

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริการนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาชายหาดชะอำ จังหวัด
เพชรบุรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิตสาขาวิชา
การจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
ปีการศึกษา 2552

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณา
แล้ว อนุมัติให้สารนิพนธ์ของนายณัฐชาต ศรีอยศิริ และ นายประภัศร ทองยงค์ เรื่อง “ความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริกการนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ” มี
คุณภาพเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

..... (อาจารย์ที่ปรึกษา)
(อาจารย์ ดร.สวรธา ช่อเลื่อม)

..... (หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการชุมชน)
(อาจารย์ ดร.ธีรพงษ์ บัวหล้า)

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนที่มีต่อสิ่งบริการนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรีสำเร็จลงไปได้ด้วยดี จากความกรุณาและความช่วยเหลือจาก อาจารย์ ดร.สวรรยา ชื้อเลื่อม อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำแนวทางในการศึกษา และแนวทางในการแก้ปัญหาจากการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม อันเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผล การศึกษา รวมทั้งการแก้ไขงานให้เสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ต้องขอขอบพระคุณ อาจารย์ฐิติมา เวชพงศ์ และอาจารย์เกศราพร พรหมนิมิตกุล กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาในการปรับปรุงแก้ไขสารนิพนธ์เรื่องนี้ให้สำเร็จลงไปได้ด้วยความเรียบร้อย

ท้ายสุดขอกราบขอบคุณครอบครัวสร้อยศิริและครอบครัวทองยินดี ที่ให้คำปรึกษาและเป็นที่กำลังใจตลอดระยะเวลาของการศึกษา



ณัฐชาติ สร้อยศิริ
ประภัศร ทองยินดี
กุมภาพันธ์ 2553

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

บทคัดย่อ	ก
กิจกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
บทที่	
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ขอบเขตการศึกษา	3
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	5
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	20
ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว	24
สถานการณ์การท่องเที่ยว	42
แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ	44
พื้นที่ศึกษา	47
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	48
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	52
การสุ่มตัวอย่าง	53
การเก็บรวบรวมข้อมูล	53
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	53
การวิเคราะห์ข้อมูล	54
ระยะเวลาในการศึกษา	54
4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	55
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก	56
ส่วนที่ 3 ความต้องการและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว	60

5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา 61

อภิปรายผลการศึกษา 62

ข้อเสนอแนะในการศึกษา 64

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

65

ภาคผนวก ข 66

ประวัติผู้วิจัย



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงเวลาทศวรรษที่ผ่านมาการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก การเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างรวดเร็วในช่วงเวลา 3 ทศวรรษที่ผ่านมาและยังจะเจริญเติบโตต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง จนกลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ทำรายได้อย่างมหาศาล แม้ว่าจะมีบางสถานการณ์ที่การท่องเที่ยวชะลอตัวถดถอยลงไปบ้าง แต่แนวโน้มการท่องเที่ยวก็ยังคงเจริญเติบโตไปเรื่อย ๆ ในที่ประชุม Global Assessment of Tourism Policy และ Economist Intelligence Unit พยากรณ์ไว้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการท่องเที่ยวได้ขยายจากกิจกรรมของผู้มีรายได้สูงไปเป็นกิจกรรมของมวลชนทุกชั้น ทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับเศรษฐกิจ อันเป็นการสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศอย่างมากมายมหาศาล จากความรู้สึกที่มองเรื่องการท่องเที่ยวเป็นเรื่องไร้สาระ รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ เริ่มสนใจกับการท่องเที่ยว และหันมาพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศของตนให้กลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้มหาศาลสู่ประเทศ สามารถนำไปใช้พัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเมืองของประเทศให้เจริญก้าวหน้า (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 23)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจันทนาการ ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารและธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจด้านการก่อสร้าง ร้านบริการ ชักกรีด ร้านเสริมสวย ธุรกิจโฆษณา เป็นต้น (นิศา ชัชกุล 2550: 1) จะเห็นได้ว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นเมื่อมีธุรกิจต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องเพิ่มปริมาณมากขึ้นจนเป็นอุตสาหกรรมที่มีค่าทางเศรษฐกิจ ดังนั้น ทั้งเอกชนและรัฐบาลนั้นถือว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ มีคุณค่าเชิงการศึกษา เชิงสังคม เชิงวัฒนธรรม (นิศา ชัชกุล 2550 : 11) จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นต้องคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลักและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นถ้าเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อาจจะส่งผลต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของตนเองได้ เช่น รายได้ลดลง เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2540 : 10-13) รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เพิ่มจาก 50,024 ล้านบาทในปี 2530 เป็น 213,150 ล้านบาทในปี 2539 นอกจากนั้นองค์การการท่องเที่ยวโลกยังได้ระบุว่าเมื่อปี 2538 ประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 9 ของโลก จัดเป็นอันดับ

ที่ 4 ในย่านเอเชียแปซิฟิก และมีอัตราการขยายตัวระหว่างปี 2536-2538 สูงถึงร้อยละ 9.85 หรือเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ

จังหวัดเพชรบูรณ์นับเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณสถาน เช่น ศาสนสถาน เมืองโบราณ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น สินค้าพื้นเมือง ไร่สวน วิถีชีวิต การละเล่นพื้นบ้าน และทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชายหาด โดยเฉพาะชายหาดชะอำ เป็นชายหาดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ความพร้อมของธุรกิจบริการการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจนันทนาการ ธุรกิจคมนาคม นับว่ามีความสำคัญต่อศักยภาพและการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริิการนักท่องเที่ยวชายหาดชะอำ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริิการนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดชะอำ
2. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเชิงเนื้อหา

ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริิการนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดชะอำ และศึกษาปัญหาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ขอบเขตเชิงประชากรและเชิงพื้นที่

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบูรณ์

ขอบเขตเชิงเวลา

ดำเนินการศึกษา ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2553 รวมระยะเวลา 4 เดือน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวปัญหาและข้อเสนอแนะ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาท่องเที่ยวชายหาดชะอำต่อการจัดสิ่งบริการนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดชะอำ อันจะนำไปสู่การ วางแผนพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสิ่งบริการนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของ นักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

สิ่งบริการ นักท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็น การประกอบกิจกรรม ด้วยการนำปัจจัย ในการผลิต ด้านต่าง ๆ มาผลิตบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ด้านการท่องเที่ยวเพื่อ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายและความพึง พอใจ ได้แก่ 1) สิ่งบริการด้านที่พัก 2)ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม 3)ด้านร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก 4) ด้านการคมนาคม 5)ด้านการนันทนาการ

1.ที่พัก หมายถึง สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนชั่วคราวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวได้ อย่างสะดวกและปลอดภัย

2.ร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหาร เป็นต้น

3.ร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก หมายถึง การให้บริการการจำหน่ายสินค้าประเภทที่ระลึกแก่ นักท่องเที่ยวเพื่อนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนเอง

4.การคมนาคมขนส่ง หมายถึง การประกอบธุรกิจการขนส่งแก่นักท่องเที่ยวให้สามารถ เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

5.นันทนาการ หมายถึง การประกอบธุรกิจการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น บานาน่าโบ๊ท เรือยาง เป็นต้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง“ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริกการนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาดังหัวข้อต่อไปนี้

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว

ความหมายของธุรกิจบริการการท่องเที่ยว

ประเภทของธุรกิจบริการการท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

สถานการณ์การท่องเที่ยวของชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ทฤษฎีความพึงพอใจของเฮอส์เบอร์ก

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

พื้นที่ศึกษา

ชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี(2547:44-45) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (The Meaning of Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้

วินัย ไชยทอง(2547:55) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (The Meaning of Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วย

1. ระยะทางคือการเดินทางที่เกิดขึ้นจากถิ่นที่อยู่อาศัยของตนไปยังสถานที่อื่นภายในประเทศหรือต่างประเทศ
2. วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพเพื่อหารายได้
3. ระยะเวลาของการพำนัก ต้องพำนักในสถานที่ที่เดินทางไปไม่เกินระยะเวลา 60 วัน

นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยของตนไปยังถิ่นอื่นภายในประเทศของตนเกิน 24 ชั่วโมงและไม่เกิน 60 วันเรียกว่า นักท่องเที่ยวภายในประเทศ และพำนักในถิ่นที่เดินทางไปต่ำกว่า 24 ชั่วโมง เรียกว่า นักทัศนาจร หรือเดินทางไปต่างประเทศ และพำนักอยู่ในต่างประเทศไม่ต่ำกว่า 1 คืน เรียกว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และพำนักน้อยกว่า 1 คืน เรียกว่านักทัศนาจรระหว่างประเทศ

นิสา ชัชกุล (2550:2) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (The Meaning of Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548:12) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (The Meaning of Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยวแต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวที่เป็นการสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เชื่อมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ ประชุมสัมมนา เป็นต้น

สมาคมระหว่างประเทศแบ่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว(International Association of Scientific Experts in Tourism) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (The Meaning of Tourism) หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวร ไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน มีลักษณะสำคัญอยู่ 5 ประการ

- 1.การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่อยู่ถาวรไปยังสถานที่ต่าง ๆ
- 2.การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญอยู่ 2 ส่วน คือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและพักค้างคืน
- 3.การเดินทางและการพักค้างคือนั้นจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำในการทำกิจกรรมต่าง ๆ จะต้องแตกต่างไปกับบุคคลที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น
- 4.การเดินทางไปจุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้นและมีการวางแผนเดินทางกลับภายใน 180 วัน
- 5.จุดหมายปลายทางที่เดินทางไปจะต้องไปเพื่อการท่องเที่ยวเยี่ยมชมเท่านั้น

ชนกฤต สังข์เฉย(2550:38) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (The Meaning of Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยว (tourism) เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กับการเดินทาง (travel) ถ้าไม่มีการเดินทางกิจกรรมการท่องเที่ยวก็ไม่สามารถเกิดขึ้น นักวิชาการส่วนใหญ่ได้ให้คำนิยามของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้จำนวนมาก เช่น Holloway (1995) กล่าวว่าไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยไป ยังสถานที่อื่น ในระยะเวลาสั้น ๆ และทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเชื่อมญาติมิตร หรือพักผ่อนท่องเที่ยว Lawson and Baud Bovy (1998) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเป็นนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ(2544:85) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (The Meaning of Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่าง

นักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

องค์การสหประชาชาติได้จัดการประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ.2506 และได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

1. การเดินทาง(Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่ใดที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง จุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่ หรือภูมิลำเนาเดิม โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือน และใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่งเป็นที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอ สำหรับสนองความต้องการและความพึงพอใจนักท่องเที่ยว

3. ความมุ่งหมาย(Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ โดยมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่าง

สรุปความหมายของการท่องเที่ยว(Tourism)ได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว โดยเดินทางไปด้วยความสมัครใจมิใช่เกิดจากการถูกบังคับ เช่น เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานรื่นเริง มิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ ทรัพยากรท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ธุรกิจบริการท่องเที่ยว และตลาดท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ทรัพยากรท่องเที่ยว

ชนกฤต สังข์เฉย (2550:80)กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนสินค้าหรืออุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอุปสงค์ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีคุณค่าและความ

สวยงาม ย่อมเป็นปัจจัยในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับภูมิภาคและระดับโลก อาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยสิ่งเหล่านี้จะต้องมีความงดงามแปลกตา มีความงดงาม มีความสำคัญหรือมีคุณค่าที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือน หรือศึกษาหาความรู้ได้ นอกจากนี้ วัฒนธรรมประเพณี อาชีพรวมทั้งวิถีการดำเนินชีวิตที่งดงาม ที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นอันทรงคุณค่า และมีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ ก็จัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเช่นกัน ภาษา การละเล่น และการแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resources) เป็นองค์ประกอบแรกของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจึงต้องสามารถจูงใจหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมออาจโดยการปรับปรุงทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากขึ้นหรือพยายามที่จะพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นมา มิฉะนั้นนักท่องเที่ยวอาจหันเหไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักต้องการทรัพยากรท่องเที่ยวที่สวยงามมีคุณค่าและมีความเป็นธรรมชาติซึ่งนักท่องเที่ยวเองก็ควรจะต้องเรียนรู้และให้ความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและทรัพยากรท่องเที่ยวหมายถึง “สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอันเป็นพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวโดยมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทุกประเภทเข้ามาเยี่ยมชมเยือน ”หรือจะกล่าวอย่างง่าย ๆ ว่าทรัพยากรท่องเที่ยวหมายถึง “สรรพสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวเราทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยมีความงดงามและทรงคุณค่าจนเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเปรียบเสมือนสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จะขายให้แก่ นักท่องเที่ยว ”หรือกล่าวอีกความหนึ่งว่าทรัพยากรท่องเที่ยวหมายถึง “สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งที่อยู่ในลักษณะที่เป็นรูปธรรมสัมผัสได้และอยู่ในลักษณะที่เป็นนามธรรมไม่สามารถสัมผัสได้ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบทางเชิงภูมิศาสตร์ ทั้งในด้านทำเลที่ตั้ง ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิอากาศ ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีอารยธรรมสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา และวิถีการดำเนินชีวิต ล้วนเป็นสมบัติอันล้ำค่าสามารถนำมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวและสร้างชื่อเสียงให้ประเทศชาติ(ธนกฤต สังข์เฉย 2550:80)

ลักษณะของทรัพยากรท่องเที่ยว

ธนกฤต สังข์เลข (2550:81) ได้กล่าวถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว โดยทั่วไป ควรมีลักษณะดังนี้

1. ความดึงดูดใจ (Attraction)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรมีความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว ความน่าสนใจหรือสิ่งดึงดูดใจในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกัน ตามลักษณะของฐานทรัพยากร เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล แนวปะการังที่มีความสวยงาม ความอุดมสมบูรณ์ของพรรณไม้นานาชนิด หินงอกหินย้อยภายในถ้ำ น้ำตกหินปูนที่มีน้ำไหลลดหลั่นเป็นเชิงชั้นหรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัดวาอาราม พระพุทธรูปที่มีความโดดเด่น ของงานสถาปัตยกรรม พระราชวังโบราณ เป็นต้น หรือลักษณะของเหตุการณ์สำคัญ เช่น เทศกาลประจำปีของท้องถิ่นต่าง ๆ

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)

หากแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงก็จะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกก็จะมีส่วนช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว มากขึ้น หน่วยงานของรัฐบาลหรือหน่วยงานท้องถิ่นในพื้นที่ที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ ท่าเรือ เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3. ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว (Infrastructure)

สถานที่ท่องเที่ยวนอกจากจะมีองค์ประกอบในด้านความดึงดูดใจของทรัพยากรการท่องเที่ยวแล้ว ยังต้องมีความพร้อมในปัจจัยของสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ รวมถึงความพร้อมของการบริการการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร บริการนำเที่ยว การขนส่ง ป้ายชี้ทาง การบริการข้อมูลข่าวสารและสินค้าที่ระลึกรวมทั้ง สิ่งจะต้องให้ความสำคัญอีกประการหนึ่งคือระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนพื้นที่ โดยปกติแล้วสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ หน่วยงานภาครัฐจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาในลักษณะของการบริการประชาชนในรูปโครงสร้างพื้นฐาน

4. กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Legislation)

กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กำหนดขึ้นเพื่อควบคุมดูแลให้เกิดความเรียบร้อยและปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยหน่วยงานของรัฐที่กำกับดูแลแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ ๆ ต้องนำไปปฏิบัติและควบคุมอย่างจริงจังไม่ละเลย นอกจากจะเป็นการช่วยให้การจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพแล้วยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อีกทางหนึ่งด้วย

ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบอย่างน้อย 3 องค์ประกอบ หรือ 3 A's ดังต่อไปนี้

1) ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)

เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่นั้นๆ ซึ่งสิ่งที่ดึงดูดใจการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มย่อมสนใจสิ่งดึงดูดใจของทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทไม่เหมือนกัน เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านความสวยงามของธรรมชาติ ก็ชอบไปเที่ยวภูเขาหรือหาดทรายหรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านศิลปวัฒนธรรม ก็ชอบไปเที่ยวชมวิถีชีวิตของชาวเขา หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งสนใจด้านโบราณสถาน ก็ชอบไปเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนั้น ภาพลักษณ์และค่าเข้าชมของทรัพยากรท่องเที่ยว ก็มีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม

2) ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility)

เป็นปัจจัยที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงแต่ถ้าขาดเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้วแม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะสวยงามประทับใจหรือมีคุณค่าสูงย่อมจะไร้ความหมายอย่างสิ้นเชิง เพราะไม่สามารถเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรนั้นได้ เช่น ถนนหนทาง สถานีขนส่งทางรถยนต์ ท่าเรือและท่าอากาศยาน เป็นต้น

3) ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)

กล่าวคือทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวให้ได้รับความสุขสบาย ความสบาย และความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะทำท่องเที่ยวในวันขึ้นโดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อ

บริการแก่ประชาชนของตนเองอยู่แล้วซึ่งประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญอยู่ 3 ประเภท คือ

(1). สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทเข้า-ออกเมือง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ

เพราะ เป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยวจะผ่านเข้าประเทศ โดยปกตินักท่องเที่ยวต่างชาติจะเดินทางเข้าออกประเทศ จะต้องมียสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการการเข้าออกประเทศอย่างประทับใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยว อยากเดินทางมาซ้ำอีก ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทเข้าออกเมือง ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก 4 ประเภท ย่อย ๆ คือ

- สิ่งอำนวยความสะดวกในการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกนอกประเทศควรมีความรวดเร็วในการขนถ่ายกระเป๋าเดินทางของนักท่องเที่ยว ถ้าหากล่าช้า จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเบื่อหน่ายและฝังตรึงอยู่ในความทรงจำ อาจเข็ดขยาดไม่เข้ามาเที่ยวอีกเลย
- สิ่งอำนวยความสะดวกในการตรวจตราหนังสือเดินทาง เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกประเทศควรดำเนินการตรวจค้นสิ่งของติดตัวให้รวดเร็ว อาจเพิ่มช่องตรวจเช็คให้มากขึ้น
- สิ่งอำนวยความสะดวกในการค้นของติดตัว เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกประเทศควรดำเนินการตรวจค้นสิ่งของติดตัวให้รวดเร็วที่สุด อาจเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอกับนักท่องเที่ยว โดยไม่ปะปนกับบุคคลที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว
- สิ่งอำนวยความสะดวกในการขอต่อวีซ่า ควรอำนวยความสะดวกในการต่อวีซ่าให้รวดเร็ว เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยู่ในประเทศนานวันขึ้น

(2). สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการยังชีพของ

ประชาชน หรือที่เรียกกันว่าสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ โดยที่รัฐบาลของแต่ละประเทศพยายามสร้างสิ่งเหล่านี้แก่ประชาชนในประเทศของตนให้ได้รับความความสะดวกสบายอย่างมีความสุข และส่งผลประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวอีกด้วย ประเทศใดมีบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่ดีย่อมทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความความสะดวกสบาย และเกิดความประทับใจ ทำให้อยากกลับมาท่องเที่ยวอีก ซึ่งที่สำคัญมี 8 ประเภท คือ

- การสื่อสาร เป็นการให้บริการด้านการสื่อสารแก่ประชาชน เพื่อให้สามารถทำการสื่อสารติดต่อกับบุคคลต่าง ๆ ตามต้องการทั้งภายในและระหว่างประเทศได้อย่างสะดวกและรวดเร็วและเพียงพอ เช่น บริการโทรศัพท์ โทรเลข เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวก็สามารถใช้บริการด้าน

การสื่อสารในการส่งข่าวสารไปยังญาติมิตรที่บ้านหรือติดต่อสอบถามข้อมูลทางการท่องเที่ยวเพิ่มเติม

- ระบบน้ำ เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องให้มีบริการน้ำใช้และน้ำดื่มให้แก่ประชาชน โดยต้องมีบริการน้ำที่มีความสะอาดเพียงพอ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการระบบน้ำในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวัน เช่น ระบบน้ำประปาที่สะอาดพร้อมดื่ม เป็นต้น

- ระบบไฟฟ้า เป็นการให้บริการด้านกระแสไฟฟ้าแก่ประชาชนเพื่อใช้ในการสร้างแสงสว่างและใช้กับเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ได้อย่างเพียงพอ เช่น เครื่องปรับอากาศ พัดลม เตาหุงต้ม เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการด้านระบบไฟฟ้าได้ด้วยเช่นกัน จึงต้องมีการลงทุนผลิตไฟฟ้าอย่างเพียงพอ และจัดทำให้เพียงพอกับความต้องการที่อาจจะเกิดขึ้นจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวในอนาคตด้วย

- การสุขาภิบาล เป็นการให้บริการดูแลสุขาภิบาลแก่ประชาชนให้มีความสะอาดเรียบร้อยอยู่เสมอ เช่น การกำจัดน้ำเสีย การกำจัดสิ่งขับถ่ายออกจากร่างกาย ซึ่งในการกำจัดสิ่งโสโครกเหล่านี้ต้องทำให้ถูกสุขลักษณะ นับว่ามีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวไม่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวที่สกปรก

- ถนนหนทางเป็นทางสัญจรไปมาของประชาชน อีกทั้งเป็นเส้นทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสถานีขนส่งทางรถยนต์ ท่าเรือ และท่าอากาศยานเพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว

- การสาธารณสุข เป็นการให้บริการด้านสาธารณสุขอนามัยแก่ประชาชนอาจเกิดเจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการด้านสาธารณสุขในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เช่น โรงพยาบาล ศูนย์อนามัย เป็นต้น

- สวนสาธารณะ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกันได้ แม้ว่าความต้องการของบุคคลทั้ง 2 จะไม่เหมือนกัน ซึ่งการจัดสร้างสวนสาธารณะมีทั้งนอกเมืองและในเมืองไว้บริการประชาชน

- การศึกษาและฝึกอบรม เป็นการบริการความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่นเพื่อให้ประชาชนท้องถิ่นมีความรู้ความสามารถที่ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3). สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย

ได้แก่ความปลอดภัยในลักษณะทั่วไปความปลอดภัยจากการใช้บริการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวความปลอดภัยอื่น ๆ เป็นต้น

2.นักท่องเที่ยว

ความหมายของนักท่องเที่ยว

องค์การสันนิบาตชาติหรือองค์การสหประชาชาติได้จัดการประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรมประเทศอิตาลี ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวสรุปได้ว่า

(1) **นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitors)** คือบุคคลใด ๆ ก็ตามที่ได้เดินทางไปประเทศอื่นที่ไม่ใช่แหล่งที่อยู่อาศัยของตนเป็นการชั่วคราวและพำนักอยู่ในประเทศที่ไปเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ใช่ว่าเป็นการหารายได้จากประเทศที่ไปเยือนโดยมีวัตถุประสงค์ในการเยือนเพื่อวัตถุประสงค์ส่วนบุคคลได้แก่ การเดินทางเพื่อใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อน เพื่อวันหยุด เพื่อเยี่ยมญาติมิตร เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการจาริกแสวงบุญ และเพื่อเล่นกีฬา ฯลฯ หรือการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน ได้แก่ การเดินทางเพื่อธุรกิจเผยแพร่ศาสนา การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม การแข่งขันกีฬา การประชุมสัมมนา ฯลฯ

(2) **นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน หรือทัศนจร (Day Visitors or Excursionists)** คือ บุคคลที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวและพำนักในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง โดยไม่เป็นการหารายได้

ธนกฤต สังข์เฉย (2550:121) ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หากไม่มีนักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ไม่สามารถพัฒนาขึ้นได้ นักท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องชี้นำประการหนึ่งถึงอัตราการใช้เงินตราหรือการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ประเภทนักท่องเที่ยว

วินัยไชยทอง (2547:46-47) องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ได้แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวนานาชาติ (Inbound Tourists)

นักท่องเที่ยวนานาชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปพำนักอยู่ในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่ของตนในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี (Mill, 1990:20) ด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ไปหารายได้ และบุคคลใดที่เดินทางตามลักษณะดังกล่าว แต่พำนักในสถานที่นั้น ๆ น้อยกว่า 1 คืน เรียกนักทัศนาจร

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists)

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง บุคคลใดก็ตามที่พำนักอยู่ในประเทศหนึ่งและจะเป็นคนสัญชาตินั้นหรือไม่ก็ตาม เดินทางไปสถานที่อื่นภายในประเทศนั้นนอกเหนือจากการเป็นอยู่ตามปกติของเขาในช่วงระยะเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงหรือหนึ่งคืน โดยมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เป็นรายได้จากสถานที่นั้น โดยมีแรงจูงใจในการเดินทางเพื่อใช้เวลาเพื่อการพักผ่อน วันหยุด สุขภาพ การศึกษา ศาสนาและกีฬาหรือเพื่อธุรกิจ และวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2533: 19-20) ได้แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และพำนักอยู่ในการเดินทางครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากไปกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางนั้น ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1.1 การท่องเที่ยว การพักผ่อน รักษาสุขภาพ เยี่ยมญาติมิตร การศึกษาและการดูงาน
- 1.2 การร่วมประชุมสัมมนา หรือเป็นตัวแทนสมาคม นักบวช นักกีฬา ฯลฯ
- 1.3 การติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อหารายได้
- 1.4 การมาจับเรือเดินสมุทรแวะจอดที่ท่าเรือ

2 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ชาวไทยหรือชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เดินทางจากที่อยู่ในจังหวัดของตน ไปยังจังหวัดอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใด ๆ

ก็ตามที่ไม่ใช่การหารายได้ ในสถานที่ไปเยือน และระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน (ศรัณญา วรากุล ทิพย์ 2546: 4-5)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548:138) ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือนักท่องเที่ยวภายในประเทศก็ตาม สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง

มักเรียกบริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหรา และพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการอัตราสูง ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีกำไรต่อหน่วยสูง จากการขายบริการให้นักท่องเที่ยวประเภทนี้ โดยปกตินักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีจำนวนไม่มากนัก

2. นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลาง

เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลางหรือเรียกบริการทางการท่องเที่ยวเหมือนนักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา นักท่องเที่ยวระดับปานกลางนี้มักเป็นนักท่องเที่ยวที่อารมณ์ดี มุ่งความสนุกสนานเป็นสำคัญ โดยมีบริการทางการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องหรูหรามากนัก แต่ก็ไม่แยจนเกินไป โดยปกตินักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา จึงทำให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวมีรายได้มากตามจำนวนนักท่องเที่ยว แต่สามารถทำกำไรต่อหน่วยไม่สูงนัก

3. นักท่องเที่ยวประเภทระดับมวลชน

เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีจำนวนมากที่สุด ส่วนมากมีรายได้น้อยหรือไม่มีรายได้ประจำ ต้องการบริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาถูกเขาใจง่าย นักท่องเที่ยวประเภทนี้เพิ่งจะเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้เอง โดยได้รับการจูงใจจากการโฆษณา และบริการที่ธุรกิจนำเที่ยวจัดขึ้น เพื่อชักชวนนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีจำนวนมากมาย ทำให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวมีรายได้มากมายตามไปด้วย

3. ธุรกิจบริการท่องเที่ยว

ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินธุรกิจให้บริการท่องเที่ยว แก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยหวังได้รับผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทน โดยบริการการท่องเที่ยวเป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548: 151)

ธุรกิจบริการท่องเที่ยวซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 5 ประเภทคือ (1)ธุรกิจการขนส่ง (2)ธุรกิจที่พัก (3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (4) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (5)ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

4. ตลาดท่องเที่ยว

การตลาดมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการลงทุนและการขยายตัวทางธุรกิจต่าง ๆ มากมาย การที่ธุรกิจขยายตัวสูงขึ้น ประกอบกับรูปแบบเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวมีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างมากทั้งนี้การตลาดการท่องเที่ยวไม่ได้มีความหมายเพียงแต่การผลิตและการขายผลิตภัณฑ์ให้ได้มากที่สุดเท่านั้น เหตุผลเพราะอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ มากมาย เช่น นักท่องเที่ยว ภาวะเศรษฐกิจ สังคมและธุรกิจเกี่ยวข้องต่าง ๆ ซึ่งทั้งหมดล้วนแต่มีผลต่อการตลาดทั้งสิ้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 116-118) ได้กล่าวว่า การตลาดท่องเที่ยว หมายถึงความพยายามของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่า มีทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้แล้วจึงใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว (TourismMarketingMix) จูงใจให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเกิดความต้องการอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและซื้อบริการท่องเที่ยวโดยทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกำไรตามต้องการจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมการตลาดการท่องเที่ยวเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวเพราะการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวยังประเทศใดประเทศหนึ่งเขาต้องการข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าประเทศนั้นมีสิ่งที่น่าสนใจอะไรบ้างเช่นมีทรัพยากรท่องเที่ยวสวยงามมีโบราณสถานที่มีชื่อเสียงประชาชนในประเทศมีอัธยาศัยต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ เป็นต้น นอกจากนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเอกชน เช่น บริษัทนำเที่ยว บริษัทขนส่ง โรงแรมต่าง ๆ เป็นต้น ก็ต้องให้

ความช่วยเหลือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist image) ของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งอาจปรากฏทั้งบวกและลบ เป็นต้น

องค์ประกอบของตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ธนกฤต สังข์เลข (2550:141-142) ได้กล่าวว่าการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็มีลักษณะเช่นเดียวกับการตลาดในธุรกิจและในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ซื้อ สินค้า และ ผู้ผลิต ฉะนั้นองค์ประกอบของตลาดจึงมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ผู้ซื้อ

ผู้ซื้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนจร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ซึ่งความต้องการเดินทางท่องเที่ยวและบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นและการเปลี่ยนแปลงสูงมาก เนื่องมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ราคา ฤดูกาล รสนิยม ทัศนคติ เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ แต่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่ามีผลกระทบต่อการตลาดการท่องเที่ยว

2. ผู้ผลิต

ผู้ผลิต ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว (Travel suppliers) ผลิตวัตถุดิบ ในลักษณะการแปรรูปสินค้าและบริการ เช่น ที่พัก โรงแรม การเดินทางโดยเครื่องบิน ร้านอาหาร การเข้าชมสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งสินค้าและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อด้วยวิธีการขายตรงให้กับนักท่องเที่ยว ขายให้กับผู้ผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายหรือขายให้ตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น

3. สินค้าและบริการ สินค้าในตลาดการท่องเที่ยว

สินค้าบริโภคโดยทั่วไปนั้นผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าเป็นหน่วยเดียวได้ แต่สินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าทางการบริการนั้น ผู้บริโภคต้องบริโภคสินค้าในหลายส่วนประกอบกันหรือรวมกันเป็นกลุ่ม องค์ประกอบของสินค้าทางการท่องเที่ยวที่นำไปเสนอขายในตลาดการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

3.1 สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจเหล่านั้นได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น

3.2 สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สายการบิน และการขนส่ง ที่พักแรม อาหาร และเครื่องดื่ม การบริการนำเที่ยว ของที่ระลึก กิจกรรมการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ตลาดท่องเที่ยวที่นักการตลาดท่องเที่ยวจะต้องเข้าใจปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของนักท่องเที่ยวในแต่ละตลาดเสียก่อน ซึ่งอาจแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ตลาดใหญ่ ๆ คือ

(1) ตลาดนักท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น

เป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่ตนเองมีภูมิลำเนาอยู่ซึ่งเป็นการเดินทางใกล้และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงนักเช่นผู้ที่อยู่จังหวัดเชียงใหม่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ดอยสุเทพหรือผู้ที่อยู่จังหวัดพังงาเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะพีพี เป็นต้น

(2) ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศ

เป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากภูมิลำเนาที่อยู่ของตนไปยังจังหวัดอื่นเช่นผู้ที่อยู่จังหวัดลำปางเดินทางไปท่องเที่ยวดอยสุเทพในจังหวัดเชียงใหม่ หรือผู้ที่อยู่อุดรธานีเดินทางไปยังเกาะช้างจังหวัดตราด

(3) ตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

เป็นตลาดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากภูมิลำเนาของตนไปยังประเทศอื่นเช่นผู้ที่อยู่ประเทศมาเลเซียเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือคนไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยุโรป เป็นต้น

ความต้องการของนักท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์การตลาดท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวจะมีความต้องการอยู่ 3 ประการ คือ

1. นักท่องเที่ยวต้องการจะไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าครองชีพถูก แต่มีบริการได้มาตรฐาน
2. นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวก โดยเริ่มจากสนามบินควรให้มีความสะดวกในพิธีการเข้า-ออกนอกประเทศ การผ่อนปรนเรื่องระบบภาษีและการอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3. นักท่องเที่ยวต้องการความปลอดภัย จะต้องมีการป้องกันและรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ควรมีการประกาศเตือนให้ระวัง เมื่อเดินทางเข้าไปในพื้นที่บางแห่งที่ไม่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์การตลาดท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. นักท่องเที่ยวที่ชอบไปท่องเที่ยวตามลำพัง หรือเฉพาะในกลุ่มของครอบครัวจะเปลี่ยนไปชอบการเดินทางท่องเที่ยวไปกับกลุ่มอื่นแทน

2. นักท่องเที่ยวที่เคยชอบใช้บริการมัคคุเทศก์จะเปลี่ยนไปชอบใช้หนังสือแนะนำการเดินทางแทน

3. นักท่องเที่ยวที่เคยได้รับการจูงใจในการท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าของญาติมิตร ก็เปลี่ยนเป็นการได้รับการจูงใจจากการอ่านบทความที่เล่าถึงการท่องเที่ยวหรือภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแทน

4. นักท่องเที่ยวที่เคยเน้นการกินอยู่ที่หรูหราเป็นจุดสำคัญในการท่องเที่ยวก็เปลี่ยนไปเป็นการกินอยู่แบบธรรมดาแทน แต่เน้นการหาความสุขสนุกสนานเพลิดเพลินให้ได้มากที่สุดแทน

เมื่อความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การตลาดท่องเที่ยวต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยปกติแล้วทฤษฎีการตลาดท่องเที่ยวแนวใหม่จะมุ่งคำนึงความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและในอนาคตเป็นสำคัญ การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้เกิดจากการพัฒนาทางการตลาดท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวแต่ยังเกิดจากการอึดตัวของระบบเศรษฐกิจของประเทศที่ได้พัฒนาถึงระดับหนึ่งที่ทำให้มาตรฐานการครองชีพของประชาชนสูงขึ้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นที่นิยมมากขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องผลิตบริการให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดท่องเที่ยวด้วย

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 :45-46) ได้ให้ความหมายของทรัพยากร การท่องเที่ยว หมายถึง “สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอันเป็นพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวโดยมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทุกประเภทเข้ามาเยี่ยมชมเยือน ”หรือจะกล่าวอย่างง่าย ๆ ว่าทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง “สรรพสิ่งที่อยู่รอบๆตัวเราทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยมีความงดงามและทรงคุณค่าจนเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเปรียบเสมือนสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จะขายให้แก่นักท่องเที่ยว”

นิคม จารุมณี (2550:260) ได้ให้ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและสิ่งที่มีคุณค่ามนุษย์สร้างขึ้น ที่หมายถึง วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชนนั้น ๆ รวมถึงเทศกาล งานประเพณี ประจำปี เป็นต้น

บุญหลิบ พาณิชชาติและคณะ (2544:141) ได้ให้ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น และหลักฐานทางโบราณคดีหรือร่องรอยของสิ่งมีชีวิตในยุคต่าง ๆ สิ่งที่มีมนุษย์สามารถเอามาใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และประกอบกิจกรรมนันทนาการ อันนำมาซึ่งความพึงพอใจและความสุขในรูปแบบต่าง ๆ ได้

วรรณ ศิลปอาษาและคณะ (2545:5) ให้ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งในลักษณะที่เป็นรูปธรรมสามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

ธนกฤต สังข์เฉย (2550:80) ให้ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับภูมิภาคและระดับโลก อาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น

สรุปความหมายของ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีความสวยงามจนเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม

ประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 48:50) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวพร้อมทั้งพัฒนาการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและได้รับความสุขระหว่างท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มจะเข้ามาเยี่ยมชม เราอาจแบ่งประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ได้ 3 ประเภทดังนี้

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยเกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติที่มีความสวยงามน่าสนใจต่อการเดินทางไปเที่ยวชมซึ่งรวมถึงบริเวณที่มนุษย์เข้าไปปรุงแต่งเพิ่มเติมจากสภาพธรรมชาติ ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่สำคัญและมีชื่อเสียงของประเทศไทยได้แก่ คอยอินทนนท์ ภูกระดึง ถ้ำธารลอด น้ำตกเอราวัณ เกาะสิมิลัน (ธนกุลต สังข์เฉย 2550:82) ในบางส่วนสามารถแบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติออกได้เป็น 3 ประเภทย่อยคือ

1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทภูมิอากาศ เป็นสถานที่ที่มีลักษณะอากาศที่เกิดขึ้นเองตามสภาพธรรมชาติของแต่ละภูมิภาคของโลกซึ่งลักษณะอากาศที่ปรากฏในพื้นที่หนึ่งๆมักจะแตกต่างกันออกไปตามที่ตั้งของเส้นละติจูดความสูงของพื้นที่กระแสน้ำและพายุจึงทำให้ประเทศต่างๆมีความสวยงามตามธรรมชาติและภูมิอากาศแตกต่างกันไป

1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภททิวทัศน์สวยงาม เป็นสถานที่ที่มีทิวทัศน์ทางธรรมชาติสวยงามและแปลกประหลาด สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าไปเยี่ยมชม เช่น ป่า ภูเขา น้ำตก แม่น้ำ ทะเลสาบ เสาหิน ธารน้ำแข็ง เป็นต้น

1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทสัตว์ป่า เป็นสถานที่ที่มีความงดงามตามธรรมชาติ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก เพราะนักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความคิดว่าสัตว์ป่าเป็นสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติที่น่าศึกษาหาความรู้และนับวันจะสูญหายไปหมด แต่ยังคงมีที่ให้ท่องเที่ยวศึกษาได้ตามแหล่งอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าและสวนสัตว์เปิด ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มกลับเห็นว่าสัตว์เป็นเกมที่น่าตื่นเต้นในการล่า นอกจากนี้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มยังถูกดึงดูดใจให้เดินทางไปชมแหล่งที่มีสัตว์อาศัยอยู่เองตามธรรมชาติเป็นจำนวนมาก เช่น เดินทางไปชมนกปากห่างที่วัดไผ่ล้อม เดินทางไปชมหมีขั้วโลกในเขต อาร์คติก

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ

ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุเป็น ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้ สร้างเสริมขึ้นในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา เป็นสิ่ง แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นว่าสมัยโบราณมีความเจริญด้านใดบ้างและ เหลือเป็นมรดกตกทอดมายังชนรุ่นหลังอย่างไรบ้าง จึงมีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือนพื้นที่นั้น สามารถแบ่งประเภท ทรัพยากรท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุออกเป็น 2 ประเภทย่อย

2.1 ประเภทโบราณสถาน เป็นสถานที่ที่มีอายุนับร้อยปีหรือโดยลักษณะแห่งการ ก่อสร้างหรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของสถานที่นั้นเป็นประโยชน์ในทาง ประวัติศาสตร์หรือทางโบราณคดี เช่น ศาสนสถาน เมืองโบราณ เป็นต้น สำหรับโบราณสถานของ ไทยนั้น กรมศิลปากรได้แบ่งประเภทของโบราณสถานไว้ 7 ประเภท คือ

(1) โบราณสถานสัญลักษณ์แห่งชาติ หมายถึง โบราณสถานที่มีความสำคัญสูงสุด หากชาติขาดซึ่งโบราณสถานนั้นไป จะเป็นการสูญเสียอย่างใหญ่หลวง เช่น พระบรมหาราชวัง พระ ราชดุจอยุธยา

(2) อนุสาวรีย์แห่งชาติ หมายถึง อนุสรณ์สถานที่ได้สร้างเพื่อบุคคลหรือเรื่องราวที่ สำคัญยิ่งในประวัติศาสตร์ หรือเป็นที่เคารพสูงอย่างสูงในชาติ ซึ่งประชาชนจะต้องร่วมรำลึกถึงด้วย เช่นกัน เช่น ศาลหลักเมือง พระบรมรูปทรงม้า เป็นต้น

(3) อาคารสถาปัตยกรรมแห่งชาติ หมายถึง อาคารสิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรม และวิศวกรรมอันทรงไว้ซึ่งคุณค่าอย่างสูงทางศิลปะ อันแสดงถึงการประดิษฐ์คิดค้นใหม่ ๆ ในยุค อดีตที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน หรือเกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญ หรือเหตุการณ์สำคัญของชาติ เช่น พระที่นั่งอนันตสมาคม

(4) ย่านประวัติศาสตร์ หมายถึง พื้นที่ที่มีความหนาแน่นทางสถาปัตยกรรม เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การวางผังเมือง และสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีอาคาร สิ่งก่อสร้าง ถนนหนทางและองค์ประกอบอื่น ๆ ในพื้นที่รวมอยู่ด้วย ทำให้พื้นที่นั้นจัดอยู่ได้หนึ่งใน ลักษณะต่อไปนี้ คือ ย่านประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม ย่านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และย่าน โบราณคดี เป็นต้น

(5) อุทยานประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง พื้นที่ที่มีเนื้อหาทางประวัติศาสตร์ องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรมรวมกับสภาพแวดล้อม ทั้งที่เกิดตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น อันทำให้สาระทางประวัติศาสตร์ยังคงดำรงไว้ได้ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

(6) นครประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง เมืองหรือนครที่มีแบบอย่างทาง วัฒนธรรม การวางผังเมือง สาระสำคัญทางประวัติศาสตร์ และองค์ประกอบของเมือง สถาปัตยกรรม วิศวกรรมหรือชีวิตความเป็นอยู่ เช่น เมืองสุโขทัย เมืองอยุธยา เมืองเชียงใหม่ เมืองเชียงแสน เป็นต้น

(7) ซากโบราณสถานและแหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง แหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์และซากโบราณสถาน ซึ่งเป็นหลักฐานแสดงถึงประวัติศาสตร์อันสำคัญยิ่ง ของชาติในอดีต เช่น ซากโบราณสถานเวียงกุมกาม

2.2 ประเภทโบราณวัตถุเป็นวัตถุ โบราณไม่ว่าจะเป็นสิ่งประดิษฐ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้นตาม ธรรมชาติหรือที่เป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถาน ซึ่งโดยอายุและลักษณะของการประดิษฐ์ หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของวัตถุนั้นเป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์ หรือ โบราณคดี ในแต่ละจังหวัดหรือแต่ละประเทศอาจเก็บสะสมไว้ในพิพิธภัณฑสถานหรือสถานที่เก็บแบบ อื่น ๆ เพื่อให้ประชาชนเข้าชม อันเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงประวัติศาสตร์อันยาวนานของประเทศและ ความภูมิใจของประชาชนในท้องถิ่นที่ได้พบวัตถุล้ำค่าเหล่านั้น เช่น ภาพเขียน รูปปั้นโบราณ พระพุทธรูปโบราณ เป็นต้น

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากร ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในแต่ละกลุ่มชนที่มีความแตกต่าง กันไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติโดยยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมที่มีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน อาจแยกย่อยเป็นประเภทที่สำคัญได้ 3 ประเภท ดังนี้

3.1 ประเภทศิลปวัฒนธรรม

ได้แก่ ชุมชน หมู่บ้าน เรือนแพ ตลาด ตลาดน้ำ สินค้าพื้นเมือง ไร่สวน เหมือง วิถีชีวิต การละเล่นพื้นบ้าน เป็นต้น

3.2 ประเภทประเพณี

ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแห่เทียนพรรษา เทศกาลกินเจ ประเพณีลอยกระทง งานบุญบั้งไฟ งานพิธีโชนบัว เป็นต้น

3.3 ประเภทกิจกรรม

ได้แก่ กิจกรรมแข่งขันกีฬา กิจกรรมบันเทิง สวนสนุก สวนสาธารณะเฉพาะทางเป็นต้นสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวควรเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้ในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นควบคู่ไปกับการเพลิดเพลิน เช่น การเลี้ยงสัตว์ การดูนก การพายเรือ การตกปลา การขี่จักรยาน เป็นต้น

ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว

ความหมายของธุรกิจบริการการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 151) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินธุรกิจให้บริการท่องเที่ยว แก่นักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อันจะทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยหวังได้รับผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งที่ตอบแทน โดยธุรกิจบริการท่องเที่ยวซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 5 ประเภทคือ (1)ธุรกิจการขนส่ง (2)ธุรกิจที่พัก (3)ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (4) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (5) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

ศรัณยา วรากุลทิพย์ (2546 : 5) ได้ให้ความหมายของ ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมหลายประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

วินัย ไชยทอง (2547 : 48) ได้ให้ความหมายของ ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีการดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่ มีขอบเขตกว้างขวาง ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทประสานกันเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงและทางอ้อม ซึ่งต้องใช้วิธีในการวางแผน จัดองค์กรดำเนินการ เป็นต้น

ชนกฤษ์ สังข์เฉย (2550 : 41) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว นั้น เป็นการประกอบกิจกรรมด้วยการนำปัจจัยการผลิตต่าง ๆ มาผลิตเป็นสินค้าและบริการหลายประเภท สำหรับนักท่องเที่ยวอันได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

สิริอร วิชชาวุธ (2532: 3) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการการท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจด้านที่พักโรงแรม ธุรกิจร้านอาหารภัตตาคารและธุรกิจนำเที่ยวซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจพักรีสอร์ท ธุรกิจอาหาร ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรม และสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

ราณี อธิชัยกุลและคณะ(2546: 6) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมด้านการผลิตสินค้าและบริการเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวในทางตรงและทางอ้อม ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

ดังนั้น ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว นั้นหมายถึง การดำเนินกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวโดยตอบสนองถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในทางตรงและทางอ้อม ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

ประเภทของธุรกิจบริการการท่องเที่ยว

1. ธุรกิจที่พัก(Accommodation)

ธุรกิจที่พักเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนชั่วคราวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย จึงจำเป็นต้องมีธุรกิจที่พักไว้บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจที่พักหมายถึงการประกอบธุรกิจให้บริการด้านที่พักค้างคืนชั่วคราวแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนหลับนอนในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย (นิสา ชัชกุล 2550 :133)ที่พักรีสอร์ทจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ทุกคนซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสี่ (Need) ที่จะขาดเสียมิได้ เมื่อการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นและได้กลายเป็นกิจกรรมหนึ่งในชีวิต เมื่อลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเริ่มใช้เวลานานขึ้น การเดินทางระยะไกลเกิดขึ้น ความต้องการที่พักทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่จึงมีปริมาณมากขึ้นมีการสร้างและปรับปรุงสถานที่พักรีสอร์ทให้ทันสมัยตามยุคสมัยตามความต้องการของผู้เข้าพักจึงทำให้”ธุรกิจที่พักหรือธุรกิจโรงแรม”(Accommodation Business or hotel Business) กลายเป็นธุรกิจระดับอุตสาหกรรมอาจจะกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ธุรกิจที่พักโรงแรมมีการพัฒนาและธุรกิจที่พักโรงแรมทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเจริญเติบโต

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2548 : 165) ได้กล่าวว่า ในปัจจุบัน นอกจากโรงแรมจะจัดอาหารและเครื่องดื่ม และที่พำนักรีสอร์ทแล้วประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตั้งของโรงแรมสามารถเข้าไป

ให้บริการอันหลากหลายที่มีอยู่ในโรงแรมได้เช่นกัน บริการที่จัดไว้ในโรงแรมนอกจากที่พักและอาหาร ได้แก่ สถานที่จัดประชุมสัมมนา เป็นต้น บริการเหล่านี้จะถูกจัดเตรียมไว้เป็นแบบแผนและมีมาตรฐานเพื่อสนองความต้องการอันหลากหลายของนักท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่น (ราณี อิศัยกุลและคณะ 2546: 69)

ความสำคัญของธุรกิจที่พัก

ความสำคัญของธุรกิจที่พักมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว การเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ หรือการเจริญของภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ เป็นผลกระทบต่อเนื่องมาจากการเจริญเติบโตของธุรกิจที่พักแรม และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ

1.การเพิ่มขึ้นของรายได้และการกระจายได้ การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ประเทศไทยมีรายได้สูงถึง 285,000 ล้านบาท ในปี 2543 รายได้จำนวนนี้เป็นรายได้หมวดค่าที่พัก 24.16 และร้านอาหาร 15.21 ตามลำดับ เงินจำนวนนี้จะหมุนเวียนก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นอีกประมาณ สองเท่าตัว ในสาขาอาชีพต่าง ๆ และกระจายไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศตามแหล่งที่ตั้งของที่พักแรม

2.การสร้างงานและสร้างอาชีพ

2.1 การสร้างงานทางตรง ธุรกิจที่พักแรมเป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องใช้คนเพื่อทำงานบริการโดยทั่วไป ที่พักแรมมีขนาด 100 ห้อง จะมีตำแหน่งงานประมาณ 150-180 ตำแหน่ง

2.2 การสร้างงานทางอ้อม งานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่พักแรมทางอ้อม ได้แก่ งานก่อสร้างอาคารและที่พัก งานเกษตรผลิตอาหารและดอกไม้ งานสถาบันการเงิน งานคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

2.3งานพัฒนาสาธารณูปโภคสู่ท้องถิ่น การอำนวยความสะดวกสบายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้รวดเร็วและปลอดภัย ต้องอาศัยการลงทุนสูงมาก ผู้ที่ได้รับประโยชน์นอกจากนักท่องเที่ยวแล้วประชาชนในท้องถิ่นก็ได้รับประโยชน์และมีมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วย

2.4รายได้ของรัฐในรูปแบบภาษีอากร การจ้างงานที่เพิ่มขึ้น และการเพิ่มรายได้ในอาชีพที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากจะช่วยลดปัญหาการว่างงานและปัญหาสังคมด้านต่าง ๆ แล้ว รัฐยังสามารถจัดเก็บภาษีในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาษีที่คิดจากค่าบริการห้องพัก อาหาร และเครื่องดื่ม (ราณี อิศัยกุลและคณะ 2546 : 70-71)

ประเภทธุรกิจที่พัก

สมบัติกาญจนกิจ(2544:106)ได้กล่าวถึงโรงแรมที่ให้บริการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่า และลักษณะภายในบางอย่างแตกต่างจากโรงแรมมาตรฐานทั่วไปดังต่อไปนี้

1. โมเต็ล(Motel) โมเต็ลทุกแห่งมีห้องพักและที่จอดรถ โดยที่นักท่องเที่ยวอาจมาถึงโมเต็ลเวลาไหนก็ได้ โมเต็ลจึงมีบริการรับแขกเข้าพักตลอด24ชั่วโมงและถ้ามีห้องอาหารอยู่ในบริเวณเดียวกันก็จะมีบริการตลอดเวลาเช่นกัน แต่มักจะไม่มีบริการในห้องนอน (Room Service) โมเต็ลอาจมีอุปกรณ์ที่จำเป็นเพื่อการพักผ่อนเท่านั้น จนถึงอุปกรณ์หรูหราอย่างอื่น ๆ เช่น มีเครื่องรับโทรทัศน์ ตู้เย็น นักท่องเที่ยวมักจะพักที่โมเต็ลเพียงคืนเดียว โมเต็ลส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามทางหลวงหรือในบริเวณที่ไกลจากตัวเมือง
2. โรงแรมแพนชั่น(Hotel Pension) แพนชั่นมีความหมายคล้ายคลึงกับโฮสเทลราคาถูก เป็นธุรกิจขนาดเล็กผู้พักต้องจองล่วงหน้าและบอกกำหนดมาด้วยว่าจะมาพักอยู่นานเท่าใด โรงแรมประเภทนี้มักจะถือคล้าย ๆ กับว่าแขกที่มาพักเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวเจ้าของโรงแรม และส่วนใหญ่เจ้าของเป็นทั้งเจ้านายและลูกจ้างในตัว ซึ่งปัจจุบันมีอยู่มากในแถบชนบทยุโรป
3. โรงแรมสำหรับการประชุม(Convention Hotel) วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่จะรับจัดสถานที่สำหรับมีประชุมนานาชาติ โดยมากตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ และจะมีโสตทัศนูปกรณ์พร้อม
4. ที่พักแบบอื่นๆเป็นที่พักแรมที่เกิดจากการเรียกร้องของนักท่องเที่ยวและไม่ได้เรียกว่าโรงแรมตามแบบมาตรฐาน เพราะมีบริการไม่ครบถ้วน แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะว่าการเช่าอาจจะถูกกว่าหรืออยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีกว่า นักท่องเที่ยวมีเสรีภาพดีกว่าในหลายเรื่อง

4.1 คาราวานและแคมป์ปิ้ง (Caravan and Camping) ที่พักประเภทนี้เป็นที่นิยมใน ยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย บางที่เรียกว่าที่พักการแจ้ง (Open air Hostels) ในที่พักมีห้องน้ำ ห้องนอน เครื่องอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ตามสมควรลักษณะภายในคล้ายรถยนต์ขนาดใหญ่ทั่วไป ที่นอนสามารถพับเก็บได้เนื้อที่ใช้สอยจึงสามารถใช้ได้เป็นห้องนั่งเล่น ห้องรับแขกและห้องนอนรวมกัน

4.2 บังกะโล(Bungalow) เป็นที่พักที่ก่อสร้างเป็นหลัง ๆ ราคาเช่าที่พักจะไม่รวมอาหารเช้า บังกะโลบางแห่งมีห้องอาหารบริการ บางแห่ง ๆ ไม่มี สิ่งอำนวยความสะดวกอาจจะจัดไว้ตามอัธยาศัย

สมบัติ กาญจนกิจ(2546 : 106)ได้กล่าวว่า การจำแนกลักษณะของที่พักตามราคาสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. โรงแรมประเภทหรูหราคือโรงแรมที่มีค่าเช่าพักและมีมาตรฐานของที่พักสูง ตกแต่งอย่างดี บริการดี ตกแต่งด้วยของที่มีองค์ประกอบสูงค่า
2. โรงแรมระดับพิเศษ คือ โรงแรมที่มีคุณภาพและราคาสูงรองมาจากโรงแรมประเภทหรูหรา
3. โรงแรมระดับกลาง คือ โรงแรมที่มีค่าห้องพักปานกลาง อาจจะสูงกว่าระดับเฉลี่ยเล็กน้อย หรืออาจจะดีกว่าระดับนักท่องเที่ยวเล็กน้อย
4. โรงแรมระดับประหยัด คือ โรงแรมสำหรับแขกที่มีงบประมาณจำกัด

สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งกลุ่มของโรงแรมโดยใช้เกณฑ์ราคาค่าเช่าห้องพักเดี่ยวต่อคืน เป็นตัวกำหนดระดับของโรงแรมเป็น 5 กลุ่มดังต่อไปนี้

- กลุ่มที่ 1 ราคาค่าห้องพักเดี่ยวต่อคืน 2,500 บาท ขึ้นไป
- กลุ่มที่ 2 ราคาค่าห้องพักเดี่ยวต่อคืน 1,500-2,499 บาท
- กลุ่มที่ 3 ราคาค่าห้องพักเดี่ยวต่อคืน 1,000-1,499 บาท
- กลุ่มที่ 4 ราคาค่าห้องพักเดี่ยวต่อคืน 500-999 บาท
- กลุ่มที่ 5 ราคาค่าห้องพักเดี่ยวต่อคืน ต่ำกว่า 500 บาท (ราณี อธิชัยกุลและคณะ 2546 : 83-84)

การจำแนกลักษณะของที่พักตามการให้บริการสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. บริการเต็มรูปแบบ คือโรงแรมที่ให้บริการหลากหลาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น ห้องอาหารตามเชื้อชาติ บริการจัดเลี้ยง และอื่น ๆ เป็นต้น
2. บริการพอสมควร คือ โรงแรมที่ให้บริการระดับปานกลาง เช่น มีห้องพักและห้องอาหาร (ไม่มีห้องอาหารตามเชื้อชาติ)

การจำแนกลักษณะของที่พักตามขนาด

สามารถแยกออกได้หลายรูปแบบ เช่น ใหญ่ กลาง เล็ก วึ่งในปัจจุบันไม่นิยม เพราะไม่มีอะไรมาตัดสินใจได้ว่าอย่างไรจึงถือว่าใหญ่ หรือกลางหรือเล็ก ทั้งนี้เพราะ ในปัจจุบันโรงแรมขนาดใหญ่ อาจจะมีจำนวนห้องนับแล้วหลายพันห้องก็ได้

การจำแนกลักษณะของที่พักรตามประเภทแขก
สามารถแยกออกได้หลายรูปแบบเช่น โรงแรมเพื่อพักธุรกิจ (Business hotel) โรงแรมเพื่อ
นักท่องเที่ยว (tourist hotel)

2. ธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ

ธุรกิจนำเที่ยว และนันทนาการ หมายถึง การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการ
ให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ทักษาหรือ
การหรือบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา 2548:182) ซึ่งธุรกิจนำเที่ยว
และนันทนาการ อาจขายบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงได้หรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว
(Travel agent) ก็ได้และอาจดำเนินการโดยการนำเอาบริการอำนวยความสะดวกด้านยานพาหนะที่
พัก อาหาร และทัศนารวมกันและขายในลักษณะเหมารวมกันและขายในลักษณะเหมารวมที่
เรียกว่าทัวร์เหมารวม (Package Tour) ก็ได้

ลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ โดยทั่วไปความสำคัญของธุรกิจใด ๆ ย่อม
หมายถึงผลประโยชน์หรือผลกำไรที่ได้รับจากการประกอบธุรกิจนั้น ๆ และธุรกิจนั้นสามารถทำได้
ต่อเนื่องตลอดไป แต่แตกต่างกันตรงที่ว่าธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ เป็นธุรกิจที่ขายความพึง
พอใจ สร้างความสุขให้กับลูกค้า สินค้าที่ขายก็ไม่สามารถจับต้องได้ และไม่สามารถยกตัวอย่าง
สินค้าไปให้ลูกค้าดูก่อนเพื่อตัดสินใจซื้อ เพราะผลผลิตในธุรกิจนำเที่ยวมีลักษณะเฉพาะดังนี้

1. สินค้ามีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสก่อนการตัดสินใจซื้อได้ เช่น
การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ลูกค้าจะซื้อจากจินตนาการ อารมณ์ ความรู้สึก
2. สินค้ามีเอกลักษณ์ มีเฉพาะแบบเดียวไม่เหมือนใคร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ
หรือสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งอาจมีบางส่วนที่สร้างเลียนแบบจนดูเหมือนกัน แต่ผู้ขายก็ต้อง
พยายามเลือกสรรใช้กลยุทธ์การสร้างแตกต่างในตัวสินค้าให้มีความแปลกแตกต่างจากสินค้า
ของผู้แข่งขัน
3. การผลิตและการบริโภคสินค้าเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกัน เช่น การเดินทางโดย
เครื่องบิน การเข้าพักโรงแรม ลูกค้าจะสามารถบริโภคได้ในเวลาและสถานที่ที่กำหนดเท่านั้น
4. กระบวนการซื้อขายสินค้าและบริการ ไม่สามารถแยกออกกันได้ เช่น การซื้อรายการนำ
เที่ยวแบบเหมาจ่าย ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวต้องให้บริการตั้งแต่เริ่มออกเดินทางจนกลับถึงบ้านหรือ

กลับมายังจุดเริ่มต้นของการเดินทาง กระบวนการซื้อขายจึงสิ้นสุดลง การเดินทางโดยเครื่องบินและการเข้าพักในโรงแรมก็เช่นเดียวกัน ผู้ซื้อจะได้รับการบริการตลอดเวลาในการบริโภคสินค้านั้น

5.สินค้าการท่องเที่ยวจะขายได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับฤดูกาล สภาพภูมิอากาศ เวลาของการบริโภค เช่นที่พักแรมตามสถานที่ตากอากาศในชายทะเลจะเต็มเฉพาะฤดูร้อน ในฤดูหนาวแทบไม่มีคนเข้าพัก

ความสำคัญของธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ

ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศโดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

- 1.ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศจำนวนมาก ตั้งแต่ พ.ศ.2525 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวสามารถทำได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าอื่น ๆ
- 2.ก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมินาณานั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม กัศตราคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นต้น
- 3.กระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราสูง ในรูปแบบของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ ราชันี อธิษัณกุลและคณะ(2546 : 285-286)

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ประเภทธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2548:182)การจำแนกประเภทของธุรกิจนำเที่ยว และนันทนาการ ได้ดังนี้

1. การจำแนกประเภทของธุรกิจนำเที่ยว และนันทนาการ ตามลักษณะของการจัดบริการนำเที่ยวได้แก่

1.1 ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ(Domestic Tour Operator)

หมายถึง การจัดนำนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศ เดินทางไปยังแหล่ง

ท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น ๆ เช่นการจัดนำนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวเมืองไทย

1.2 ธุรกิจจัดนำนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศไปยังแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ(Inbound Tour Operator)

เช่น ชาวอังกฤษหรือชาวเยอรมนีเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

1.3 ธุรกิจจัดนำนักท่องเที่ยวภายในประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ (Outbound Tour Operator)

เช่น คนไทยเดินทางไปเที่ยวฮ่องกง

2.การจำแนกประเภทธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการตามลักษณะขอบเขตของการบริการ
เป็นต้น

2.1 ธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ ที่เสนอบริการแบบเหมารวม (Package Tour)

เป็นธุรกิจจัดนำเที่ยวโดยเหมารวมค่าบริการต่าง ๆ ในราคาแบบเบ็ดเสร็จ การนำเที่ยวมีกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวและระยะเวลาที่แน่นอนและมักเดินทางเป็นกลุ่ม

2.2 ธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ ที่เสนอบริการเฉพาะกลุ่ม(Group Inclusive:GIT)

เป็นการจัดบริการตามความต้องการหรือตามความสนใจของกลุ่ม ที่มักจะเป็นสมาชิกสโมสร สมาคมหรือองค์กรธุรกิจ ได้แก่ การนำเที่ยวชมด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น วัด ปราสาทราชวังหรือด้านธรรมชาติ เช่น ดูนก เดินป่า ใต้เขา หรือด้านกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำดูปะการัง สมาชิกองค์กรต่าง ๆ นิยมเดินทางเป็นกลุ่ม เช่น 15 คนขึ้นไปประหยัดค่าใช้จ่ายโดยเฉพาะในเรื่องค่าขนพาหนะ

2.3 ธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ ที่เสนอบริการอิสระ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศและในประเทศเฉพาะราย(Foreign Individual Tour: FIT and Domestic Individual:Dit)

เป็นการจัดนำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดที่พักแรมพาหนะ การรับส่งที่สนามบินหรือสถานีขนส่งอาหารบางมื้อโดยอาจจัดให้มีการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวรวมอยู่ในโปรแกรมด้วยก็ได้

2.4 ธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ ที่เสนอบริการลักษณะพิเศษ (Specialty intermediaries channelers)

เป็นธุรกิจที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิต เช่น โรงแรม ภัตตาคาร แหล่งท่องเที่ยว

กับลูกค้าในการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Company) หรือการจัดประชุม นิทรรศการ (Meeting and Convention Planners) หรือเป็นผู้จัดเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้รับการมอบอำนาจจากบริษัท (Corporate travel offices) หรือเป็นนายหน้าของบริษัทรถโดยสาร (Motorcoach Broker) ความต้องการบริการลักษณะพิเศษนี้นับวันจะทวีความต้องการมากขึ้น

ดังนั้นจึงพอสรุปการให้บริการอำนวยความสะดวกของธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ ได้ดังต่อไปนี้

1. การให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวทั้งประเภทขายส่งบริการท่องเที่ยวและประเภทตัวแทนการจัดจำหน่าย จะมาบริการข่าวสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าที่ต้องเดินทาง เช่น ราคาในการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ภูมิอากาศความเป็นอยู่ เป็นต้น
2. การให้บริการจองตั๋วเครื่องบิน ธุรกิจนำเที่ยวจะให้บริการจองตั๋วเครื่องบินประเภทต่าง ๆ เช่น ตัวเครื่องบิน ตัวรถไฟ เป็นต้น
3. การให้บริการจองที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยวจะให้บริการจองที่พักแรมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศในราคาที่ถูกลงกว่าลูกค้าเอง
4. การให้บริการขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวหลายแห่งจะมีรถบริการให้บริการลูกค้าทั้ง รถยนต์ส่วนตัว รถตู้ รถบัส เป็นต้น
5. การให้บริการจองตัวเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวจะให้บริการจองตัวท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โบราณสถาน เป็นต้น
6. การจัดทำหนังสือเดินทางและวีซ่า ธุรกิจนำเที่ยวมีบริการจัดทำหนังสือเดินทางและวีซ่าให้แก่ลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาทำเอง
7. การให้บริการซื้อสินค้าที่ระลึก ตามปกติธุรกิจนำเที่ยวจะทำหน้าที่ติดต่อกับร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก โดยร้านค้าจะให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์
8. การแลกเปลี่ยนเงินตรา โดยธุรกิจนำเที่ยวหลายแห่งให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าและเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ราณี อธิชัยกุลและคณะ (2546:285-286) ได้กล่าวว่า การจัดธุรกิจนำเที่ยวและนันทนาการ ไม่ว่าจะจัดประเภทใด วิธีการใด หรือลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ราคา นักท่องเที่ยวจะเลือกซื้อโปรแกรมนำเที่ยวในราคาที่เหมาะสม

2.บริษัทนำเที่ยว ชื่อเสียงของบริษัทนำเที่ยวมีความสำคัญต่อลูกค้าใหม่ แต่ถ้าเป็นลูกค้าเก่า เชื้อถือในบริษัท มีส่วนช่วยในการพิจารณาตัดสินใจว่าจะใช้บริการต่อไปหรือไม่

3.รายการนำเที่ยว รายการนำเที่ยวต้องเป็นรายการที่น่าสนใจ

4.การบริการ ถ้าบริการดีลูกค้าเก่าจะใช้บริการต่อไป และอาจจะแนะนำคนอื่น ดังนั้น บริษัทนำเที่ยวจึงต้องตระหนักถึงการให้บริการตั้งแต่เริ่มที่นักท่องเที่ยวมาสอบถามที่บริษัท จนในขณะออกเดินทางท่องเที่ยวจนกระทั่งเดินทางกลับ

3.ธุรกิจการขนส่ง (Transportation)

สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 125-126) ได้อธิบายถึงธุรกิจการขนส่งว่า เป็นผู้ประกอบธุรกิจบริการด้านการขนส่งแก่นักท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็วและปลอดภัยนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทำการท่องเที่ยวได้และเกิดความพึงพอใจซึ่งธุรกิจการขนส่งหมายถึงการประกอบธุรกิจให้บริการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวจากที่พักอาศัยประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆตามที่ต้องการด้วยอุปกรณ์การขนส่งหรือยานพาหนะ การท่องเที่ยวทุกประเภทจำเป็นต้องมีการเคลื่อนที่ของผู้คนจากถิ่นที่อยู่ประจำไปยังสถานที่อื่น เป็นการชั่วคราวด้วยเหตุผลนี้การขนส่งจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญของการท่องเที่ยว เพราะการขนส่งเป็นบริการที่จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นไปตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ ถ้าไม่มีการขนส่ง การท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้นไม่ได้ การขนส่งเป็นส่วนหนึ่ง (Sector) ของการท่องเที่ยว ในลักษณะที่แตกต่างดังต่อไปนี้

1..การขนส่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง (Destination) แล้วยังเดินทางกลับมายังจุดออกเดินทาง ได้ ตัวอย่างเช่น การที่นักท่องเที่ยวใช้บริการของสายการบินไทย เดินทางจากกรุงเทพไปยังจังหวัดเชียงใหม่ หรือใช้บริการของสายการบินใด ๆ เดินทางจากโตเกียวไปยังลอสแอนเจลิส เป็นต้น

2.การขนส่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ โดยสะดวกเมื่อไปถึงจุดหมายปลายทาง ตัวอย่าง เช่น การที่นักท่องเที่ยวอาศัยบริการรถโดยสาร เดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ การขนส่งประเภทนี้นอกจาก นักท่องเที่ยวจะใช้บริการแล้วประชาชนในท้องถิ่นเองก็อาศัยการขนส่งดังกล่าวด้วย

3.การขนส่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้อาศัยความสะดวกสบายและพักผ่อนจากการใช้บริการ และเป็นบริการหลักของการท่องเที่ยว (Mean feature) การขนส่งต้องใช้พาหนะที่มีขนาดใหญ่พอที่จะมีบริการเสริมต่าง ๆ ครบวงจร เช่น การท่องเที่ยวโดยเรือสำราญ ซึ่งบนเรือสำราญจะมีบริการเสริมต่าง ๆ มากมาย

องค์ประกอบพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง

ราณี อธิชัยกุลและคณะ (2546: 208-209) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ ที่สำคัญ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ยานพาหนะ เส้นทาง และสถานีที่ใช้สำหรับการขนส่งผู้โดยสาร ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้การคมนาคมขนส่งดำเนินการไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1. ผู้ประกอบการขนส่ง

ผู้ประกอบการขนส่ง(Transport Operator) เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการผลิตบริการขนส่งผู้โดยสาร มีหน้าที่บริหารและรับผิดชอบความเสี่ยงในการดำเนินการ ผู้ประกอบการขนส่งผู้โดยสาร หมายถึง ผู้ที่จัดการผลิตบริการขนส่งโดยสารทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อบำเหน็จทางการค้า โดยผู้ประกอบการขนส่งที่ดำเนินธุรกิจขนส่งทุกประเภท จะต้องปฏิบัติตามระเบียบว่าด้วยการขนส่งของเทศนั้น ๆ เช่น การกำหนดเส้นทาง การจัดทำตารางการเดินทาง การจัดระเบียบยานพาหนะ การปรับปรุงสภาพของยานพาหนะ รวมถึงการกำหนดอัตราค่าโดยสารและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

2. ยานพาหนะ

ยานพาหนะ(Vehicle) หมายถึง สิ่งที่ใช้เพื่อการขนส่ง ได้แก่ รถยนต์ รถไฟ เรือ เครื่องบิน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับอำนวยความสะดวกในการขนส่งผู้โดยสาร

3. เส้นทางขนส่ง

เส้นทางขนส่ง(Way of route) หมายถึง เส้นทางที่กำหนดขึ้นเพื่อการคมนาคมขนส่งสินค้าและผู้โดยสารทั้งทางบกและทางน้ำ และทางอากาศ อาจเป็นเส้นทางที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ลำคลอง มหาสมุทร ท้องฟ้าหรือเป็นเส้นทางที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ถนน รางรถไฟ

4. สถานีขนส่งผู้โดยสาร

สถานีขนส่งผู้โดยสารหมายถึง สถานที่ที่จัดขึ้นเพื่อเป็นจุดหยุดรับ-ส่งผู้โดยสาร อาจตั้งอยู่ต้นทาง-ปลายทางหรือระหว่างเส้นทาง บางครั้งการเรียกที่ต่างกัน เช่น สถานีขนส่งหรือท่าขนส่ง

เราอาจแบ่งธุรกิจการขนส่งออกได้เป็น 4 ประเภทดังต่อไปนี้คือ (1) ธุรกิจการขนส่งด้วยรถยนต์ (2) ธุรกิจการขนส่งด้วยรถไฟ (3) ธุรกิจการขนส่งด้วยเรือและ (4) ธุรกิจการขนส่งด้วยเครื่องบิน

1.ธุรกิจการขนส่งด้วยรถยนต์ ค้ เป็นผู้ประกอบธุรกิจให้บริการขนส่งด้วยรถยนต์จากที่อยู่อาศัยประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ธุรกิจการขนส่งทางบกประกอบไปด้วยการขนส่งทางบกและทางรถไฟ การที่เอกชนจะเข้าไปประกอบธุรกิจการขนส่งประเภทนี้เพื่อการท่องเที่ยวมักเป็นงานดำเนินงานบริการทางรถยนต์เนื่องจากการเป็นการลงทุนที่ไม่สูงมากนัก สามารถเริ่มต้นจากธุรกิจขนาดเล็กก่อนแล้วขยายกิจการเพิ่มเติมภายหลังได้ ส่วนกิจการรถไฟในประเทศไทย เป็นหน่วยงานที่รัฐวิสาหกิจดูแลรับผิดชอบไม่ได้เปิดโอกาสให้เอกชนไปทำเพื่อธุรกิจท่องเที่ยว แต่การรถไฟมีนโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการของรัฐบาลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การขนส่งทางบกช่วยนักท่องเที่ยวได้ สองประการสำคัญ คือ เดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง และการเดินทางในจุดหมายปลายทางเหล่านั้นไม่ว่าจะเป็นการเดินทางจากสถานีขนส่งผู้โดยสาร ได้แก่ สนามบินท่าเรือ เป็นต้น

1.1รถยนต์โดยสาร เป็นอุปกรณ์หรือยานพาหนะที่ใช้ในการขนบริการส่งนักท่องเที่ยวทางรถยนต์ มีทั้งรถยนต์โดยสารต่ำกว่า 7 ที่นั่ง และเกินกว่า 7 ที่นั่งได้ให้บริการซึ่งจะทำให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบายและปลอดภัย

1.2 รถยนต์โดยสารสาธารณะ เป็นรถยนต์ที่นำมารับจ้างขนส่งบุคคลเพื่อสินจ้างทั้งประจำทางและไม่ประจำทาง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2. ธุรกิจการขนส่งด้วยรถไฟ เป็นผู้ประกอบธุรกิจให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยวด้วยรถไฟจากที่อยู่อาศัยประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งไปยังจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเป็นผู้จัดหาขบวนรถไฟ เส้นทางรถไฟ และสถานีรถไฟเพื่อผลิตบริการขนส่งทางรถไฟ แล้วขายบริการที่ผลิตได้ให้แก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นธุรกิจการขนส่งทางรถไฟจึงมีองค์ประกอบสำคัญ

2.1 เส้นทางรถไฟ เป็นเส้นทางสำหรับขบวนรถไฟโดยสารวิ่งบริการไปยังที่ต่างๆ ซึ่งมีทั้งเส้นทางรถไฟระบบทางเดี่ยวและทางคู่ โดยเส้นทางรถไฟแต่ละสายจะมีความยาวไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

2.2 สถานีรถไฟ เป็นสถานีขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารขึ้นและลงรถไฟเข้าจอดรับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกปลอดภัยแก่ขบวนรถไฟและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

3.ธุรกิจการขนส่งด้วยเรือ เป็นผู้ประกอบธุรกิจให้บริการขนส่งด้วยเรือจากที่อยู่อาศัยประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเป็นผู้จัดหาเรือ เส้นทางเดินเรือ และให้บริการของท่าเรือ เพื่อผลิตบริการขนส่งทางเรือ แล้วขายบริการที่ผลิตได้ให้แก่นักท่องเที่ยว

1. เรือ เป็นอุปกรณ์หรือยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งทางเรือเพื่อให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย ยิ่งเรือที่บริการเส้นทางไกลๆจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อีกมาก เช่นมีบริการห้องพักเหมือนโรงแรมลอยน้ำ บริการอาหาร เครื่องดื่ม และบริการบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นห้องแสดงบนเวที โรงภาพยนตร์ บาร์ ในตัวลำ เป็นต้น รูปแบบการบริการการขนส่งทางเรือเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประเทศที่ยังมีผู้นิยมเดินทางโดยทางน้ำในพื้นที่ การคมนาคมขนส่งทางน้ำจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ที่ต้องการเดินทางอย่างรวดเร็วในเส้นทางที่มีการให้บริการขนส่งทางน้ำ และการบริการนี้ยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวโดยทางน้ำ เพื่อสัมผัสบรรยากาศและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชาวบ้าน

1.1 เรือข้ามฟากเจ้าพระยา เป็นการบริการขนส่งประชาชนที่เดินทางไป-มา ระหว่างท้องที่ซึ่งมีเขตที่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นิยมท่องเที่ยวหาประสบการณ์ โรงแรมใหญ่ ๆ ริมน้ำเจ้าพระยาหลายแห่งจัดให้มีบริการ สำหรับแขกโรงแรม

1.2 เรือด่วนเรียบแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นการคมนาคมทางน้ำที่มีประสิทธิภาพสูงในด้านความสะดวกรวดเร็ว โดยเป็นการดำเนินธุรกิจของเอกชน และเป็นการคมนาคมที่กำหนดเวลาได้เป็นอย่างดี

1.3 เรือหางยาว เป็นการขนส่งผู้โดยสารทางน้ำที่ใช้เรือหางยาวสำหรับขนส่งประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ๆ มีการคมนาคมไม่สะดวก และประชาชนที่อาศัยอยู่ที่ริมแม่น้ำ ลำคลอง ผู้โดยสารส่วนใหญ่มักจะอาศัยอยู่ทำน้าหน้าบ้านหรือทำสวนรวม เช่น ทำวัด ทำสาธารณะ เพื่อกอยเรือขึ้นหรือลง

1.4 เรือท่องเที่ยว เป็นเรือที่จัดบริการสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อชมทัศนียภาพตามแม่น้ำลำคลองต่าง ๆ เช่น คลองมอญ คลองบางขวาง โดยมีเรือท่องเที่ยวจอดรอให้บริการตามจุดที่สำคัญ ได้แก่ ท่าช้าง คลองบางขวาง หรืออาจมีบริษัทเอกชนจัดบริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปตามจังหวัดต่าง ๆ เช่น นนทบุรี ปทุมธานี เป็นต้น

1.5 เรือภัตตาคาร เป็นเรือที่จัดบริการล่องเรือและจัดบริการอาหารเพื่อให้แขกที่มารับประทานอาหารของร้านอาหาร ภัตตาคารหรือโรงแรมต่าง ๆ ได้ชมทิวทัศน์ที่สวยงามสองฝั่งน้ำ เป็นการสร้างบรรยากาศหนึ่งให้กับลูกค้า

1.6 เรือสำราญ เป็นเรือที่ให้บริการทั้งที่พัก อาหารและการอำนวยความสะดวกอื่นแก่นักท่องเที่ยวภายในเรือ มีเส้นทางบริเวณชายฝั่งในมหาสมุทร ทั้งภายในและต่างประเทศ สำหรับประเทศไทยยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมมากเท่าไร

2 ท่าเรือ เป็นสถานีส่งทางน้ำที่ใช้บริการแก่เรือที่เข้าจอดเพื่อรับส่งนักท่องเที่ยว จึงมีหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับเรือและนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ท่าเรือจะมีขนาดเล็กอย่างท่าเรือข้ามฟากจนถึงท่าเรือขนาดใหญ่อย่างท่าเรือน้ำลึกโดยปกติรัฐบาลจะเป็นผู้ดำเนินการสร้างท่าเรือเอง

4. ธุรกิจการขนส่งด้วยเครื่องบิน เป็นผู้ประกอบธุรกิจการให้บริการขนส่งด้วยเครื่องบิน จากที่อยู่อาศัยประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเป็นผู้จัดหาเครื่องบิน เส้นทางบิน แล้วให้บริการเครื่องช่วยการเดินอากาศและท่าอากาศยานเพื่อผลิตบริการขนส่งทางเครื่องบิน แล้วให้บริการเครื่องช่วยการเดินอากาศและท่าอากาศยานเพื่อผลิตบริการขนส่งทางเครื่องบิน จากนั้นขายบริการที่ผลิตได้ให้แก่นักท่องเที่ยว สำหรับในปัจจุบันรัฐบาลเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจคมนาคมขนส่งทางอากาศภายในประเทศ พ.ศ.2544 มีสายการบินใหม่เปิดให้บริการหลายสาย ได้แก่ ภูเก็ตแอร์ บางกอกแอร์เวย์ เป็นต้น ได้ขยายเส้นทางการบินรับการเปิดเสรีเส้นทางการบินกันอย่างเต็มที่

เครื่องบิน เป็นอุปกรณ์หรือยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งทางเครื่องบิน เพื่อให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบายโดยมีที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยวชั้นต่างๆ คือชั้นหนึ่งชั้นธุรกิจและชั้นประหยัดในแต่ละชั้นของที่นั่งจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันของการให้บริการ

ประเภทและลักษณะการให้บริการ

1. การบริการที่มีตารางบินประจำ หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการการขนส่งผู้โดยสารเป็นประจำตามเส้นทางที่กำหนดทั้งภายในและระหว่างประเทศ เป็นการบริการสม่ำเสมอ และเปิดบริการแก่สาธารณชน แบ่งเป็นประเภทย่อยได้ดังนี้

1.1 สายการบินหลัก เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการได้รับมอบอำนาจ เพื่อจัดบริการเป็นประจำ มีกำหนดแก่สาธารณะชนในเส้นทางระยะไกลที่มีผู้ให้บริการหนาแน่น

1.2 สายการบินท้องถิ่น เป็นธุรกิจบริการที่ผู้ประกอบการได้รับมอบอำนาจ เพื่อจัดบริการเป็นประจำ มีกำหนดต่อสาธารณะชนบนเส้นทางระยะใกล้ ที่มีผู้ให้บริการไม่มากนัก

2. การบริการที่ไม่มีเวลาตารางบินเป็นประจำ หมายถึง ธุรกิจให้บริการขนส่งผู้โดยสารทั้งภายในและต่างประเทศ มีลักษณะการเช่าเหมาลำไม่มีตารางบินประจำ แต่เป็นการตกลงระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้ประกอบธุรกิจ แบ่งประเภทย่อยได้ดังนี้

2.1 สายการบินเช่าเหมาลำ เป็นธุรกิจที่ให้บริการเช่าเหมาลำขนาดใหญ่ส่วนใหญ่เพื่อการเดินทางเป็นหมู่คณะ หรือการบินเฉพาะช่วงเทศกาลพิเศษ

2.2 สายการบินแท็กซี่อากาศ เป็นธุรกิจให้บริการเช่าเหมาลำขนาดเล็กมีความจุน้อย ดำเนินการบินเฉพาะผู้มาขอเช่าทำการบินเท่านั้น

2.3 สายการบินเฮลิคอปเตอร์ เป็นธุรกิจที่ให้บริการเช่าอากาศยานประเภทเฮลิคอปเตอร์ส่วนใหญ่ให้บริการรับส่งคนใช้ฉุกเฉิน

4.ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจการให้บริการการจำหน่ายสินค้าประเภทที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนเองนับเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้การเดินทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีชีวิตชีวาออกรสชาตมากยิ่งขึ้นเมื่อได้มีโอกาสจับจ่ายใช้สอยซื้อของที่ระลึกตามพนักงานต้อนรับมักนิยมซื้อสินค้าที่ระลึกในท้องถิ่นที่เข้าไปเที่ยวเพื่อนำไปใช้เองหรือเก็บไว้เป็นที่ระลึกหรือนำไปฝากญาติมิตรโดยมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเมื่อเดินทางกลับภูมิลำเนาแล้วมักจะนำประสบการณ์ที่ประทับใจไปเล่าให้ญาติมิตรฟังถึงความตื่นเต้นที่ได้สินค้าที่ระลึกชิ้นนี้มา สินค้าที่ระลึกมักถูกพัฒนามาจากศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นอยู่ภายในท้องถิ่น เป็นวัตถุดิบและใช้แรงงานฝีมือคนในท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นการผลิตภายในครัวเรือน เพื่อให้ได้สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น รวมทั้งสะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมและ

ชนบทธรรมเนียมประเพณีพื้นเมือง ลักษณะสินค้าส่วนใหญ่เน้นประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน รวมทั้งสนองความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

ลักษณะของธุรกิจสินค้าที่ระลึก

1. ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจขนาดย่อม ที่มีการบริหารงานเป็นปอย่างอิสระ ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการจะเป็นผู้บริหาร เอง แม้ว่าจะมีบุคคลภายในครอบครัว เพื่อนฝูง หรือลูกจ้างจำนวนไม่กี่คนมาช่วยบ้าง แต่การตัดสินใจดำเนินการส่วนใหญ่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการมากกว่าจะใช้ผู้บริหารมืออาชีพ
2. เงินทุนค่อนข้างจำกัด ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่ใช้เงินทุนในการดำเนินงานค่อนข้างจำกัด เพราะเงินทุนส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการเอง
3. อุตสาหกรรมภายในครัวเรือน ธุรกิจสินค้าที่ระลึกมักเริ่มต้นด้วยการผลิต หรือค้าปลีกสินค้าที่ระลึกในรูปแบบอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนหรือธุรกิจครอบครัว ส่วนใหญ่เริ่มมาจากสินค้า พวกหัตถกรรม ผลิตเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวันในครัวเรือน ต่อมาได้มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันในตลาดและขายส่งออกต่างถิ่น
4. อยู่ในชุมชน ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในเขตท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง โดยที่ผู้ประกอบการและลูกจ้างจะอาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนั้น
5. ไม่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจที่มีการประดิษฐ์หรือสร้างสรรค์งานฝีมือด้วยความคิดและความสามารถของผู้ประกอบการและความร่วมมือของพนักงาน คดยไม่มีการใช้เทคโนโลยีในระดับสูง
6. โรงงานขนาดเล็ก ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจบริการขนาดย่อมที่นำเอาวัตถุดิบและปัจจัยการนำเข้าต่าง ๆ มาผ่านกระบวนการแปรรูปจนกลายมาเป็นสินค้าที่ระลึก ดังนั้นธุรกิจสินค้าที่ระลึกในปัจจุบันมีลักษณะส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้เงินทุนค่อนข้างจำกัด เป็นอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนหรือโรงงานขนาดเล็ก มักดำเนินการอยู่ในชุมชน ส่วนใหญ่ใช้แรงงานที่มีฝีมือไม่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงเป็นธุรกิจที่มีการจำหน่ายทั้งค้าส่งและค้าปลีก

บุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2548 : 195) ได้กล่าวว่า สินค้าที่ระลึกนั้นที่สำคัญมีอยู่ 7 ประการดังต่อไปนี้คือ

- (1) เป็นสินค้าเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่ไปท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่เมื่อเอ่ยถึงทุกคนก็รู้ถึงหรือเดาที่มาของสินค้านั้นได้หรือเมื่อยามเห็นสินค้านี้ก็ให้นึกถึงสถานที่ซื้อได้ เช่น เครื่องแกะสลักเมืองแพร่ เครื่องเงินเชียงใหม่ ข้าวหลามนครปฐม เป็นต้น
 - (2) เป็นสินค้าที่หายากและราคาแพงเป็นสินค้าที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นต้นกำเนิดหรือมีชื่อเสียงในการผลิตสินค้าที่ระลึกประเภทนี้ ทำให้แน่ใจว่าได้สินค้าที่เป็นของแท้หรือมีราคาถูกกว่าที่อื่น เช่น อัญมณี หินแร่บางชนิด เป็นต้น
 - (3) เป็นสินค้าที่มีราคาถูกกว่าที่วางขายในภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเป็นสินค้าใช้สอยที่นักท่องเที่ยวใช้ประจำวัน แต่มีราคาถูกกว่าที่ซื้อในภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเอง เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เครื่องหนัง อาหารแห้ง ภาชนะใช้ในครัวเรือน บุหรี่ เหล้า เป็นต้น
 - (4) เป็นสินค้าที่ออกแบบผลิตภัณฑ์แปลกและมีประโยชน์ใช้สอยเป็นสินค้าที่มีความแปลกใหม่ในการออกแบบหรือมีประโยชน์ใช้สอยเป็นพิเศษ เช่น เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก พวงกุญแจ อุปกรณ์แกะสลัก ของเลียนแบบโบราณ ตุ๊กตา เป็นต้น
 - (5) เป็นสินค้าที่มีรูปร่าง ขนาดและน้ำหนักเหมาะต่อการขนส่ง เป็นสินค้าที่ไม่ประจบหรือซำดง่าย ถ้าหากสินค้านั้นมีจุดอ่อนดังกล่าวดังกล่าวจะต้องหาทางแก้ไข เช่น มีการบรรจุหีบห่อที่มีประสิทธิภาพ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีน้ำหนักน้อยและมีขนาดเล็กลง เป็นต้น
 - (6) เป็นสินค้าที่ใช้วัสดุและแรงงานในท้องถิ่นนั้นเป็นสินค้าที่นำวัสดุเหลือใช้ไร้ค่ามาแปรรูปเป็นสินค้าที่ระลึก ซึ่งจะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม นอกจากนั้นการใช้แรงงานเด็กและสตรีนอกเวลา งานประจำมาผลิตสินค้า ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่
 - (7) เป็นสินค้าที่มีการแสดงขั้นตอนการผลิตให้นักท่องเที่ยวเห็นหรือทดลองทำเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการผลิต เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและเห็นคุณค่าของสินค้า เช่น ให้นักท่องเที่ยวเก็บผลไม้ด้วยตนเอง การทอผ้าให้นักท่องเที่ยวชม เป็นต้น
- สินค้าที่ระลึกเมื่อนักท่องเที่ยวซื้อไปฝากญาติมิตร ย่อมแสดงถึงความมีน้ำใจและความระลึกถึงผู้เดินทางมาท่องเที่ยวต่อผู้รับปาก ทำให้ผู้รับดีใจและผู้ให้มีความสุข จึงไม่แปลกที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะซื้อสินค้าที่ระลึกไปฝากญาติมิตรหลายคน แต่ถ้าไม่ซื้อสินค้าที่ระลึกกลับไปเป็นเรื่องแปลก เพราะมีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวถึงต่างประเทศ แต่ไม่มีของที่ระลึกมาฝากสำหรับญาติมิตรเลย ก็จะดูเป็นคนไร้น้ำใจเกินไป ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศมักจะซื้อของที่ระลึกจำนวนมาก การซื้อสินค้านั้นจึงไม่ได้จำกัดอยู่แต่เพียงซื้อสินค้าเก็บไว้เพื่อ

เดือนใจว่าครั้งหนึ่งได้เคยมาเยือนที่แห่งนี้เท่านั้น แต่สินค้าที่ระลึกยัง หมายถึง สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อหรือนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนไม่ว่าจะมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน หรือเป็นของที่ระลึกเก็บไว้เดือนใจถึงถิ่นที่เคยไปเยือน หรือเป็นของฝากสำหรับญาติมิตรก็ได้ เป็นผลให้ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกนั้นทำรายได้สูงสุดเมื่อเทียบกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่ง ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก นั้น หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าใด ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนเองไม่ว่าจะด้วยความมุ่งหมายหรือใช้สอยในชีวิตประจำวัน หรือเพื่อเป็นของที่เก็บไว้เป็นที่ระลึกไว้เดือนใจถึงถิ่นที่เคยไปเยือน

5.ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม(Food and beverage)

ธุรกิจ ร้านอาหารและเครื่องดื่มนั้นเป็นธุรกิจที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นธุรกิจที่ให้บริการเฉพาะอาหาร หรือเฉพาะเครื่องดื่มหรือทั้งสองประเภทรวมกัน เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านไอศกรีม การบริการอาหารและเครื่องดื่มหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับศักยภาพของเจ้าของกิจการ(สร้อยา วรากุลทิพย์ 2546 : 7)

ความสำคัญของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสำคัญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

- 1.ช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปทีใดก็ตาม จำเป็นต้องรับประทานอาหารอย่างน้อยวันละ 2-3 มื้อหลัก ๆ และอาจรวมอาหารว่างอีก 1-2 มื้อ ดังนั้นการรับประทานอาหารจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยวหรือผู้นำเที่ยวจะต้องคำนึงถึง
- 2.เป็นสิ่งที่สนใจอย่างหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว อาหารสามารถนำมาใช้เป็นสิ่งสนใจในการท่องเที่ยวในสถานที่บางแห่งที่อาหารท้องถิ่นเป็นที่รู้จักกันอย่างดี สามารถนำมาใช้เป็นสิ่งสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น การดื่มไวน์ที่มีคุณภาพจากฝรั่งเศส
- 3.ช่วยดึงดูดเงินตราจากนักท่องเที่ยว การจัดอาหารที่มีคุณภาพ การตกแต่งอาหารที่งดงาม วิธีการรับประทานอาหารแบบไทยที่แตกต่างไปจากประเทศอื่นเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากทดลองและใช้จ่ายเงินซึ่งเป็นการช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศ
- 4.ช่วยสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ พร้อมอาหารดี ๆ ย่อมสร้างความประทับใจ นอกจากความประทับใจในสถานที่นั้นแล้วยังเกิดความประทับใจอาหารอยากที่จะรับประทานอีก

5.ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พักแรม ในระยะแรกธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในสถานที่พักแรมจัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้พักแรมมากกว่าการคำนึงถึงรายได้

สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 114) ได้แบ่งธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1.ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเชิงพาณิชย์ (Commercial Food & beverage)

ได้แก่ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีจุดมุ่งหมายในการขายบริการเพื่อแสวงหากำไร โดยเปิดบริการแก่ลูกค้าทุกคน เช่น ภัตตาคาร อาหารจานด่วน คอฟฟี่ช็อป กาแฟที่เรีย บริการอาหารเครื่องดื่มในโรงแรมและสถานประกอบการอื่น ๆ เช่น สโมสร ห้างสรรพสินค้า รวมทั้งการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มในระหว่างการเดินทาง อาทิ อาหารในเครื่องบิน รถไฟ รถทัวร์

2.ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในสถาบัน(Institutional Food & Beverage)

ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มซึ่งจัดขึ้นเพื่อบริการแก่กลุ่มลูกค้าเฉพาะในสถาบันแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นการดำเนินการในรูปแบบของสวัสดิการไม่เน้นผลกำไร แต่เน้นการควบคุมค่าใช้จ่ายให้เหมาะสม เช่น บริการอาหาร และเครื่องดื่มในโรงพยาบาล โรงเรียน เป็นต้น

สถานการณ์การท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากรายงานของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางมาประเทศไทยในปี 2545 เริ่มมีมากขึ้นหลังจากมีแนวโน้มลดลงในช่วงเดือนกันยายน – พฤศจิกายน 2544 เนื่องจากเหตุการณ์วินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา โดยการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐบาล การประชาสัมพันธ์ และมาตรการรักษาความปลอดภัย ทำให้ในปี 2545 มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 10.78 ล้านคน เพิ่มขึ้น จากปี 2544 ร้อยละ 7.3 สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 339,658 ล้านบาท และมีอัตราการเข้าพักโรงแรมเฉลี่ยทั้งปี ที่ร้อยละ 60.6เมื่อดูโครงสร้างนักท่องเที่ยวตามสัญชาติ ร้อยละ 57.75 เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก ซึ่งมีการขยายตัวสูงของนักท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านทั้งมาเลเซีย เวียดนาม ฮองกง และเกาหลี ขณะที่นักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา มีสัดส่วนร้อยละ 24.53 และ 6.76 ตามลำดับ

สถานการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวระยะอำของนักท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวระยะอำ จังหวัดเพชรบุรี ปี 2550 ภาพรวมของการเดินทางท่องเที่ยวในระยะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 7.39 โดยผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.18 ขณะที่ชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 6.82 การที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีอัตราการเติบโตลดลง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากท่องเที่ยวยุโรป กลุ่มสแกนดิเนเวียหันไปเดินทางท่องเที่ยวภาคใต้มากขึ้น หลังจากเดินทางลดลงตั้งแต่เกิดเหตุการณ์สึนามิเป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม ชะอำยังคงมีภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สงบสวยงาม เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัว ประกอบกับการจัดกิจกรรมต่างๆอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อรณรงค์ให้เกิดการเดินทางมากขึ้น อาทิ เทศกาลกอล์ฟหัวหิน/ชะอำ การจัดงานเทศกาล “กินหอย ดูนก ตกหมึก” และการจัดงานเทศกาลว่าไทยและว่านานาชาติ เป็นผลให้การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวยังขยายตัวในทิศทางบวกได้ ในการเดินทางแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 2.09 วัน โดยชาวต่างชาติจะพำนักวันกว่าชาวไทย นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายแต่ละวันประมาณ 1,876.18 บาท มีอัตราลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 0.23 มีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 6,862.04 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 917.22 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.35 ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 1,984.48 ล้านบาท เมื่อรวมรายได้ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยไม่รวมค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่างจังหวัดรวมทั้งสิ้น 8,846.52 ล้านบาท มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.42 ดังนั้น ผู้เยี่ยมชมมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันในการเดินทางระหว่างอยู่ในจังหวัดเพชรบุรีประมาณ 1,519.74 บาท และมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.52

สำหรับสถานการณ์ด้านการพักแรม พบว่า มีจำนวนที่พักทั้งสิ้น 126 แห่ง เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.13 มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 5,196 ห้อง นักท่องเที่ยวมีอัตราการเข้าพักในโรงแรมระดับราคา 1,000 – 1,499 บาทที่สุด เพิ่มขึ้นร้อยละ 101.40 และอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 48.48 เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 3.48 นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยในสถานพักแรม 1.49 วัน สำหรับชาวต่างชาติที่เข้ามาพักในพื้นที่แยกเป็นรายสัญชาติ ได้แก่ สหราชอาณาจักร เยอรมัน ฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ สวีเดนและนอร์เวย์ ตามลำดับ

แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

กิตติมา ปรีดีคิดล(2524:321-322) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงาน และเขาได้รับการตอบสนองความต้องการของเขาได้

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (อ้างถึงใน วสันต์ กระจมทอง 2538 :28) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ทักษะทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนไปตามความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

ชรีณี เดชจินดา (อ้างถึงใน ประมุข วิจารย์ปรีชา 2538 :17) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งก่อน ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลง หรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้น ไม่ได้รับการตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

วราภรณ์ ช้วนนุกิจ (อ้างถึงใน วิโรจน์ นิมิตรโกถานันท์ 2547: 8) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เป็นความรู้สึกที่สามารถปรับเปลี่ยนได้เสมอขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ สภาพแวดล้อมช่วงเวลาในขณะนั้น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 344) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดในทางที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดซึ่งสามารถจัดเป็นพฤติกรรมทางด้านอารมณ์ เพราะพฤติกรรมทางด้านจิตใจอารมณ์เป็นภาวะที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลอื่น ได้แก่ ความสนใจ ความรู้สึก ทำที่ความชอบ เป็นต้น

หลุย จำปาเทศ (2539:19) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการได้บรรลุเป้าหมายพฤติกรรมที่แสดงออกมาถึงมีความสุข สัมผัสจากสายตา คำพูด และการแสดงออก จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2544:30) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกนึกคิด ทักษะของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสภาพแวดล้อมในความรู้สึกที่ดีหรือทางที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ

สรุปความหมายของ ความพึงพอใจได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะเกิดขึ้นต่อเมื่อเขาได้รับการตอบสนองความต้องการในทางตรงกันข้าม ถ้าเขาไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการ ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ทฤษฎีความพึงพอใจของเฮิร์ซเบอร์ก(Herzberg)

ในการศึกษาความต้องการของคนเกี่ยวกับการทำงาน (Herzberg 's Two-factor Theory) และสรุปความต้องการของคนเราได้เป็น 16 ชนิด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย แบ่งเป็น 2 พวก คือ ปัจจัยเพื่อสุขภาพที่จำเป็นสำหรับทุกคน (Hygiene Factor) และปัจจัยเพื่อการจูงใจให้ขยันตั้งใจทำงาน (Motivator Factor) ปัจจัยทั้ง 2 พวกนี้ยังแบ่งออกเป็นปัจจัยที่ได้รับการกระตุ้นจากภายนอก (Extrinsic Factors) และปัจจัยที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในให้ต่อสู้งาน (Intrinsic Factor) ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.ปัจจัยจูงใจภายนอก(Extrinsic Factor)

- 1.1 ค่าตอบแทน เงินเดือน
- 1.2 ได้รับการสอนงานหรือเทคนิค หรือมีหัวหน้าที่เก่ง
- 1.3 มีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงานและเจ้านายหรือลูกน้อง
- 1.4 สภาพการทำงานที่ดีมีความมั่นคงในการทำงาน

2.ปัจจัยจูงใจภายใน (Intrinsic Factor)

- 2.1 ความสัมฤทธิ์ผลในงานที่ทำ
- 2.2 การยอมรับหรือการได้รับการยกย่องจากเพื่อนร่วมงาน
- 2.3 การได้รับผิดชอบในงานที่ทำหรืองานของผู้อื่น
- 2.4 ความก้าวหน้าในตำแหน่งงานหรือในหน้าที่
- 2.5 ได้งานที่ถนัดและชอบ
- 2.6 มีโอกาสได้ประสบการณ์ใหม่ๆ จากงานที่ทำ

(ลักษณะ สรวิวัฒน์ 2549:26)

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์(Maslow)

แนวความคิดของมาสโลว์ มาสโลว์มองว่ามนุษย์แต่ละคนมีศักยภาพพอสำหรับที่จะค้นหาตัวเอง มนุษย์ไม่อยู่นิ่ง แต่จะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ ตามสภาพแวดล้อมและแสวงหาความต้องการที่จะเข้าใจตนเอง ยอมรับตนเองทั้งในส่วนดี ส่วนบกพร่อง รู้จักจุดอ่อน และความสามารถของตนเอง เขาได้อธิบายว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์มีมากมายหลายอย่างด้วยกัน ซึ่งต้องได้รับความพึงพอใจจากความต้องการพื้นฐานหรือต่ำสุดเสียก่อนจึงจะผ่านขึ้นไปยังความต้องการขั้นสูงตามลำดับ

ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) มีดังต่อไปนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย(Psychological Needs)

เป็นความต้องการที่ช่วยในการดำรงชีวิตมนุษย์ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิต ได้แก่ ความต้องการทางน้ำ อาหาร อากาศ การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ เมื่อได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจจึงจะข้ามไปสู่ความต้องการในลำดับขั้นต่อไป

2. ความต้องการความปลอดภัย (Security Need)

ความรู้สึกว่าตนต้องการความปลอดภัยสำหรับมนุษย์นั้นมีอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์มาก ซึ่งความต้องการนี้จะเห็นชัดในเด็กเล็ก ถ้าเขาได้รับความรักความอบอุ่น ได้รับการเลี้ยงดูอย่างเอาใจใส่ จะเกิดความรู้สึกอุ่นใจ เกิดความรู้สึกปลอดภัย การพัฒนาบุคลิกภาพในวัยต่อ ๆ มาจึงเป็นบุคลิกภาพที่ได้รับการยอมรับจากสังคม

3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Love and Belonging Need)

ทุกคนอยากได้รับความรักจากคนอื่น อยากเป็นเจ้าของคนอื่น และในขณะเดียวกันก็อยากให้ตนเป็นที่รักเช่นเดียวกัน หากบุคคลใดมิได้รับความรักและไม่ยอมรับจากผู้อื่น บุคคลจะเกิดความคับข้องใจปรับตัวไม่ได้ และจะทำให้พฤติกรรมผิดปกติ

4. ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ (Self-esteem Need)

เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจในด้านความรักมาแล้ว ก็จะเกิดความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ ซึ่งมี 2 ด้าน คือ ความต้องการนับถือตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเอง ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยบุคคลอื่น กับความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น มีความรู้สึกที่ผู้อื่นยอมรับในความสามารถของตน

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self Actualization Need)

ความต้องการขั้นนี้จะพัฒนาขึ้นมาได้ต้องผ่านการพัฒนาทั้ง 4 ขั้น อย่างพึงพอใจและมีประสิทธิภาพมาก่อน บุคคลจึงจะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงตรงตามสภาพที่เป็นอยู่ เข้าใจถึงความสามารถ ความสนใจ ความต้องการ การยอมรับได้ในส่วนที่เป็นจุดอ่อนหรือจุดบกพร่องของตน และพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงแปลงให้มีจุดอ่อนน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

แม้ว่าการวิจัยจะไม่เที่ยงตรงและชัดเจนในด้านต่าง ๆ ตลอดจนเป็นการยากที่จะพิสูจน์ความเข้าถึงขั้นสูงสุดอย่างเป็นทางการก็ตาม ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ก็ได้ให้สิ่งสำคัญ 2 ประการ คือ ได้ชี้วัดถึงความต้องการอันซับซ้อนของมนุษย์ และได้เน้นให้เห็นความต้องการที่เป็นลำดับขั้น เช่น ถ้าคนเราหิวแล้วเขาจะต้องการอาหาร ถ้าเขาไม่ได้รับประทานอาหารอย่างหวังเลยว่าเขาจะนึกถึงความรักและเกียรติยศ ทฤษฎีช่วยให้เราเข้าใจว่า เหตุของสงครามและความอดอยากก็ตาม อาจจะก่อให้เกิดความริ้วรานของความสัมพันธ์ในครอบครัว และจะไม่คำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้ใด นอกจากความต้องการของตนเองเท่านั้น (ถวิล ธาราโกชนและคณะ 2547:135)

พื้นที่ศึกษา



พื้นที่ศึกษา

ภาพที่ 1 พื้นที่ศึกษาชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ที่มา: แผนที่ประเทศไทย [Online] Accessed 18 December 2008. Available

From www.99bayresort.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=139126&Ntype=5

ชายหาดชะอำเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดเพชรบุรี และภาคตะวันตก โดยหาดชะอำอยู่ห่างจากเมืองเพชรบุรี 41 กิโลเมตร ไปตามถนนเพชรเกษมจากนั้นแยกซ้ายที่ทางยกระดับ หุบกะพงอีกประมาณ 2 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นหาดทรายสวยงามชายหาดทอดยาว มีถนนเรียบชายหาดยาว 5 กิโลเมตร เหมาะสำหรับการพักผ่อนและเล่นน้ำ และนอกจากนี้ยังมีที่พักและร้านอาหารอีกมากมายหลายระดับให้เลือก ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวกันมากมาย

สิ่งที่น่าสนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำได้แก่

1. ชายหาดชะอำ ปัจจุบันมีร้านค้าตลอด 2 ข้างทาง และโรงแรมที่พักต่าง ๆ มากมาย บรรยากาศคล้ายกับหาดบางแสนในอดีต บริเวณชายหาดมีเก้าอี้ผ้าใบ และร่มกางหนาแน่นตลอด นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมทางน้ำ เช่น เจ็ตสกีให้บริการด้วย เป็นต้น
2. สะพานปลา ตั้งอยู่บริเวณใกล้กับวัดเนรัญชรามีเรือประมงจอดอยู่เรียงรายอยู่มากมาย มีร้านอาหารจำหน่ายของทะเลสดวางจำหน่ายตลอดวัน
3. วัดเนรัญชราราม ได้รับการตั้งให้สอดคล้องกับชื่อวังมฤคทายวันซึ่งสร้างโดยรัชกาลที่ 6 ตามเรื่องราวในพุทธประวัติเกี่ยวกับแม่น้ำเนรัญชราและป่าอิสิปตนมฤคทายวันสิ่งสำคัญที่น่าสนใจในวัดได้แก่ พระอุโบสถลักษณะทรงอินเดีย ซึ่งไม่ค่อยพบเห็นในประเทศไทย เป็นพระอุโบสถที่สร้างเมื่อ พ.ศ. 2377 พระประธานในพระอุโบสถ คือ หลวงพ่อทอง สร้างเมื่อปี 2478 เป็นพระพุทธรูปที่ชาวบ้านเชื่อว่ามีคุณศักดิ์สิทธิ์ บริเวณลานกลางแจ้งมี พระพุทธรูปปิดทวารทั้ง 9 ที่ไม่เหมือนที่ใดในประเทศไทย สร้างเมื่อ พ.ศ. 2527 เพื่อให้ประชาชนที่มาเที่ยวชะอำได้มีสิ่งสักการะ เป็นพระพุทธรูปปูนปั้นสีขาว นั่งปิดทวารทั้ง 9 คือ ดาสอง จมูกสอง หูสอง ปากหนึ่ง ทวารหนัก ทวารเบา รวมเป็น 9 เป็นปริศนาธรรมซึ่งหมายความว่าถึงการตัดกิเลสโดยวิธีปิดช่องทางการเข้าและออกของกิเลสหรือสิ่งไม่ดีงามทั้งหลาย นอกจากนี้ยังมีศาลาจตุรมุขประดิษฐานรอยพระพุทธรูปทองเหลือง สร้างเมื่อ พ.ศ. 2491 และรูปหล่อพระครูสุนทรวิโรจน์ (สงวน ชากโร) ซึ่งเป็นเจ้าอาวาสวัดนี้เป็นระยะเวลานานถึง 52 ปี และได้สร้างความเจริญให้แก่วัดและท้องถิ่นเป็นอันมาก
4. ที่ขึ้นปลาของชาวบ้าน บริเวณชายหาดช่วงถนนหนองแจ้งกับบ้านพักปูนซีเมนต์ไทยเป็นจุดที่ทางเทศบาลอนุญาตให้เรือประมงขนาดเล็กของชาวบ้านเข้าเทียบชายหาด โดยจะ นำปูขึ้นมาจากทะเลวางขายอยู่ทั่วไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัญญา ชิมสื่อ(2547:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง “ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะเสม็ดในเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2546 จำนวน 368 คน ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว และด้าน กิจกรรมและนันทนาการ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการสื่อความหมาย ป้าย สัญลักษณ์ ข้อความและการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการ ภูมิทัศน์และทัศนียภาพ อยู่ในระดับปานกลาง

เขาวรี เจริญสวัสดิ์ (2543:บทคัดย่อ)ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้ประโยชน์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพื่อนันทนาการ “ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่มีความ สัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้ประโยชน์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพื่อ นันทนาการ วิธีการดำเนินการวิจัยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป ที่อยู่พักแรมด้วยเต็นท์ ณ สถานที่กางเต็นท์ผากล้วยไม้ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวน 300 ราย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ โดยกลุ่มที่มีอายุน้อยมีความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก กลุ่มที่มีความคาดหวังต่อการพักผ่อนหย่อนใจ ในระดับสูงมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่มีความคาดหวังปานกลางและต่ำ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความ พึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในระดับปานกลางร้อยละ 51.9 ปัจจัยที่มีความ สัมพันธ์ต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความคาดหวังต่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยกลุ่มที่มีความคาดหวังต่อการพักผ่อนหย่อนใจ ในระดับสูงมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่ม ที่มีความคาดหวังปานกลางและต่ำ

วีระศักดิ์ คณะบุรณ์ (2546:บทคัดย่อ)ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย“ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิหลังของนักท่องเที่ยว ที่เข้าไปพักผ่อนในอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก และความสัมพันธ์ระหว่างภูมิหลังของนักท่องเที่ยว กับความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก

โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จำนวน 365 ราย ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาเที่ยวชม น้ำตก ชมถ้ำ พักผ่อนปิกนิก กางเต็นท์พักแรม ศึกษาธรรมชาติ เดินป่า ถ่ายรูปบันทึกภาพ และคุณนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและความต้องการเฉลี่ยต่อการแบ่งเขตพื้นที่ใช้สอยในเขตพื้นที่ นันทนาการ 0.87 และ 0.73 การออกแบบแผนผังพืชพรรณ 0.76 และ 0.71 การออกแบบทัศนียภาพ และมุมมอง 0.88 และ 0.80 รูปแบบสถาปัตยกรรม 0.78 และ 0.68 ระบบการสัญจร 0.80 และ 0.81 และการออกแบบและจัดระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ 0.81 และ 0.66 ตามลำดับ ส่วนเรื่องความแตกต่างระหว่างภูมิหลังนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของ นักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างของภูมิหลัง มีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันของรายได้ มีความต้องการต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

บุญฤทธิ์ ลิ้มกลิ่น (2547:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศึกษา สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ระดับความพึงพอใจ และเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติเขาสก บริเวณเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม ลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวแตกต่างกันการศึกษาได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสอบถาม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาสก บริเวณเขื่อนรัชชประภา รวมจำนวน 398 ราย ราย ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษามากกว่าครึ่งเป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 36.44 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพหลักรับราชการ มีกิจกรรมถ่ายภาพสถานที่ทัศนียภาพ/ชมวิ และมียอดวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/พักผ่อนมีระดับความพึงพอใจต่อการ ให้บริการของอุทยานแห่งชาติแห่งนี้อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 3.77 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา รายได้ จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่ม ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และ จำนวนวันในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติแห่งนี้ ในระดับที่แตกต่างกัน

ประหยัด ตะคอนรัมย์ (2546:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำคอนหาวย จังหวัดนครปฐม “ โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำคอน

ห้วย จังหวัดนครปฐม และเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและด้านการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนห้วยจำนวน 323 คน ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้อยู่ระหว่างเดือนละ 6,500 - 11,800 บาท อาชีพพนักงานเอกชน ลักษณะการท่องเที่ยวจะใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี มากกว่า 3 ครั้ง มาท่องเที่ยวกับญาติหรือครอบครัว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 1,011 บาท เหตุผลที่มาท่องเที่ยว เพื่อซื้ออาหารที่เป็นของดีของดอนห้วย ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนห้วยโดยเฉพาะพอใจมากกับการบริการ เช่น ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพสินค้าและรสชาติอาหาร การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านกายภาพและด้านการบริการกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว พบว่าด้านกายภาพนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมเป็นอันดับสูงสุด ส่วนด้านการบริการนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าเป็นอันดับสูงสุด

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริการนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี” “เป็นการศึกษา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัย เชิงปริมาณ เพื่อให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพครอบคลุมในหัวข้อที่ศึกษาและตรงตามวัตถุประสงค์จึงมีวิธีการดำเนินการศึกษา ตามขั้นตอนต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะเวลาในการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n) คำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังชายหาดชะอำ ในปี 2551 (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2552) มีจำนวน 1,021,654 คน ซึ่งเมื่อคำนวณตามสูตรของทาโรยามาเน กำหนดให้มีค่าความคลาดเคลื่อน 5 % (e=0.05) จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 399 คน ดังสูตร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือ ขนาดของประชากรทั้งหมด

e คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (sampling error)

การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane)

$$\begin{aligned}
 \text{แทนสูตร} \quad n &= \frac{1,021,654}{1+1,021,654 (0.05)^2} \\
 &= 399 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยเมื่อพบนักท่องเที่ยวคนใดให้ถือเป็นกลุ่มตัวอย่างได้โดยอนุโลม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 ข้อคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริการนักท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พักแรม ด้านร้านอาหาร ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ด้านการคมนาคมขนส่งและด้านนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert Scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อยและพึงพอใจน้อยที่สุด โดยกำหนดให้มีคะแนนเท่ากับ 5,4,3,2,1 คะแนนตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความต้องการและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้ศึกษาจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยการแจกแบบสอบถาม ให้ แก่ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดชะอำ จำนวน 399 ชุด

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง“ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริกการนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี” โดยการใช้แบบถาม กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 399 คน ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

จากการเก็บข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 คน (n=399) ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางและความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 เพศชาย 177 คนคิดเป็นร้อยละ 44.4

อายุ กลุ่มตัวอย่างมีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 อายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 อายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 อายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษา ในระดับประถมศึกษาจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 ระดับอนุปริญญา จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ระดับปริญญาตรี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอื่นๆจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างใช้รถยนต์ส่วนตัวจำนวน 152 คนคิดเป็นร้อยละ 39.3 รถเช่า (รถตู้, รถเช่า) จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 รถของบริษัทยานพาหนะ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 รถโดยสารบขส. จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 รถทัวร์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ความถี่ในการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างเดินทางมา 1 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 1 ครั้งต่อเดือนจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 6 เดือนครั้งจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 ปีละครั้งจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 และอื่น ๆจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	177	44.4
หญิง	222	55.6
2.อายุ		
< 20 ปี	22	5.5
20-29	248	62.2
30-39	95	23.8
40-49	25	6.3
50-59	5	1.3
60 ปีขึ้นไป	4	1.0
3.ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	9	2.3
มัธยมศึกษา	110	27.6
อนุปริญญาตรี	47	11.6
ปริญญาตรี	211	52.9
สูงกว่าปริญญาตรี	20	5.0
อื่นๆ	2	0.5
4.ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	157	39.3
รถเช่า	106	26.6
รถของบริษัทนำเที่ยว	35	8.8
รถโดยสาร บขส.	55	13.8
รถทัวร์	41	10.3
อื่นๆ	5	1.3

5.ความถี่ในการเดินทางมา		
ท่องเที่ยว		
1 ครั้งต่อสัปดาห์	19	4.8
1 ครั้งต่อเดือน	46	11.5
6 เดือนครั้ง	164	41.1
ปีละครั้ง	148	37.1
อื่นๆ	22	5.5

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริการนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้าน ที่พักแรม ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การคมนาคมขนส่งและนันทนาการ โดยใช้แบบวัดของ Likert Scale ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ผลการศึกษาพบว่า

ที่พัก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจใน ด้านความเหมาะสมของราคาที่พักอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.77$) ความปลอดภัยของที่พัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.70$) ความหลากหลายของที่พักอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.91$) ความเพียงพอของที่พักอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.77$) และความสะดวกในการจองห้องพักอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.69$) โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องของที่พักอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.77$)

ร้านอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจใน ด้านความเหมาะสมของราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.41$) ความสะอาดและคุณภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.58$) รสชาติอาหารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.79$) ความพอเพียงในการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.79$) โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องของร้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.61$)

ร้านขายของที่ระลึก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจใน ด้านความเหมาะสมของราคาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.76$) คุณภาพของสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.99$) ความหลากหลายของสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.83$) ความพอเพียงของจำนวนร้านค้าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.78$) โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องของร้านขายของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.84$)

การขนส่ง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านความชัดเจนของป้ายบอกทางอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.81$) สภาพถนนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.84$) ไฟทางริมถนนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.69$) สัญญาณไฟจราจรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.78$) การเข้าถึงชายหาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.69$) ความหลากหลายของยานพาหนะมาก ($\bar{x}=3.69$) ความเพียงพอของสถานที่จอดรถมาก ($\bar{x}=3.69$) โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องของการขนส่งอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.82$)

นันทนาการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านความเหมาะสมของราคาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.89$) ความหลากหลายของสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.84$) ความพอเพียงในการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.84$) โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องของการนันทนาการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.86$) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริการนักท่องเที่ยว

รายการ	ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.ที่พัก(โรงแรม รีสอร์ท)		
- ความเหมาะสมของราคาที่พัก	3.77	พึงพอใจมาก
- ความปลอดภัยของที่พัก	3.70	พึงพอใจมาก
- ความหลากหลายของที่พัก (โรงแรม บังกะโล รีสอร์ท)	3.91	พึงพอใจมาก
- ความเพียงพอของที่พัก	3.77	พึงพอใจมาก
- ความสะดวกในการจองที่พัก	3.69	พึงพอใจมาก
$\bar{x}$	3.77	<u>พึงพอใจมาก</u>
2.ร้านอาหารและเครื่องดื่ม		
- ความเหมาะสมของราคา	3.41	พึงพอใจมาก
- ความสะอาดและคุณภาพ	3.58	พึงพอใจมาก
- รสชาติอาหาร	3.79	พึงพอใจมาก
- ความพอเพียงในการให้บริการ	3.67	พึงพอใจมาก
$\bar{x}$	3.61	<u>พึงพอใจมาก</u>

3.ร้านขายของที่ระลึก - ความเหมาะสมของราคา - คุณภาพสินค้า - ความหลากหลายของสินค้า - ความพอเพียงของจำนวนร้านค้า - x	2.76 2.99 2.83 2.78 2.84	พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจปานกลาง <u>พึงพอใจปานกลาง</u>
4.การขนส่ง - ความชัดเจนของป้ายบอกทาง - สภาพถนน - ไฟทางริมถนน - สัญญาณไฟจราจร - ความหลากหลายของยานพาหนะ (รถไฟ รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสาร ประจำทาง) - การเข้าถึงชายหาด - ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ - x	3.81 3.84 3.69 3.78 4.00 4.05 3.60 3.82	พึงพอใจมาก พึงพอใจมาก พึงพอใจมาก พึงพอใจมาก พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก <u>พึงพอใจมาก</u>
5.นันทนาการ - ความเหมาะสมของราคา - ความหลากหลายของสินค้า(เรือเช่า รถ เช่า บานาน่าโบ๊ท) - ความพอเพียงในการให้บริการ - x	2.89 2.84 2.84 2.86	พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจปานกลาง <u>พึงพอใจปานกลาง</u>

ส่วนที่ 3 ความต้องการและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

1. ข้อเสนอแนะด้านที่พักควรรักษา ความสะอาดและ ความปลอดภัย ในที่พักเป็นประจำทุก ๆ วัน และควบคุมในเรื่องของราคาไม่ให้มีราคาแพงมากเกินไป
2. ข้อเสนอแนะด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มนั้น ควรรักษาความสะอาดและคุณภาพของอาหาร ให้ถูกสุขอนามัยและกำหนดราคาให้เหมาะสมกับสินค้า และควรจัดระเบียบร้านค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย
3. ข้อเสนอแนะด้านร้านขายของที่ระลึก สินค้านั้นควรเป็นของที่แสดงถึงสัญลักษณ์ของหาดชะอำ และควรมีราคาที่ไม่แพงเกินไป
4. ข้อเสนอแนะด้านการคมนาคม ควรมีการบอกเส้นทางแก่นักท่องเที่ยวหลาย ๆ จุด เพื่อสร้างความสะดวกเดินทางแก่นักท่องเที่ยว และยานพาหนะที่ใช้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการตรวจสอบ ไม่ให้มีราคาที่สูงเกินความจริง
5. ข้อเสนอแนะด้านนันทนาการ ควรมีกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลายมากกว่านี้ และราคาไม่ควรแพงเกินไป

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริกการนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ” เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบถามและกลุ่มตัวอย่างที่เป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 399 คน สรุปได้ดังนี้

สรุป

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (55.6%) มีอายุระหว่าง 20-29 ปี (62.2%) การศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี (52.9%) เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว (29.3%) และเดินทางมาท่องเที่ยว 6 เดือนต่อ 1 ครั้ง (41.1%)

ส่วนที่2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งบริกการนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งบริกการนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ คือ ด้าน ที่พักแรม ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การคมนาคมขนส่งและนันทนาการพบว่า

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม การคมนาคมขนส่ง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$, $\bar{x} = 3.61$, $\bar{x} = 3.82$) ตามลำดับ ส่วนสิ่งบริกการด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกและนันทนาการพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.84$, $\bar{x} = 2.86$) ตามลำดับ

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 3 ความต้องการและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

ความต้องการและข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

- 1.ข้อเสนอแนะด้านที่พักควรรักษา ความสะอาดและ ความปลอดภัย ในที่พักเป็นประจำทุก ๆ วัน และควบคุมในเรื่องของราคาไม่ให้มีราคาแพงมากเกินไป
- 2.ข้อเสนอแนะด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มนั้น ควรรักษาความสะอาดและคุณภาพของอาหาร ให้ถูกสุขอนามัยและกำหนดราคาให้เหมาะสมกับสินค้า และควรจัดระเบียบร้านค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย

3.ข้อเสนอแนะด้านร้านขายของที่ระลึก สินค้านั้นควรเป็นของที่แสดงถึงสัญลักษณ์ของหาดชะอำ และควรมีราคาที่ไม่แพงเกินไป

4.ข้อเสนอแนะด้านการคมนาคม ควรมีการบอกเส้นทางแก่นักท่องเที่ยวหลาย ๆ จุด เพื่อสร้างความสะดวกเดินทางแก่นักท่องเที่ยว และยานพาหนะที่ใช้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการตรวจสอบไม่ให้มีราคาที่สูงเกินความจริง

5.ข้อเสนอแนะด้านนันทนาการ ควรมีกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลายมากกว่านี้ และราคาไม่ควรแพงเกินไป

อภิปรายผล

เมื่อนำค่าคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งบริการนักท่องเที่ยว แสดงได้ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.ด้านที่พัก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อสิ่งบริการนักท่องเที่ยวด้านที่พัก เนื่องจากในเรื่องของความเหมาะสมของราคาที่พักนั้นมีหลากหลายราคาให้เลือกตั้งแต่ราคาถูกไปจนถึงราคาแพง ความปลอดภัยของที่พัคนักท่องเที่ยวเห็นว่ามีความปลอดภัยโดยมียามรักษาความปลอดภัย และมีป้อมตำรวจคอยตรวจตราดูแลความเรียบร้อยอยู่บริเวณชายหาดตลอด 24 ชั่วโมง ความหลากหลายของที่พัคนักท่องเที่ยวเห็นว่ามีหลากหลายมากทั้ง โรงแรม บังกะโล รีสอร์ท ทำให้สามารถเลือกที่พักได้ตามความต้องการ ความเพียงพอของที่พักรักก็มีมากมายทำให้การมาเที่ยวที่ชายหาดชะอำนั้นไม่ต้องเป็นห่วงเรื่องของที่พัก และความสะดวกในการจองนักท่องเที่ยวเห็นว่าการจองผ่านทางเลือกต่าง ๆ มากมาย เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ เป็นต้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2.ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อสิ่งบริการนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มมาก เนื่องจากในเรื่องของความเหมาะสมของราคาร้านนักท่องเที่ยวเห็นว่า ร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณชายหาดชะอำนั้นมีราคาไม่แพงจนเกินไปเมื่อเทียบกับชายหาดใกล้เคียง ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร นักท่องเที่ยวเห็นว่าร้านอาหารและเครื่องดื่มมีการประกอบอาหารตามหลักโภชนาการ เครื่องมือที่ใช้ในการประกอบอาหารก็มีการทำความสะอาดเป็นอย่างดี ส่วนความหลากหลายของร้านอาหารและเครื่องดื่มนักท่องเที่ยวเห็นว่ามีหลากหลายของร้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่มากมายตามชายหาดสามารถรองรับจำนวนของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้อย่างเพียงพอ

3.ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เพราะนักท่องเที่ยวเห็นว่าร้านจำหน่ายของที่ระลึกนั้นมีสินค้าให้เลือกน้อย เช่น กรอบรูปเปลือกหอย สร้อยคอที่ทำจากเปลือกหอย เป็นต้น ร้านค้ามีไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและราคาแพงเกินไป

4.ด้านการคมนาคมขนส่ง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากต่อสิ่งบริกการนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคมขนส่ง เพราะว่าในเรื่องของความชัดเจนของป้ายบอกทางนั้นนักท่องเที่ยวเห็นว่าป้ายบอกการเดินทางตลอดตามแนวของถนนที่จะไปยังชายหาดชะอำ สภาพถนนมีสภาพดีไม่เป็นหลุมเป็นบ่อทำให้ง่ายต่อการเดินทาง ความสว่างของไฟริมทางมีความสว่างตลอดแนวเส้นทาง สัญญาณไฟจราจรมีอยู่ตามแยกที่สำคัญทำให้เกิดความปลอดภัยในการขับรถ และรวมถึงการเดินทางที่สามารถเข้าถึงได้หลากหลาย เช่น รถไฟ รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด ส่วนความเพียงพอของสถานที่จอดรถนั้นมีเพียงพอกับการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวตลอดแนวชายหาด

5.ด้านกิจกรรมนันทนาการ มีความพึงพอใจมากต่อสิ่งบริกการนักท่องเที่ยวด้านธุรกิจนันทนาการอยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวเห็นว่าความหลากหลายของกิจกรรมนั้นมีให้เลือกน้อย และความพอเพียงในการบริกการนั้นมีไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว เพราะในบางครั้งต้องต่อคิวเพื่อจะเล่นกิจกรรมและกิจกรรมบางอย่างมีราคาแพงเกินไป เช่น บานาน่าโบ๊ท เจ็ตสกี เรือกล้วย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

- 1.ด้านที่พักควรให้มีการรักษาความสะอาดและความปลอดภัยในที่พักเป็นประจำทุก ๆ วัน และควรควบคุมในเรื่องของราคาของที่พักไม่ให้มีราคาแพงมากเกินไป
- 2.ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มนั้น ควรรักษาความสะอาดและคุณภาพของอาหารให้ถูกสุขอนามัย และกำหนดราคาให้เหมาะสมกับสินค้า และควรจัดระเบียบร้านค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย

- 3.ด้านร้านขายของที่ระลึก สินค้านั้นควรเป็นของที่แสดงถึงสัญลักษณ์ของหาดชะอำ สินค้านั้นมีให้เลือกซื้อน้อยจนเกินไป และควรมีราคาที่ไม่แพงเกินไป
- 4.ด้านการคมนาคม ควรมีการบอกเส้นทางแก่นักท่องเที่ยวหลาย ๆ จุด เพื่อสร้างความสะดวกเดินทางแก่นักท่องเที่ยว และควรจัดระเบียบการจอดรถของนักท่องเที่ยวให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ยานพาหนะที่ใช้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการตรวจสอบไม่ให้มีราคาที่สูงเกินความจริง
- 5.ด้านนันทนาการ ควรมีกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลายมากกว่านี้ และราคาไม่ควรแพงเกินไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปควรจะทำในระยะยาว เพื่อเปรียบเทียบระหว่างช่วง Low season และ High Season ในปีนั้น ๆ และทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว เพราะว่าในปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวยังบริเวณชายหาดชะอำมากมาย ดังนั้นควรทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพราะจะทำให้เข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจบริการนักท่องเที่ยวจะได้ทำการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

กิตติมา ปรีดีลภ. ทฤษฎีการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2524.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2540ข. รายงานสถิติประจำปี 2540 . กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2533. นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้ง.

จิตติพันธ์ เดชะคุปต์. จิตวิทยาการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544.

ชรีณี เชนจินดา. "ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อการบริการกำจัดกากอุตสาหกรรม แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2530.

ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย. การพัฒนาชุมชน: เน้นหลักการพัฒนาระบบและแนวความคิดจำเป็นพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527.

ถวิล ราชโกษณ์และคณะ. จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ทิพย์วิสุทธิ์, 2547.

ชนกฤต สังข์เฉย. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เพชรบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2550.

นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

นิตา ชัยกุล. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, 2548.

บุญหลิบ พานิชชาติและคณะ. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544.

บุญฤทธิ์ ลิ้มคุ้ม "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติเขาสะแกกรัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาบริหารทรัพยากรป่าไม้และสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติวัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 .กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์พีระพัฒน์ ,2526.

ปัญญา ชิมสือ “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขา
แหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, 2547.

ประหยัด ตะคอนรัมย์ (2546:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำคอนหาวย จังหวัดนครปฐม
“วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวางแผนภาคและเมืองบัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

เขารีย์ เจริญสวัสดิ์ “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้ประโยชน์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพื่อ
นันทนาการ ” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย ย
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2543.

ราณี อิศชัยกุลและคณะ. การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศักดิ์โสภาคการ
พิมพ์ , 2547.

ล้อม เพ็งแก้วและคณะ. โครงการรักษากิจกรรมสถาปัตยกรรมท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อดึงดูด
นักท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลักขณา สรวิวัฒน์. จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
, 2549.

วินัย ไชยทอง. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศักดิ์โสภาคการพิมพ์, 2547.

วีระศักดิ์ คณะบุรณ์ “ความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์ และสิ่ง
อำนวยความสะดวกอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย “วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลป
ศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546.

วิโรจน์ นิมิตรโกนานนท์.” ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการโทรศัพท์สาธารณะทางไกล
ชนบท” บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2547.

วรรณาสีลปะอาษา. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.

ศรัญญา วรากุลทิพย์. ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว . กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้า พรินต์ติ้ง,
2546.

สิริอร วิชาวุธ. จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

หลุย จำปาเทศ. จิตวิทยาเชิงใจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สามัคคีสาสน์, 2523.

สำนักงานการท่องเที่ยว, สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย [Online] Accessed 19 December 2008. Available from www.secretary.mots.go.th/petchaburi/index.php?c_id=0&ct_id=30&type=content

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, สถิตินักท่องเที่ยวไทย [Online] Accessed 19 December 2008. Available from www.tourism.go.th/2009/th/statistic/tourism.php



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ นายประภัศร ทองยงค์
 เกิด 8 ธันวาคม 2530
 ที่อยู่ปัจจุบัน 62 ม. 3 ต.ธรรมศาลา ถ.ทหารบก อ.เมือง จ.นครปฐม
 ประวัติการศึกษา พ.ศ.2542 จบการศึกษาระดับประถมศึกษาจากโรงเรียน
 อนุบาลไพทวิทยา
 พ.ศ.2549 จบการศึกษาจากโรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย
 พ.ศ.2553 กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการ
 จัดการชุมชน มหาวิทยาลัยศิลปากร
 เบอร์โทรศัพท์ 081-5632320
 E-mail chichi115@hotmail.com

ชื่อ นายณัฐชาติ สร้อยศิริ
 เกิด 8 ธันวาคม 2530
 ที่อยู่ปัจจุบัน 65/3 ถ.เคาน์ทิส ต.หัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์
 ประวัติการศึกษา พ.ศ.2542 จบการศึกษาระดับประถมศึกษาจากโรงเรียน
 หัวหินวิทยา
 พ.ศ.2549 จบการศึกษาจากโรงเรียนพรหมานุสรณ์
 พ.ศ.2553 กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการ
 จัดการชุมชน มหาวิทยาลัยศิลปากร
 เบอร์โทรศัพท์ 084-0904923
 E-mail lmtre_zs@hotmail.com



ภาคผนวก ก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี