที่อ่าวเจฟเฟิร์ชจำนวน 210 ชุด ที่ Margate จำนวน 333 ชุด ที่ Amanzimtoti จำนวน 237 ชุด และที่ Plettenberg จำนวน 153 ชุดเพื่อกรอกข้อมูล การวิเคราะห์ทางสถิติใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ปัจจัยจากการสำรวจทั้ง 5 สถานที่ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นความคล้ายคลึงกันในเรื่องการหลีกเลี่ยงและความผ่อนคลายว่าเป็นสิ่งกระตุ้นในการเดินทางมาท่องเที่ยวและมีแง่มุมที่มีความชัดเจนมากมายที่ควรนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ ทางการตลาดเชิงการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดผู้มาท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางที่เป็นทะเลแห่งนี้ให้มีจำนวนมากขึ้น ดังนั้นผลจากการศึกษาจึงช่วยให้นักการตลาดและนักพัฒนาผลผลิตจากแหล่งที่เกี่ยวทางทะเล โดยเฉพาะผลผลิตเชิงการท่องเที่ยวทางทะเลมีความคล้ายคลึงกันมาก

แบชเชอร์ อารีฟ โมฮัมหมัด โมฮัมหมัด อัลฮาจ,อาหมัด พาด มัทซอม (Mohammad Bashar Aref; Ahmad Puad Mat Som. 2010 : 41-50) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ผลึกตัน และดึงแรงจูงใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศไปยังจอร์แดนพบว่าความสำคัญของตลาด ออกไปยังประเทศปลายทางได้ให้ความสนใจในการทำความเข้าใจของนักท่องเที่ยว นักวิชาการ แรงจูงใจที่จะเดินทางไปต่างประเทศ ความสำเร็จของการตลาดปลายทางควรจะแนะนำ โดยการ วิเคราะห์อย่างละเอียดของแรงจูงใจการท่องเที่ยวและด้วยเหตุนี้การศึกษานี้ทำผิดกฎหมายรูปแบบ ตามการผลึกตันและดึงปัจจัยเป็นกรอบแนวคิด เป็นข้อมูลเล็ก ๆ น้อย ๆ ได้รับการรับรองเกี่ยวกับ แรงจูงใจการเดินทางไปยังจอร์แดน, การศึกษานี้พยายามที่จะหาปัจจัยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ไปยังประเทศเป็นตลาดที่แตกต่างกันแสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยว โดเมนที่ต่างกัน ของพฤติกรรม นี้อาจมีผลกระทบทางการตลาดที่สำคัญไปยังประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของ การตรวจสอบของแรงจูงใจในตลาดแบ่งกลุ่มการออกแบบ โปรแกรมการส่งเสริมการขายและ การตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว

สรุปได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมานั้นส่วนใหญ่นั้น ได้ทำการศึกษาด้านการ ท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ ความพร้อมของการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวที่มีผลต่อปัจจัยในด้านต่าง ๆ ต่อการท่องเที่ยวรวมไปถึงแรงจูงใจ ทางการท่องเที่ยว ทักษะคติ การตัดสินใจเป็นต้นที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของไทยเป็นอย่างยิ่งและ การขับเคลื่อนและพัฒนากการท่องเที่ยวต่อไปอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นประ โยชน์อย่างยิ่งให้แก่ผู้วิจัยใน การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยวในกลุ่ม ร้อยแก่นสารสินธุ์ในครั้งนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

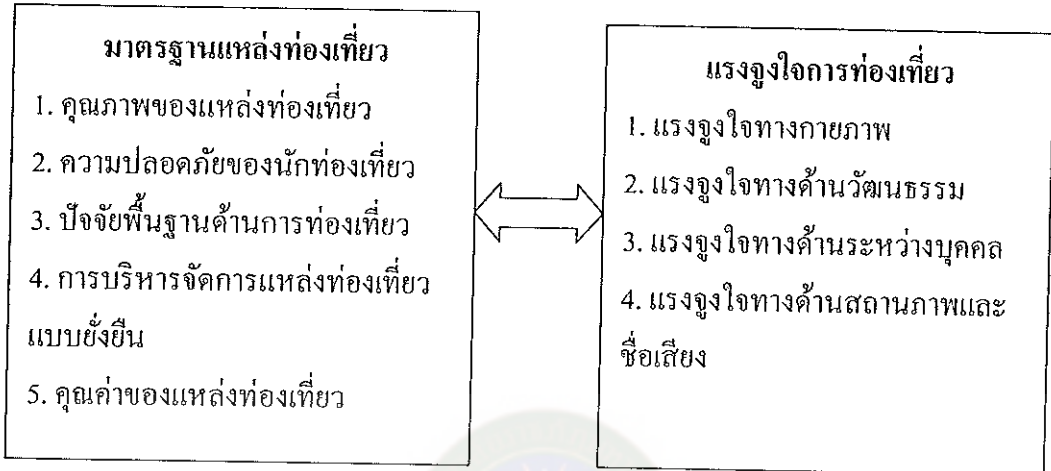
ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวกับแรงจูงใจการ ท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว โดยการประยุกต์จาก กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา (2553 : 2-10)

2. แรงจูงใจการท่องเที่ยว โดยการ อ้างอิงมาจาก ธนกฤต สังข์เฉย (2550 : 127-130) เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของกรอบแนวคิดในการวิจัยอย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบ แนวคิดในการวิจัยดังแผนภาพที่ 3

ตัวแปรกลุ่มที่ 1

ตัวแปรกลุ่มที่ 2



แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย