

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องแนวทางสู่ความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตวัฒนา คลองเตย วังทองหลาง บางรัก และราชเทวี กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
3. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
4. แนวคิด ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ความหมายของการบริหารจัดการ

คูนท์ (Koontz, อ้างถึงใน สมพงษ์ เกษมสิน, 2541, หน้า 13) ให้ความหมายของการบริหาร คือ การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยการอาศัยปัจจัยทั้งหลาย ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของ เป็นอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานนั้น

สมพงษ์ เกษมสิน (2541, หน้า 14) ได้ให้ความหมายของการบริหาร คือ การใช้ศาสตร์และศิลป์นำเอาทรัพยากรการบริหารมาประกอบกับกระบวนการบริหารให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

เกษม จันทรแก้ว (2540, หน้า 512) กล่าวว่า การบริหารเป็นการดำเนินการให้ทุกโครงการทำหน้าที่สัมพันธ์กัน เป็นเรื่องยากที่จะทำให้เกิดการผสมผสานกัน ถ้าไม่มีการวางแผนการดำเนินการที่ดี ซึ่งขึ้นอยู่กับวางแผนของผู้บริหาร ผู้บริหารมีหน้าที่อำนวยความสะดวกตามอำนาจหน้าที่จากหน่วยงานที่เป็นผู้รับผิดชอบควบคุมในการวางแผนงานที่ได้กำหนดไว้แล้วไปดำเนินการร่วมกับทรัพยากรทำให้เกิดการผลิตหรือการใช้ปัจจัยการบริหาร ก่อให้เกิดผลผลิตขั้นสุดท้าย การ

บริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ

กล่าวโดยสรุปจากความหมายของการบริหารจัดการที่ได้กำหนดไว้ จะเห็นได้ว่าการบริหารจัดการมีลักษณะ ดังนี้

- (1) การบริหารย่อมมีวัตถุประสงค์
- (2) การบริหารอาศัยปัจจัยบุคคลเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด
- (3) การบริหารต้องใช้ทรัพยากรการบริหารเป็นองค์ประกอบพื้นฐาน
- (4) การบริหารมีลักษณะการดำเนินการเป็นกระบวนการ
- (5) การบริหารเป็นการดำเนินงานร่วมกันของกลุ่มบุคคล ฉะนั้นจึงต้องอาศัยความร่วมมือของกลุ่ม เพื่อให้เกิดพลังร่วมของกลุ่มในอันที่จะทำให้ภารกิจบรรลุวัตถุประสงค์

ทรัพยากรบริหาร (administration resources)

ในการบริหารมีความจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรบริหารที่สำคัญ 4 ประการ คือ คน (man) เงิน (money) วัสดุอุปกรณ์ (material) และการบริหารจัดการ (management) ที่เรียกสั้น ๆ ว่า 4 M's ปัจจัยทั้ง 4 ประการ เป็นปัจจัยพื้นฐานของการบริหารทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคเอกชน

อย่างไรก็ดีปัจจุบันมีนักวิชาการได้พิจารณาทรัพยากรบริหารในลักษณะที่มีขอบเขตกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และถือว่าเป็นทรัพยากรการบริหารเพิ่มขึ้นจาก 4 ประการที่กล่าวมาแล้ว ได้แก่ วิลเลียม กรีนวูด (William T. Greenwood) ได้ให้ความเห็นว่า ทรัพยากรบริหารควรมีอย่างน้อย 7 ประการ (7 M's) ได้แก่ คน (man) เงิน (money) วัสดุอุปกรณ์ (material) อำนาจหน้าที่ (authority) เวลา (time) กำลังในการทำงาน (will) และความสะดวกต่าง ๆ (facilities) ทั้งนี้โดยย่ำถึงความสำคัญและความจำเป็นของอำนาจหน้าที่และเวลาในการบริหารว่า ในการบริหารงานนั้น ไม่ว่าจะเป็งานภาครัฐหรือเอกชนก็ตาม งานจะไม่สามารถดำเนินไปได้ด้วยดีได้ถ้าหากปราศจากเสียซึ่งอำนาจหน้าที่ และเช่นกันการบริหารนั้น ๆ ก็จะไม่สามารถสัมฤทธิ์ผลด้วยดีอย่างมีคุณค่า หากมิได้กำหนดเวลาให้เหมาะสมเพียงพอกับประเภทและลักษณะของงานนั้น ๆ ส่วนทางการบริหารธุรกิจได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยของการบริหารเพิ่มเติมออกไปอีก คือ มีคน (man) เงิน (money) วัสดุอุปกรณ์ (material) วิธีการ (method) และเครื่องจักรเครื่องมือ (machine) ซึ่งเรียกย่อ ๆ ว่า 5 M's เป็นต้น

กระบวนการบริหาร (process of administration)

คูติก และเออร์วิก (Gulick and Urwick อ้างถึงในสมพงษ์ เกษมสิน, 2541, หน้า 38-42) ได้สรุปกระบวนการบริหารไว้ในหนังสือชื่อ "Paper on the Science of Administration" ซึ่งเขียนขึ้น

ในปี ค.ศ. 1937 ว่ากระบวนการบริหารย่อมประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 7 ประการ หรือ เรียกย่อ ๆ ว่า “POSDCoRB Model” ซึ่งอธิบายความได้ดังนี้

(1) P = planning หมายถึง การวางแผนซึ่งจะต้องคำนึงถึงนโยบาย (policy) ทั้งนี้เพื่อให้แผนงานที่กำหนดขึ้นไว้มีความสอดคล้องกันในการดำเนินงาน แผนเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการใช้อย่างมีเหตุผล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์

(2) O = organizing หมายถึง การจัดส่วนราชการหรือองค์การ ซึ่งในการศึกษาบางแห่งก็พิจารณารวมไปกับการปฏิบัติงานหรือวิธีการจัดการ (management) ด้วยการจัดแบ่งส่วนงานนี้จะต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน เช่น การจัดแบ่งงาน (division of work) เป็น ส่วนฝ่าย แผนก งาน เป็นต้น โดยอาศัยปริมาณงาน คุณภาพของงานหรือจัดตามลักษณะของงานเฉพาะอย่าง (specialization) ก็ได้ เช่น หน่วยงานหลัก (line) หน่วยงานที่ปรึกษา (staff) และหน่วยงานช่วยเหลือหน่วยงานอนุกร (auxiliary) เป็นต้น นอกจากนี้ในการศึกษาเรื่องการจัดองค์การยังได้ศึกษาถึงการแก้ไขอุปสรรค ข้อขัดข้องตลอดจนการปรับปรุงองค์การบริหาร (administrative reorganization) ให้ดีขึ้นด้วย

(3) S = staffing หมายถึง การจัดหาบุคคลหรือเจ้าหน้าที่มาบรรจุเข้าปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับการจัดแบ่งหน่วยงานที่ได้แบ่งไว้หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล (personnel administration) เพื่อให้ได้บุคคลที่มีความสามารถมาปฏิบัติงานให้เหมาะสม (put the right man on the right job หรือ competent man for competent job) กับรวมถึงการที่จะเสริมสร้างและธำรงไว้ซึ่งสัมพันธภาพในการทำงานของคนงานและพนักงานด้วย เรื่องเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลนี้ ได้มีผู้ให้ความหมายไว้อย่างกว้าง ๆ ว่า “การบริหารงานบุคคลนั้นเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการวางแผน นโยบาย การวางแผน โครงการ ระเบียบ และวิธีดำเนินงานเกี่ยวกับตัวบุคคลหรือเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในองค์การใดองค์การหนึ่ง เพื่อให้ได้มาและได้ประโยชน์ตลอดจนการบำรุงรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพและมีปริมาณเพียงพอ เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย กระบวนการที่เวลานี้จึงรวมหน้าที่ต่าง ๆ ทั้งหมดนับแต่การสรรหา และรับคนเข้าทำงาน จนกระทั่งพ้นจากหน้าที่การงานขององค์การไป

(4) D = directing หมายถึง การศึกษาวิธีการอำนวยการ รวมทั้งการควบคุมงาน และนิเทศงานตลอดจนคิดปะในการบริหารงาน เช่น ภาวะผู้นำ (leadership) มนุษยสัมพันธ์ (human relations) และการจูงใจ (motivation) เป็นต้น การอำนวยการในที่นี้รวมถึงการวินิจฉัยสั่งการ (decision making) ซึ่งเป็นหลักอันสำคัญอย่างหนึ่งของการบริหารงานและขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานมาก เพราะเหตุว่า การที่จะอำนวยการให้ภาวะกิจ

ดำเนินไปด้วยดีได้จำเป็นต้องมีการตัดสินใจที่ดีและมีการสั่งการที่ถูกต้องเหมาะสมกับแต่ละลักษณะของการตัดสินใจ

(5) Co = coordinating หมายถึง ความร่วมมือประสานงานเพื่อให้ดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและราบรื่น ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการที่จะช่วยให้การประสานงานดีขึ้นเพื่อช่วยปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน การร่วมมือประสานงานเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในการบริหาร เพราะเป็นกิจวัตรประจำวันที่จะต้องพึงกระทำการปฏิบัติงานและเป็นสิ่งที่มีอยู่ในทุกระดับของงาน การร่วมมือประสานงานเป็นหน้าที่ของผู้บังคับบัญชาที่จะต้องจัดให้มีขึ้นในหน่วยงานของตน เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในอันที่จะช่วยให้เกิดความสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เมื่อก้าวถึงการประสานงานแล้วอีกเรื่องหนึ่งที่จะต้องได้กล่าวถึงเพราะมีความสำคัญและเป็นสิ่งคู่กันประจวบกับงานก็คือ การติดต่อสื่อสาร (communication) เพราะการติดต่อสื่อสารที่ดีจะช่วยให้เกิดการประสานงานที่ดีและทำให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

(6) R = reporting หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติงาน ตลอดถึงการประชาสัมพันธ์ (PR : public relations) ที่จะต้องแจ้งให้ประชาชนทราบด้วย อันที่จริงการรายงานนี้มีความสัมพันธ์กับการติดต่อสื่อสารอยู่มาก การรายงานโดยทั่วไป หมายถึง วิธีการของสถาบันในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลแก่ผู้สนใจมาติดต่อสอบถามผู้บังคับบัญชา หรือผู้ร่วมงาน ฯลฯ ความสำคัญของรายงานนั้นอยู่ที่จะต้องอยู่บนรากฐานของความจริง

(7) B = budgeting หมายถึง การบริหารงบประมาณ โดยศึกษาให้ทราบถึงระบบและกรรมวิธีในการบริหารเกี่ยวกับงบประมาณและการเงิน ตลอดจนการใช้วิธีการงบประมาณและแผนงาน เป็นเครื่องมือในการควบคุมงาน วิธีการบริหารงบประมาณ โดยทั่วไปมักมีวงจรคล้ายคลึงกันอย่างที่เรียกว่า “วงจรงบประมาณ (budget cycle) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

(7.1) การเตรียมงบประมาณและการเสนอขออนุมัติ (executive preparation and submission)

(7.2) การดำเนินการ (execution)

(7.3) การตรวจสอบ (audit)

กระบวนการบริหารนั้นน่าจะเพิ่มนโยบาย (policy) และอำนาจหน้าที่ (authority) เข้าไปด้วย โดยเรียกย่อ ๆ ว่า PAPOSDCoRB ซึ่งในกรณีนี้อาจพิจารณาได้ว่า แผนงาน (planning) ตามแนวเสนองานของกุติก และเออร์วิก นั้นน่าจะรวมนโยบาย (policy) เข้าไว้ด้วยกัน ส่วนอำนาจหน้าที่นั้นก็ควรจะรวมไว้ในเรื่องการจัดองค์กร เพราะการบรรจุ แต่งตั้งเจ้าหน้าที่ให้มีตำแหน่งหน้าที่ใด ๆ ย่อมจะต้องมีอำนาจหน้าที่อยู่ด้วยแล้ว แต่ถ้าจะแยกพิจารณาอำนาจหน้าที่ให้มีตำแหน่งหน้าที่ใน

ลักษณะของทรัพยากรการบริหารตามแนวของกรีนวูด (William Greenwood) แล้วก็จะเห็นเด่นชัดว่า อำนาจหน้าที่เป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริหารเป็นอันมาก

นอกจากนี้ เดล (Ernest Dale) ได้เสนอลำดับขั้นตอนกระบวนการบริหารเป็นแนวใหม่ที่เน้นในทางการบริหารธุรกิจอันประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

- (1) การจัดองค์การ (organizing)
- (2) การวางแผนงาน (planning)
- (3) การจัดการเกี่ยวกับพนักงานเจ้าหน้าที่ (staffing)
- (4) การอำนวยการ (directing)
- (5) การควบคุม (controlling)
- (6) การคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (innovation)
- (7) การเป็นตัวแทนขององค์การ (representation)

จะเห็นว่าข้อแตกต่างออกไปของ กูลิค ที่ได้กล่าวมาแล้วอยู่ 3 ประการ คือ การควบคุม การคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และการเป็นตัวแทนขององค์การ กล่าวคือ

(1) การควบคุม (controlling) คือ การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ผู้บริหารหรือผู้จัดการจะต้องคอยสอดส่องดูแลอยู่เสมอว่า ผลการปฏิบัติงานเป็นเช่นไร ก้าวหน้าไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงไร และจะต้องทราบการปฏิบัติงานทุกขั้นตอนเพื่อที่จะสามารถแก้ไขสถานการณ์หรือปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอันอาจเป็นผลทำให้การปฏิบัติงานต้องเบี่ยงเบนไปจากแนวเดิมที่กำหนดไว้ การเสนอรายงาน (reporting) ตามนัยของกูลิคน่าจะรวมถึงการควบคุม (controlling) ด้วย เพราะการรายงานก็เพื่อที่จะให้ผู้บังคับบัญชาชั้นสูงขึ้นไปได้ทราบผลการปฏิบัติงานเป็นระยะ ๆ หากมีปัญหากเกิดขึ้นจะได้สั่งการเปลี่ยนแปลงได้ทันทั่วถึง ซึ่งเป็นวิธีการควบคุมนั่นเอง และในทำนองเดียวกันการจัดงบประมาณ (budgeting) นั้นก็มีใช่เป็นเพียงแผนงานแต่อย่างเดียวเท่านั้น หากสามารถใช้เป็นวิธีประสานงานและการควบคุมที่ดีวิธีหนึ่งด้วย เช่น ในกรณีที่มีการใช้จ่ายเงินเกินงบประมาณที่กำหนดไว้ ก็เป็นเครื่องชี้บอกได้ว่า เกิดข้อบกพร่องในจุดใดจุดหนึ่งของการบริหารขึ้นแล้ว

(2) การคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (innovation) หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และการพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ขึ้นมาใช้ในองค์การ ซึ่งอาจจะโดยการพัฒนาความคิด (idea) ของตัวเอง หรือโดยการประสานแนวความคิดเก่าหรือใหม่เข้าด้วยกัน หรือนำแนวคิดจากสาขาอื่น ๆ มาปรับปรุงให้เหมาะสม หรือโดยการกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานทุกระดับสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมาได้ การคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการบริหาร เพราะเป็นปัจจัยการเสริมสร้างความเจริญให้แก่ องค์การและสังคม การปฏิบัติงานประจำวันไม่ถือว่าเป็นการสร้างสร้างสรรค์สิ่งใหม่ การสร้างสรรค์ควร

มีลักษณะเป็นการเสาะหาสิ่งใหม่ (difficult to search) เป็นการแก้ปัญหาและเป็นกิจกรรมที่น่าเรียนรู้ (learning activities) ซึ่ง เดล (Dale) ได้เห็นว่า การสร้างสรรค์สิ่งใหม่เป็นหน้าที่สำคัญพื้นฐานของผู้บริหาร เพราะการสร้างสรรค์นั้นอาจเป็นเทคนิคหรือกระบวนการการบริหารใหม่ ๆ ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกันขององค์การได้

(3) การเป็นตัวแทนขององค์การ (representation) โดยทั่วไปภาระหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งของนักบริหารก็คือ การเป็นตัวแทนขององค์การของตนในการติดต่อเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลภายนอกองค์การ ซึ่งอาจได้แก่ ส่วนราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สถาบันทางการเงินหรือบริษัท องค์การอื่น ๆ ตลอดจนผู้จำหน่าย ผู้บริโภค และประชาชนทั่วไป ทั้งนี้เพื่อจะให้ทราบความต้องการ หรือสภาพสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นผลกระทบต่อกิจการขององค์การของตนและจะได้หาทางป้องกันแก้ไขให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ได้ทันทั่วถึง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2545, หน้า 19-20) ได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารจัดการ โดยแบ่งหน้าที่ของการบริหารจัดการออกเป็น 4 หน้าที่ ดังนี้

(1) การวางแผน เป็นขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์และพิจารณาถึงวิธีการที่ควรปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องตัดสินใจว่า บริษัทมีวัตถุประสงค์อะไรในอนาคต และจะต้องดำเนินการอย่างไร เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์นั้น ลักษณะการวางแผนมีดังนี้

(1.1) การดำเนินการตรวจสอบตัวเอง เพื่อกำหนดสถานภาพในปัจจุบันขององค์การ

(1.2) การสำรวจสภาพแวดล้อม

(1.3) การกำหนดวัตถุประสงค์

(1.4) การพยากรณ์สถานการณ์ในอนาคต

(1.5) การกำหนดแนวทางปฏิบัติงาน และความจำเป็นในการใช้ทรัพยากร

(1.6) การประเมินแนวทางการปฏิบัติงานที่วางไว้

(1.7) การทบทวนและปรับเปลี่ยนเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

(1.8) การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการวางแผนเป็นไปอย่างทั่วถึง

(2) การจัดองค์การ เป็นขั้นตอนในการจัดบุคคลและทรัพยากรที่ใช้ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงานนั้น หรือเป็นการจัดแบ่งงาน และจัดสรรทรัพยากรสำหรับงาน เพื่อให้งานเหล่านั้นสำเร็จ การจัดองค์การประกอบด้วย

(2.1) การระบุและอธิบายงานที่จะถูกนำไปดำเนินการ

(2.2) การกระจายงานออกเป็นหน้าที่

- (2.3) การรวมหน้าที่ต่าง ๆ เข้าเป็นตำแหน่งงาน
- (2.4) การอธิบายสิ่งที่จำเป็นหรือความต้องการของตำแหน่งงาน
- (2.5) การรวมตำแหน่งงานต่าง ๆ เป็นหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม และสามารถบริหารจัดการได้
- (2.6) การมอบหมายงาน ความรับผิดชอบ และอำนาจหน้าที่
- (2.7) การทบทวนและปรับโครงสร้างขององค์กร เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด
- (2.8) การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดการองค์กร เป็นไปอย่างทั่วถึง
- (2.9) การกำหนดความจำเป็นของทรัพยากรมนุษย์
- (2.10) การสรรหาผู้ปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ
- (2.11) การคัดเลือกจากบุคคลที่สรรหามา
- (2.12) การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านต่าง ๆ
- (2.13) การทบทวนและปรับปรุงคุณภาพและปริมาณของทรัพยากรมนุษย์ เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด
- (2.14) การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดคนเข้าทำงานเป็นไปอย่างทั่วถึง
- (3) การนำ เป็นขั้นตอนในการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้น และชักนำความพยายามของพนักงานให้บรรลุเป้าหมายองค์กร ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการใช้ความพยายามของผู้จัดการที่กระตุ้นให้พนักงานมีศักยภาพในการทำงานสูง ดังนั้นการนำจะช่วยให้งานบรรลุผลสำเร็จ เสริมสร้างขวัญและกำลังใจผู้ได้บังคับบัญชา การนำประกอบด้วย
 - (3.1) การติดต่อสื่อสาร และอธิบายวัตถุประสงค์ให้แก่ผู้ได้บังคับบัญชาให้สอดคล้องกับมาตรฐานของการปฏิบัติงาน
 - (3.2) การมอบหมายมาตรฐานของการปฏิบัติงานต่าง ๆ
 - (3.3) การให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่ผู้ได้บังคับบัญชาให้สอดคล้องกับมาตรฐานของการปฏิบัติงาน
 - (3.4) การให้รางวัลแก่ผู้ได้บังคับบัญชาบนพื้นฐานของการปฏิบัติงาน
 - (3.5) การยกย่อง การสรรเสริญ และการดำเนินดีตัวอย่างยุติธรรม และถูกต้องเหมาะสม
 - (3.6) การจัดหาสภาพแวดล้อมมากระตุ้นการจูงใจ โครงการติดต่อสื่อสารเพื่อสำรวจความต้องการและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง

(3.7) การทบทวนและปรับวิธีการของภาวะความเป็นผู้นำเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงและผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

(3.8) การติดต่อสื่อสารโดยทั่วทุกแห่งในกระบวนการของภาวะความเป็นผู้นำ

(4) การควบคุม เป็นการติดตามผลการทำงานและแก้ไขปรับปรุงสิ่งที่จำเป็น หรือเป็นขั้นตอนของการวัดผลการทำงานและดำเนินการแก้ไข เพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ ซึ่งการควบคุมประกอบด้วย

(4.1) การกำหนดมาตรฐาน

(4.2) การเปรียบเทียบและติดตามผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐาน

(4.3) การแก้ไขความบกพร่อง

(4.4) การทบทวนและปรับวิธีการควบคุม เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงและผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

(4.5) การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการควบคุมเป็นไปอย่างทั่วถึง

สรุป แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ประกอบด้วยหน้าที่ 4 หน้าที่ คือ การวางแผน ซึ่งเป็นขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์ และวิธีการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ นั้น การจัดองค์การ จะเป็นขั้นตอนในการจัดบุคคลและทรัพยากรที่ใช้ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงาน การนำ จะเป็นขั้นตอนที่จะสามารถทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ โดยการสร้างขวัญและกำลังใจผู้ใต้บังคับบัญชา การควบคุม จะเป็นการติดตามผลการทำงาน และการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ

ทักษะด้านการบริหาร

พยอม วงศ์สารศรี (2542, หน้า 57) ได้กล่าวว่า งานของฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหาร จำเป็นต้องอาศัยทักษะในการดำเนินการเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นการจัดการธุรกิจ สถานศึกษา โรงพยาบาล ฯลฯ ก็ตามล้วนแล้วต้องการการจัดการที่ดี ฝ่ายจัดการมักจะพูดว่า เขาจะประสบความสำเร็จเมื่อเขาสามารถทำให้บุคคลที่ร่วมงาน ซึ่งมีความชำนาญหรือความสามารถในเรื่องต่าง ๆ กันนั้น ร่วมแรงร่วมใจกันทำงานในองค์การด้วยความราบรื่น หน้าที่สำคัญของฝ่ายจัดการ คือ ความสามารถในการสร้างไมตรี การประสานงาน การประนีประนอม การประเมินความคิดเห็นต่าง ๆ และนำความสามารถพิเศษของสมาชิกในองค์การให้ทำงานบรรลุเป้าหมายขององค์การได้ ซึ่งหน้าที่ดังกล่าวฝ่ายบริหารสามารถพัฒนาและสร้างขึ้นได้

เออร์สกิน (Erskine, 1991, p. 363) กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการบริหารแบบคลาสสิกที่สำคัญ คือ ทฤษฎีของเฮนรี เฟโยล์ (Henri Fayol) ซึ่งเป็นหัวหน้าขององค์การอุตสาหกรรมเหมืองแร่ ภายใต้อิทธิพลของแนวคิดที่มั่นคงและดำเนินการโดยใช้หลักการทางทหาร เฟโยล์ได้

นำเสนอกระบวนการบริหาร 6 ประการที่เป็นที่รู้จักกันดี คือ การสั่งการ (command) การควบคุม (control) การร่วมมือ (coordinate) การพยากรณ์ (forecast) การวางแผน (plan) และการจัดองค์การ (organise) และหลักการ 14 ข้อ ของแฟโยล์ เรียกว่า “แนวความคิดด้านการจัดการเป็นกระบวนการ” ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ได้ทั่วไป หลักการ 14 ข้อ ของแฟโยล์ มีดังนี้

(1) การแบ่งงานกันทำ (division of work) โดยการแบ่งงานกันทำตามความถนัดหรือความชำนาญเป็นพิเศษ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานมากขึ้น

(2) อำนาจการบังคับบัญชาและหน้าที่ความรับผิดชอบ (authority and responsibility) อำนาจหน้าที่เป็นสิทธิหรืออำนาจในการสั่งการได้โดยแท้จริง

(3) ระเบียบวินัย (discipline) ระเบียบวินัยเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากในสิ่งที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างราบรื่น ถ้าปราศจากระเบียบวินัยธุรกิจก็ไม่สามารถเจริญก้าวหน้าได้

(4) เอกภาพในการบังคับบัญชา (unity of command) ผู้ใต้บังคับบัญชา ควรได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวเท่านั้น

(5) เอกภาพในทิศทางการทำงาน (unity of direction) ควรมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว และแผนงานเดียว สำหรับกลุ่มที่มีจุดมุ่งหมายเหมือนกัน

(6) การถือประโยชน์ส่วนตนเป็นรองประโยชน์ส่วนรวม (subordination of individual interests to general interests) การถือประโยชน์ส่วนบุคคลหรือกลุ่มย่อมไม่ควรสำคัญมากกว่าประโยชน์องค์การ

(7) การจ่ายผลตอบแทน (remuneration of personnel) การจ่ายค่าจ้างผลตอบแทนควรที่จะยุติธรรมเท่าที่จะเป็นไปได้ และให้ความพอใจมากที่สุดทั้งในส่วนบุคคลและองค์การ

(8) การรวมอำนาจ (centralization) การรวมอำนาจเป็นสิ่งจำเป็นในองค์กร ฝ่ายบริหารส่วนกลางมีอำนาจควบคุมและตัดสินใจ

(9) สายการบังคับบัญชา (scalar chain) คือ สายการบังคับบัญชาจากระดับสูงสุดมายังระดับต่ำสุด

(10) ระเบียบ (order) องค์กรต้องจัดให้มีระเบียบการทำงานของพนักงานให้ถูกต้องชัดเจน

(11) ความเสมอภาค (equity) พนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันและยุติธรรม

(12) ความมั่นคงในงาน (stability of tenure of personnel) ต้องมีการให้ระยะเวลาการทำงานกับพนักงานสักระยะหนึ่ง เพื่อปรับตัวในการทำงานหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

(13) ความคิดริเริ่ม (initiative) เปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับในองค์กรได้แสดงความคิดริเริ่ม

(14) ความสามัคคี (esprit decorpe) หลักการนี้เน้นความจำเป็นที่คนต้องทำงานเป็นทีม และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

ความหมายและประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก

ดร.รชนี เอมพันธ์ (2542, หน้า 2) ให้ความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่ฝ่ายจัดการพื้นที่จัดสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้ประโยชน์ได้รับความสะดวกสบาย

นภวรรณ ฐานะกาญจน์ และคนอื่น ๆ (2542, หน้า 25) ให้ความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง พื้นที่และ โครงสร้างหรือสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ที่ถูกจัดสร้างขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือน และกิจกรรมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยสิ่งอำนวยความสะดวกมีบทบาทสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยสรุป คือ

1. สนองความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์/นักท่องเที่ยวในการประกอบกิจกรรมนันทนาการ/กิจกรรมการท่องเที่ยว
2. ช่วยป้องกันรักษาทรัพยากรและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรมลง เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยว
3. ช่วยป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวขณะประกอบกิจกรรม
4. เป็นเครื่องมือ/สื่อในด้านการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจและเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวสัมผัสชื่นชมธรรมชาติมากขึ้น
5. อำนวยความสะดวกให้กับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
6. มีบทบาททางอ้อมในการสร้างภาพลักษณ์ (image) ของแหล่งท่องเที่ยว

ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก

ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก มีดังนี้

1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทโครงสร้างพื้นฐาน เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน และเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งเรียกว่า สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ โดยที่รัฐบาลพยายามสร้างสิ่งเหล่านี้ให้กับประชาชนในประเทศของตนให้ได้รับความสะดวกสบาย และส่งผลเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวด้วย โครงสร้างพื้นฐานที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวที่สำคัญ มีดังนี้

1.1 การสื่อสาร เป็นการให้บริการด้านการสื่อสารแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถทำการสื่อสารติดต่อกับบุคคลต่าง ๆ ตามที่ความต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็วและเพียงพอ เช่น โทรศัพท์ ไปรษณีย์ เป็นต้น

1.2 น้ำ น้ำเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีให้บริการ น้ำใช้อาบ ต้ม ชား โดยต้องให้มีบริการน้ำที่สะอาดและเพียงพอ มิฉะนั้นนักท่องเที่ยวจะไม่กล้าเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เพราะกลัวจะไม่มีน้ำใช้ปฏิบัติกิจประจำวัน และกลัวอันตรายจากน้ำไม่สะอาด จึงต้องมีการลงทุนหาแหล่งน้ำที่มีความสะอาดให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ระบบน้ำประปา พร้อมทั้งมีการวางท่อให้น้ำไหลอย่างไม่ติดขัด

1.3 ไฟฟ้า เป็นการให้บริการด้านกระแสไฟฟ้าแก่นักท่องเที่ยว เพื่อแสงสว่างและใช้กับเครื่องใช้ไฟฟ้าชนิดต่าง ๆ ได้อย่างเพียงพอ โดยจะต้องมีการคาดการณ์ล่วงหน้าเกี่ยวกับปริมาณการใช้ไฟฟ้าและจัดหาไว้ให้เพียงพอกับความต้องการที่อาจจะเกิดขึ้นจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในอนาคตด้วย

1.4 การสุขาภิบาล เป็นการให้บริการดูแลสุขาภิบาลของท้องถิ่นให้มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย เรียบร้อยอยู่เสมอ เช่น การกำจัดน้ำเสีย การกำจัดขยะมูลฝอย เป็นต้น นับว่ามีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวย่อมไม่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สกปรก การกำจัดของโสโครกสกปรกเหล่านี้ จะต้องกระทำอย่างถูกสุขลักษณะ มีการกระทำเป็นอย่างดี ซึ่งอาจต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญด้านนี้โดยเฉพาะเข้าช่วย จึงต้องมีการลงทุนค่อนข้างสูง

1.5 การขนส่ง เป็นการให้บริการในการสัญจรไปมาของประชาชน อีกทั้งเป็นเส้นทางขนส่งเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยวในปัจจุบันสามารถเดินทางได้ 4 ประเภท คือ ทางรถยนต์ รถไฟ ทางเรือ และทางอากาศ จึงต้องมีการลงทุนด้านการขนส่งให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

1.6 การสาธารณสุข เป็นการให้บริการด้านอนามัยแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจเกิดเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องให้บริการรักษาพยาบาลแก่นักท่องเที่ยว เช่น โรงพยาบาล คลินิก ศูนย์อนามัย เป็นต้น ซึ่งสถานพยาบาลเหล่านี้ ต้องมีแพทย์และพยาบาลไว้รักษาได้ทันทั่วถึง โดยคำนึงถึงการใช้ภาษาที่นักท่องเที่ยวเข้าใจด้วย

1.7 สวนสาธารณะสุข เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวใช้ร่วมกัน แม้ว่าความต้องการของทั้งสองกลุ่มอาจไม่เหมือนกัน และผู้วางแผนควรสร้างสวนสาธารณะขึ้นให้สามารถรับใช้บุคคลทั้งสองกลุ่ม โดยนำเอาความต้องการของทั้งสองกลุ่มมารวมกันและผสมให้กลมกลืนกัน ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งการจัดสวนสาธารณะนั้นควรจัดให้มีทั้งในตัวเมืองและนอกเมืองไว้บริการประชาชน และนักท่องเที่ยว

โดยการจัดสร้างสวนสาธารณะในตัวเมือง ควรสร้างให้กลมกลืนกันระหว่างสิ่งก่อสร้างรอบ ๆ กับ บริเวณพื้นที่ว่างเปล่าโล่ง ๆ ส่วนการจัดสร้างสวนสาธารณะนอกเมือง ควรสร้างให้กลมกลืนกับ สภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้อาจมีการจัดทำสวนสาธารณะขึ้นสองข้างทางถนน เพื่อ ช่วยรักษาธรรมชาติและเพิ่มความสวยงามของทัศนียภาพสองข้างทางด้วย

1.8 การศึกษาและฝึกอบรม เป็นการให้บริการด้านความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ที่จะประกอบธุรกิจท่องเที่ยวสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่าง มีประสิทธิภาพ เป็นการสร้างงานให้กับประชาชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วย จึงมี สถาบันการศึกษาที่จะให้ความรู้และฝึกอบรมทักษะให้แก่บุคลากรที่อยู่ในธุรกิจท่องเที่ยว

2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มุ่งให้ความปลอดภัยทางด้านร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สินแก่ประชาชน และเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยที่สำคัญ ได้แก่

2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านความปลอดภัยในลักษณะทั่วไป เป็นการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยและบำบัดทุกข์บำรุงสุขแก่ประชาชนของตนเอง และรวมถึง นักท่องเที่ยวด้วย โดยดำเนินการแก้ไข ป้องกัน ปราบปรามอาชญากรรม และความเดือดร้อนต่าง ๆ ที่ว่าราชอาณาจักร

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยในการให้บริการท่องเที่ยว เป็นการ ให้ความคุ้มครองดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวจากการใช้บริการท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิด อุบัติเหตุ หรือถูกล่อลวงจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

- (1) ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านการขนส่ง
- (2) ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านที่พักแรม
- (3) ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านแหล่งท่องเที่ยว
- (4) ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม
- (5) ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านนำเที่ยว
- (6) ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านสินค้าที่ระลึก

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นการ คุ้มครองดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ เช่น เงินตรา ข่าวดสาร เป็นต้น

การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทรัพยากรท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยที่ สำคัญที่จะให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นได้ ฉะนั้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทุกแห่งจึงต้องมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวจะต้องพัฒนาใน 3 ด้าน คือ

1. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ 3 ด้าน คือ

1.1 การพัฒนาด้านการเข้าถึงและระบบการท่องเที่ยวด้านทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยว จะประกอบได้ด้วย การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ ได้แก่ ถนน ที่จอดรถ ทางเดินเท้า ทางรถจักรยาน และที่จอดรถจักรยาน ทางเดินป่า ทางจักรยานี่ชัน ท่าเรือหรือท่าแพ

1.2 การพัฒนาด้านอาคารสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ ได้แก่ ที่ขายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พักนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาหรือซุ้มพักผ่อน ร้านค้าร้านอาหาร บ้านพักพนักงาน

1.3 การพัฒนาสิ่งประกอบบริเวณในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ ได้แก่ ซุ้มทางเข้า ป้ายและสื่อความหมาย ลานกิจกรรม สวนหย่อม กระจ่างและที่ปลูกต้นไม้ ม้านั่ง โต๊ะเก้าอี้ ระบบแสงสว่าง ระบบน้ำใช้ ระบบกำจัดของเสียและน้ำเสีย ระบบกำจัดขยะมูลฝอย รั้วกำแพง สะพาน ขั้วบันได และอื่น ๆ

2. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยที่สำคัญ 5 ด้าน คือ

2.1 การพัฒนาความปลอดภัยจากโจรสู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว

2.2 การพัฒนาความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ

2.3 การพัฒนาความปลอดภัยจากพืชสัตว์ในแหล่งท่องเที่ยว

2.4 การพัฒนาความปลอดภัยจากการหลงทาง

2.5 การพัฒนาความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ

การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านป้ายแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านป้ายแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมี 3 ประเภท คือ

(1) ป้ายต้อนรับเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

(2) ป้ายชี้ทางแหล่งท่องเที่ยว

(3) ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการออกแบบป้ายแหล่งท่องเที่ยว

จะต้องมีรูปลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

- (3.1) เป็นป้ายแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานทั้งขนาดสัดส่วนและกราฟิก
- (3.2) เป็นป้ายแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ในสภาพพื้นที่ต่าง ๆ กัน
- (3.3) เป็นป้ายแหล่งท่องเที่ยวที่มีขนาดตัวหนังสือและสัญลักษณ์ต่าง ๆ บนป้ายเหมาะสม
- (3.4) เป็นป้ายแหล่งท่องเที่ยวที่คงเอกลักษณ์เป็นไทย และมีความเป็นสากล
- (3.5) เป็นป้ายแหล่งท่องเที่ยวที่ออกแบบให้มีสีสันและใช้วัสดุกลมกลืนกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด
- (3.6) เป็นป้ายแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบง่ายต่อการผลิต จัดสร้าง ติดตั้ง และอยู่ในงบประมาณที่กำหนดไว้

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

เดวิด และมาร์ติน (David and Martin, 2000, pp. 34-35) ได้กล่าวว่า แนวโน้มของแรงจูงใจที่จะเกิดขึ้นในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมี 10 ประการ ดังนี้

1. แนวโน้มของแรงจูงใจที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีมากขึ้น มีการศึกษามากมายที่ชี้ให้เห็นว่า ความสนุกสนานในบริเวณที่เป็นแหล่งวัฒนธรรมของโลก หรือแหล่งวัฒนธรรมทางธรรมชาติจะเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ๆ

2. แรงจูงใจที่อยากจะพบกับคนในท้องถิ่น ความอยากที่จะไปพบปะผู้คนในท้องถิ่นจะเป็นแรงขับ (drive) ในตลาดท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุน้อย ระดับมัธยมศึกษาถึงมหาวิทยาลัย ซึ่งตลาดของเยาวชนจะให้ความสำคัญถึงแนวโน้มทางด้านนี้มากขึ้น ๆ

3. แรงจูงใจที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นของเจ้าของประเทศที่ตนไปเที่ยว เพื่อไปสังเกตเรียนรู้ว่าวัฒนธรรมอื่นมีลักษณะอย่างไร นักท่องเที่ยวที่มาจากเอเชีย โดยเฉพาะที่มาจากประเทศจีนและเกาหลี จะได้รับการเปิดโลกต่อวัฒนธรรมนานาชาติมากกว่าชาติอื่น

4. แรงจูงใจที่จะทำให้ชีวิตครอบครัวดีขึ้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวมองว่า การท่องเที่ยวเป็นเวลาที่จะทำให้ทุกคนในครอบครัวอยู่ด้วยกันได้อย่างดี แนวโน้มเห็นได้จากการไปเที่ยวสวนสนุกสถานที่ท่องเที่ยวใกล้กับตัวเมือง รีสอร์ททางระดับที่มีกิจกรรมให้กับครอบครัวทั้งครอบครัว

5. แรงจูงใจที่จะพักผ่อนหรือผ่อนคลายในสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่ดูแล้วยสบายใจ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อไปชมวัฒนธรรม การพักผ่อน หรือการพักผ่อน

6. แรงจูงใจที่จะไปในสถานที่ที่มีความสนใจเป็นพิเศษ หรือต้องใช้ทักษะพิเศษ คือนักท่องเที่ยวจะสนใจในงานอดิเรกบางอย่างเป็นพิเศษ เช่น การดำน้ำด้วยเครื่องส쿠บา

7. แรงจูงใจที่จะเป็นคนที่มีความสุขดี สมบูรณ์ แรงจูงใจนี้จะเห็นได้ชัดเจนจากนักวิเคราะห์ชาวยุโรปที่กล่าวว่า แรงจูงใจด้านนี้สามารถนำไปปรับปรุงระดับความสมบูรณ์ของร่างกาย สามารถทำให้ได้รับประทานอาหารแปลก ๆ ได้ไปเที่ยวยังแหล่งน้ำพุร้อน ศูนย์สุขภาพ ซึ่งทั้งหมดอยู่ในบริเวณที่ไม่มีมลพิษ ซึ่งแรงจูงใจด้านนี้กำลังเป็นที่แนวโน้มของนักท่องเที่ยวนานาชาติ

8. แรงจูงใจสำหรับปกป้องตนเองและความปลอดภัย ในขณะที่ความปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง ซึ่งมีความสำคัญมาก การคุกคามด้านสุขภาพ ด้านอาชญากรรม กิจกรรมของผู้ก่อการร้าย เป็นจุดสำคัญจุดหนึ่งที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจว่าจะเที่ยวหรือไม่

9. แรงจูงใจที่อยากได้การยอมรับว่ามีฐานะทางสังคมที่ดีขึ้น การยอมรับทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญในแรงจูงใจของมนุษย์ ทำให้มนุษย์รู้ถึงคุณค่าทางสังคม และต้องการบ่งบอกว่าตัวเองเป็นคนมาจากไหนด้วย

10. แรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตนเอง ระดับความต้องการที่จะให้ตนเองมีความสุขหรือให้รางวัลแก่ตนเอง ซึ่งการให้รางวัลดังกล่าวจะมีสูงมากในความรู้สึกทางร่างกาย เช่น การกิน การดื่ม พฤติกรรมทางเพศ และการซื้อของ กิจกรรมเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะให้รางวัลกับตัวเอง และเป็นการทดแทนการถูกบังคับให้ทำงาน จึงท่องเที่ยวเพื่อจะปลดปล่อย และรับสิ่งทดแทนที่เป็นรางวัลแก่ตนเองโดยการได้ท่องเที่ยว

ลอย (Loy, 1997, pp. 55-58) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลมักมีความเกี่ยวพันในลักษณะที่เป็นตัวเสริมแรงจูงใจ (reinforcement) ของกันและกัน ในการผลักดันเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยผลักดัน (push factors) เป็นลักษณะของสภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในของบุคคลเพื่อให้เกิดตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

1.1 สุขภาพอนามัย วงการแพทย์แผนปัจจุบันได้ยืนยันและสนับสนุนว่าการพักผ่อนและตากอากาศในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ จะมีส่วนเสริมเพื่อให้สุขภาพจิตและสุขภาพกายดีขึ้น และยังช่วยให้การรักษาโรคบางประเภทได้ผลมากยิ่งขึ้น

1.2 ความอยากรู้อยากเห็น ถือเป็นแรงผลักดันภายในที่ก่อให้เกิดการกระทำอย่างชัดเจน เพราะธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนล้วนมีสัญชาตญาณในการอยากรู้อยากเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่ตนเองยังไม่รู้ เพื่อเป็นการสำรวจหรือค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ในความคิด และเพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการเรียนรู้ให้กับตนเอง

1.3 ความพึงพอใจที่จะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวและความประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็นก็สร้างความสุข ความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับบุคคล

1.4 ความเชื่อและความศรัทธา มีหลายศาสนาที่ศาสนิกต้องการเดินทางไปยังแหล่งอันเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางศาสนจักร การเดินทางไปจาริกแสวงบุญ จึงทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

1.5 ธุรกิจและวิชาการ เหตุผลทางธุรกิจเป็นเหตุผลสำคัญในการเดินทาง นอกจากนั้นการเดินทางเข้าร่วมในโครงการวิจัย การประชุม การติดต่อกับสำนักงานใหญ่หรือสาขารวมทั้งการศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ จึงทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวขึ้น

1.6 เพื่อนฝูงและญาติพี่น้อง เช่น การไปเยี่ยมเยียนหรือเดินทางกลับบ้านเกิด เป็นต้น

1.7 เกียรติภูมิ (esteems) เป็นความปรารถนาของบุคคลบางคนที่มีค่านิยมในสังคมที่ขยอ้งการเดินทางไปในสถานที่บางแห่ง จึงทำให้เกิดความพยายามที่จะเดินทางไป ณ ที่นั้น เช่น การเดินป่าในวนอุทยาน การเดินทางขึ้นภูเขาสูง การล่องแก่ง การส่องสัตว์ เป็นต้น

2. ปัจจัยดึงดูด (pull factors) เป็นเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูด และเร่งรัดให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

2.1 แหล่งศิลปวัฒนธรรม (culture landscape) มักเป็นผลงานและเรื่องราวของมนุษย์ในอดีตที่กระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้มาก โดยเฉพาะสิ่งก่อสร้างและประติมากรรมทางประวัติศาสตร์ในสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่

2.1.1 โบราณคดี เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความปรารถนาอยากรู้อยากเห็นด้วยตนเอง อันเป็นความศิวิไลซ์ดั้งเดิมหรือความเจริญรุ่งเรืองของมนุษย์ในอดีตกาลที่ผ่านมา นอกเหนือไปจากที่ได้พบเห็นในตำรา หรือข้อมูลทางวิชาการหรือสารคดี

2.1.2 ประวัติศาสตร์ มักเป็นสิ่งที่ก่อสร้างที่มีมาอันน่าสนใจ และสร้างความทรงจำให้แก่ผู้พบเห็นเป็นอย่างดี เช่น อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถานต่าง ๆ พิพิธภัณฑ์สถาน เป็นต้น

2.1.3 เขตพื้นเมือง (folk landscapes) ความเป็นพื้นบ้านดั้งเดิมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวอยากเข้าไปสัมผัส ซึ่งสถานที่หลายแห่งมีชื่อเสียงสามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้มาก ดังนั้นภาครัฐจึงพยายามที่จะอนุรักษ์ให้คงสภาพเดิมเอาไว้ให้มากที่สุดทั้งธรรมชาติ สิ่งก่อสร้าง และวิถีชีวิต (ways of life) ของชาวพื้นเมือง

2.1.4 สถานที่ทางการเมือง เช่น ทำเนียบรัฐบาล เป็นต้น

2.1.5 สถานที่ทางการศึกษา เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาในการก่อตั้ง เป็นที่ศึกษาของบุคคลผู้มีชื่อเสียงต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยเก่าแก่มีชื่อเสียง เป็นต้น

2.1.6 สถานที่สำคัญทางศาสนา สถาบันทางศาสนาทั้งเก่าและใหม่ เช่น วัดสำคัญ โบสถ์ มัสยิดสำคัญ เป็นต้น

2.2 ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ได้แก่

2.2.1 งานเทศกาลพิเศษและงานประเพณีประจำปี เช่น งานทำบุญ งานสงกรานต์ งานแห่เทียนเข้าพรรษา เป็นต้น

2.2.2 ศิลปะ จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ และสถาปัตยกรรม โดยเฉพาะการจัดงานแสดงศิลปะหรือนิทรรศการภาพวาดที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

2.2.3 งานหัตถกรรมที่เป็นผลงานฝีมือหัตถกรรมพื้นบ้านและการสาธิตวิถีประดิษฐ์หัตถกรรม ที่สร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อหาผลิตภัณฑ์กลับไปเป็นของที่ระลึก

2.2.4 ศิลปะการแสดงและดนตรีที่มุ่งเน้นการสร้างบรรยากาศของเสียงเพลงและนาฏศิลป์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวเอง เป็นการแสดงออกถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่น

2.2.5 ภาษา เพื่อการเรียนรู้ภาษากับเจ้าของภาษาหรือภาษาท้องถิ่น

2.2.6 ลักษณะทางกายภาพ สภาพทางธรรมชาติหรือภูมิประเทศ มีผลอย่างมากต่อการดึงดูดผู้คนให้มาท่องเที่ยวในดินแดนหรือท้องถิ่นนั้น

2.2.7 สภาพภูมิอากาศ มีผลต่อการท่องเที่ยวโดยตัวมันเอง เช่น การอาบแดด ลมชายหาดทะเล เป็นต้น

2.2.8 ทักษะภาพ เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่น เช่น ทะเล ป่าเขา ทักษะภาพใต้ทะเล เป็นต้น

2.2.9 ชีวิตสัตว์ป่า เพื่อไปเที่ยวชมกับเพื่อการสังเกต เช่น สวนสัตว์เปิด การดูนก การส่องสัตว์ การดำน้ำดูปะการัง เป็นต้น

2.2.10 ความบันเทิงเรีงรมย์ เป็นลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เพื่อความสุข เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภาระหน้าที่ประจำ เช่น การเล่นกีฬา การดูละคร ภาพยนตร์ คอนเสิร์ต การแข่งขันโอลิมปิก การแสวงหาอาหารรสเลิศ ความบันเทิงยามราตรี เป็นต้น

2.2.11 อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมีส่วนให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวสู่ดินแดนนั้น เช่น ความสุภาพอ่อนโยน ความมีไมตรีจิตของเจ้าของบ้านหรือท้องถิ่น ความสะดวกสบายและความปลอดภัยที่ได้รับ หรือได้รับการบอกเล่าที่สร้างความประทับใจและต้องการสัมผัสด้วยตนเอง เป็นต้น

สิ่งที่กล่าวมาเป็นแนวความคิดของนักวิชาการที่ได้พยายามอธิบายถึงสาเหตุการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยผลักดันส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยที่เกิดจากภายในตัวบุคคลและมีอิทธิพลผลักดันให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยดึงดูดจะเป็นปัจจัยภายนอกจากแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จะดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปในพื้นที่นั้น ปัจจัยทั้งสองประเภทนี้มีอิทธิพลเสริมแรงกันและกัน

แนวคิด ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ

ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2545, หน้า 20-23) กล่าวว่าการจัดการบริษัทนำเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องจัดส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสม ซึ่งส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจนำเที่ยวในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร การจัดโปรแกรมและรายการนำเที่ยวแบบสำเร็จรูป (package) กระบวนการในการให้บริการ รวมทั้งการมีหุ้นส่วนหรือพันธมิตรทางธุรกิจซึ่งอาจพิจารณาในรายละเอียดได้ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Products) หมายถึง สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่จัดไว้เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร การทัศนจรมัคคุเทศก์ รวมทั้งความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทนำเที่ยวเองไม่สามารถควบคุมการบริการได้ทั้งหมด เพราะมีธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดสินค้าและบริการให้กับนักท่องเที่ยวด้วย แต่ในส่วนที่บริษัทนำเที่ยวต้องตอบคำถามให้ได้ คือ

(1) การจัดสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อเตรียมที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ต้องกำหนดว่าบริษัทจะจัดบริการใดบ้างให้นักท่องเที่ยว

(2) ต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

(3) นักท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์อะไรจากการใช้บริการที่เราจัดขึ้น

(4) มีคู่แข่งมากน้อยเพียงไร และเราสามารถเข้าสู่กลุ่มตลาดเป้าหมายได้อย่างไร
ได้ส่วนแบ่งตลาดมากน้อยเพียงใด

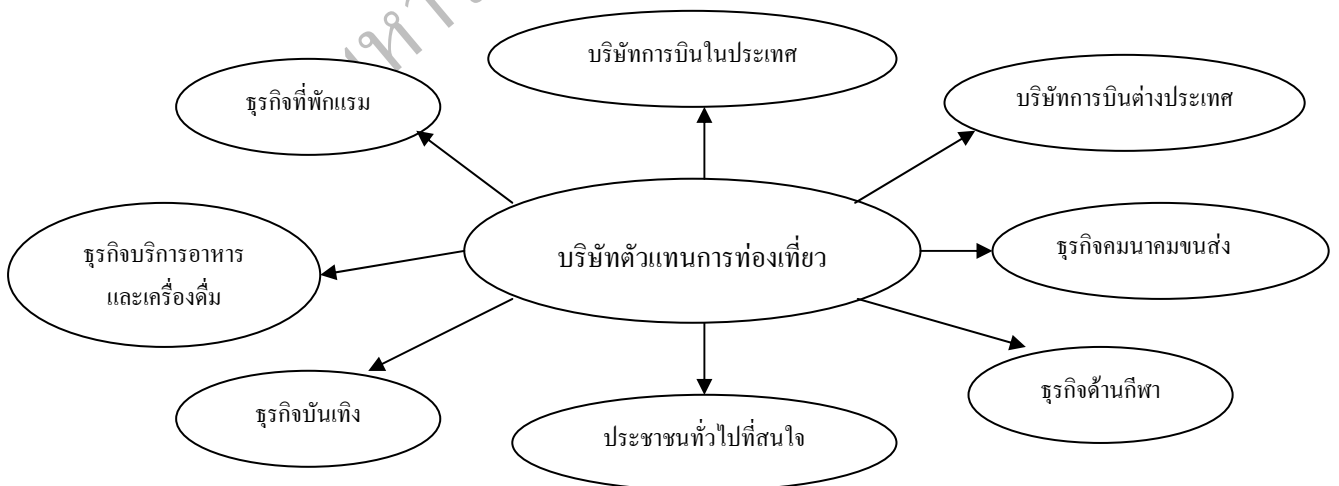
2. ราคา (Price) ราคาเป็นสิ่งที่ใช้แสดงภาพลักษณ์ของบริษัทการบริการและสร้างความคาดหวังในสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ เมื่อเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวนั้นและสามารถทำการดำเนินงานของบริษัทมีกำไรหรือขาดทุนได้ จึงต้องกำหนดให้เหมาะสมกับนโยบาย

ของธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขันกับผู้อยู่ในธุรกิจเดียวกัน รวมถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย สิ่งที่จะต้องตอบคำถามให้ได้ คือ

- (1) ราคาที่นำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมที่สุดคือราคาใด
- (2) ราคาที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดคือราคาใด
- (3) นักท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายนั้นเหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้หรือไม่

3. ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) เป็นการพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ได้แก่

- (1) สินค้าหรือบริการที่จัดขึ้นของบริษัทจะสามารถจัดจำหน่ายโดยวิธีใดบ้าง เพื่อให้สามารถกระจายและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้
- (2) หากบริษัทจะทำการขายเอง จะต้องจัดเตรียมงานอะไรบ้าง
- (3) จะตกแต่งสถานที่ในการขายและอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างไร เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เข้ามาทราบถึงภาพลักษณ์การบริการของบริษัทได้ทันที
- (4) จะต้องทำอย่างไรให้สินค้าและบริการของเรา สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวกที่สุดสำหรับลูกค้า
- (5) จำเป็นต้องทำการขายผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (travel agent) หรือไม่ หากจำเป็นต้องขายผ่านตัวแทนการท่องเที่ยวใดบ้าง โดยพิจารณาจากความสามารถในการกระจายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของตัวแทนการท่องเที่ยว ดังรูปที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 การกระจายสินค้าและบริการของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว

ที่มา : ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, 2545, หน้า 21

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) จะต้องทำการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย
อย่างไรเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถทราบและต้องการซื้อสินค้าและบริการที่จัดขึ้น โดย
จะต้องพิจารณาว่า

(1) โปรแกรมการท่องเที่ยวใดบ้างที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก และจำเป็นต้องทำให้มีผู้ทราบ
และสนใจท่องเที่ยวมากขึ้น

(2) ช่วงเวลาใดบ้างที่จะต้องทำการส่งเสริมการขายและต้องทำในรูปแบบใดเพื่อจะ
ไม่ให้กระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท

5. บุคลากร (personel) เป็นปัจจัยทางการตลาดที่มีแนวโน้มว่าควบคุมได้ยากที่สุด เพราะ
บุคลากรในที่นี้นอกจากบุคลากรของบริษัทที่ตนเองแล้ว ยังต้องมีบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่
ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้วย เช่น บุคลากรในการขนส่ง ที่พัก อาหาร บันเทิง
กีฬา เป็นต้น ซึ่งการบริการนักท่องเที่ยวจะมีมาตรฐานเพียงใด ขึ้นอยู่กับมาตรฐานการบริการของ
บุคลากรของบริษัทเองเป็นส่วนใหญ่ โดยต้องมีการจัดอบรมพนักงานของบริษัทให้เข้าใจ
กระบวนการปฏิบัติงาน วิธีการให้บริการที่ดี และจัดให้เป็นรูปแบบเดียวกัน เพื่อให้มีความ
สม่ำเสมอในการบริการ ไม่ว่านักท่องเที่ยวจะเป็นใครต้องได้รับการบริการที่ดีเหมือนกันหมด

6. การจกรายการท่องเที่ยว (programming) รูปแบบของโปรแกรมการท่องเที่ยวจะต้อง
กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ และตัดสินใจท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว ในรายการนำเที่ยว
จะต้องรวมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เป็นสถานที่ที่ควรไป เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวยังพื้นที่ อาจมีการ
จัดการท่องเที่ยวแบบสำเร็จรูป (package) โดยในการท่องเที่ยวแบบสำเร็จรูปจะต้องรวมสิ่งต่างๆ ที่
จำเป็นในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนั้น ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ค่าเดินทางไม่ว่าจะเป็นด้วยวิธีใด
เครื่องบิน รถประจำทางรถไฟ ค่าอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าเข้าชม
สถานที่ท่องเที่ยว ค่าประกันภัย ค่าอำนวยความสะดวก ค่าทำกิจกรรมต่าง ๆ ในขณะที่ท่องเที่ยว
เป็นต้น โดยกำหนดเป็นการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายในหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้เลือก เช่น
การท่องเที่ยววันเดียว (sight seeing tour) การท่องเที่ยว 2-3 วัน เป็นต้น

7. กระบวนการในการให้บริการ (proecess) จะต้องมีการกระบวนการในการให้บริการที่
คล่องตัว สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความสะดวกสบายที่ได้รับ
และใช้เวลาในการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ไม่ต้องคอยกังวลเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ที่ให้บริษัทนำเที่ยว
จัดการให้แล้ว

8. การมีหุ้นส่วนหรือพันธมิตรทางธุรกิจ (partnership) จะสามารถสร้างและรักษา
ความสัมพันธ์ของหุ้นส่วนหรือพันธมิตรทางธุรกิจอย่างไร เนื่องจากธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวต่างต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน คือ ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างครบวงจรนั้น

จะต้องมีการติดต่อประสานงานกันหลายฝ่าย เช่น บริษัทผู้ทำธุรกิจด้านการคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางทะเล และทางอากาศ ธุรกิจที่พักในรูปแบบต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท บ้านเช่า บ้านพักแบบชุมชน (ชาวบ้าน) จัดการที่พักให้แก่นักท่องเที่ยว (home stay) ธุรกิจสถานบันเทิงต่าง ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวยามราตรี ดิสโก้เทค ผับ บาร์ ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ภัตตาคาร ห้องอาหาร ร้านอาหาร หน่วยงานของรัฐ เช่น สวนป่าอุทยานแห่งชาติ ด่านตรวจคนเข้าเมือง หน่วยงานภาคเอกชนต่าง ๆ เช่น บริการแบกสัมภาระในการเดินทางในป่าของนักท่องเที่ยว บริการนำทางในป่าลึกโดยชาวบ้านที่อยู่ในพื้นที่นั้น ธุรกิจร้านขายของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว ชาวบ้านที่อยู่อาศัยในแหล่งท่องเที่ยววนั้น เป็นต้น ซึ่งจะมีรายละเอียดในการติดต่อประสานงานกับแต่ละหน่วยงานที่แตกต่างกันไป และในการนำเที่ยวแต่ละครั้งจะต้องอาศัยหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้ในการอำนวยความสะดวก และสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

ศุภฤกษ์ สุรางกูร (2545, หน้า 7-8) กล่าวถึง เหตุผลและแรงจูงใจที่คนไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศว่า แต่เดิมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยมักผูกพันในเรื่องศาสนา เข้มญาติพี่น้อง และการค้าขายเป็นหลัก จนต่อมาในระยะหลัง ๆ นี้จึงนิยมการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เนื่องจากเหตุผลต่อไปนี้

1. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมกสิกรรมล้วน ๆ มาเป็นสังคมกสิกรรมกึ่งอุตสาหกรรมเกษตร ทำให้คนไทยมีความเครียดมากขึ้น โดยเฉพาะในสังคมเมืองคนไทยจึงเริ่มหันมาท่องเที่ยวมากขึ้น
2. เส้นทางคมนาคมสู่แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศได้รับความสะดวกมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ
3. ความรู้สึกที่มีความปลอดภัยในการเดินทางมากขึ้น
4. สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวได้ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว
5. มีสถานประกอบการด้านธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากขึ้น
6. มีการศึกษาสูงขึ้นทำให้เพิ่มโอกาสในการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มากขึ้น
7. อยากเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันของคนไทยในแต่ละท้องถิ่น
8. การมีรายได้และภาวะแวดล้อมอื่น ๆ ที่ดีขึ้น
9. การท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยที่ 5 ของคนไทย
10. แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศได้พัฒนาให้เป็นที่น่าสนใจ มีความหลากหลายมากขึ้น
11. การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ให้ไทยเที่ยวไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นไปอย่างกว้างขวาง เป็นรูปธรรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552, หน้า 9-10) ได้ให้ความสำคัญของการนำกลยุทธ์ทางด้านการตลาดมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

1. การจัดการวางแผนองค์การ ควรวางหลักการในการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจน โดยจัดวางหลักการของธุรกิจตามลักษณะหรือตามแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

1.1 บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (travel agent) จัดแบ่งตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

- Inbound Tour หรือทัวร์ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยว
- Outbound Tour หรือทัวร์ของคนในประเทศเดินทางออกนอกประเทศ
- Domestic Tour หรือการท่องเที่ยวภายในประเทศ
- Ticketing Agent หรือตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน และสำรองที่นั่งโดยไม่นับการขายแบบทัวร์ที่เดินทางเป็นกลุ่มใหญ่

- Marketing presentation Agent การรับจัดและบริการการตลาดให้กับสินค้าด้านการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน โรงแรม เป็นต้น

1.2 โรงแรมหรือที่พักจัดแบ่งได้ตามลักษณะของอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและลักษณะของโรงแรมตามมาตรฐานของสมาคมโรงแรมโลก (World Organization of Hotel) ได้จัดแบ่งดังนี้

- โรงแรมระดับ 5 ดาว ขึ้นไป
- โรงแรมระดับ 4 ดาว
- โรงแรมระดับ 3 ดาว
- ห้องเช่าหรือบ้านเช่า

1.3 ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การขนส่ง ภัตตาคาร ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งหากผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถจัดวางองค์กรได้ถูกต้องก็จะนำความสำเร็จมาสู่ธุรกิจได้

2. การจัดบุคลากร บุคลากรถือเป็นส่วนสำคัญมาก เนื่องจากงานด้านการท่องเที่ยวนี้เป็นงานบริการระหว่างบุคคลและความพอใจในตัวสินค้าและบริการซึ่งจะขึ้นอยู่กับบุคคลที่จะได้รับบริการ สิ่งสำคัญที่สุดในตัวบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวนี้จำเป็นต้องมีจิตใจรักการบริการ (service mind) มีความกระตือรือร้นต่องาน และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

3. การจัดเตรียมสินค้า นอกเหนือจากหลักการทางด้านการตลาดทั่วไปแล้ว การจัดเตรียมสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ฤดูกาล ก็มีความสำคัญ การจัดเตรียมสินค้าควรวางแผนในระยะสั้นและระยะยาวควบคู่กันไป โดยเตรียมแผนในรอบ 6-12 เดือน และระยะสั้นราย

เดือน หรือรายสัปดาห์ พร้อมทั้งสรุปรายละเอียดการสำรองที่นั่งหรือการจองห้องพักให้เรียบร้อย ก่อนหน้าการเปิดขาย ทั้งนี้การจัดเตรียมสินค้าควรพิจารณาถึงปัจจัยรอบข้าง เช่น วันหยุดช่วงเทศกาล ช่วงปิดภาคเรียน เป็นต้น

4. การจัดวางแผนการขายล่วงหน้าและการใช้สื่อการขาย ขั้นตอนนี้มีความสัมพันธ์ โดยเฉพาะธุรกิจการโรงแรม เนื่องจากการวางแผนล่วงหน้าสามารถวางแผนด้านราคา ส่วนแบ่งตลาด เพื่อลดความเสี่ยงทางด้านธุรกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติชัย เจริญชัย (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) บ้านชะชอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า บ้านชะชอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีมีศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในระดับสูง และผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในระดับสูง ส่วนนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในระดับปานกลาง ลักษณะกลุ่มในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ความแตกต่างกันมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เกิดศิริ เจริญวิศาล และจุฑามาศ จันทรัตน์ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความเข้าใจ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางไปต่างประเทศ เพราะต้องการความแปลกใหม่เป็นเหตุผลสำคัญที่สุด และเหตุผลรอง คือ เพื่อไปเรียนรู้ และเห็นเป็นความพิเศษคือการเดินทาง การคมนาคมที่สะดวก มีความสะอาด และมีความปลอดภัยสูงกว่าการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจุดเด่นที่ควรสนับสนุนต่อไป คือ ราคาสินค้าและบริการซึ่งต่ำกว่า ความมีน้ำใจของคนไทย และการท่องเที่ยวทางทะเลก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ควรส่งเสริมสนับสนุนต่อไป อย่างไรก็ตามการวิจัยพบข้อบกพร่องในการเดินทางภายในประเทศหลายประการ โดยเฉพาะการคมนาคมที่ไม่มีความสะดวกต่อเนื่อง

ฉันทัช วรรณถนอม (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อนเป็นเหตุผลสำคัญที่สุด และเห็นว่าประเทศไทยมีจุดเด่นของ

แหล่งท่องเที่ยวที่มีหลากหลาย โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

ปัจจัยรองในการตัดสินใจคืองบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อมระยะทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ความปลอดภัยในทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสอดแทรกที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้หันมาเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยมีความเห็นว่า ในภาวะที่เงินบาทมีค่าอ่อนตัวลง หรือเงินบาทมีค่าน้อยลง เมื่อแลกเปลี่ยนเป็นเงินตราต่างประเทศและการขอความร่วมมือปลูกจิตสำนึกให้ไทยเที่ยวไทยจากภาครัฐและภาคเอกชน มีอิทธิพลในระดับมากต่อการทำให้คนไทยหันมาเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น จากการศึกษาแนวโน้มของนักท่องเที่ยวไทยที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 97 ให้ความเห็นว่ายังคงเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอีก เนื่องจากเห็นว่าประเทศไทยมีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ

ดร.ณิ ช่อนกลิ่น (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดหนองคาย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการได้ดำเนินการมากกว่า 2 ปี มีรูปแบบการดำเนินการแบบไม่เป็นทางการ โดยผู้ใหญ่วัยเป็นผู้บริหารงานในการจัดชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และได้แบ่งคนในชุมชนทำงานตามความรู้ความสามารถที่ถนัด คือ งานหัตถกรรมของกลุ่มแม่บ้าน กิจกรรมการแสดงพื้นเมือง การเตรียมการต้อนรับ การดูแลด้านความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ การจัดหาเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาพักแรม โดยแหล่งท่องเที่ยวที่พานักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชม ได้แก่ วัดที่อยู่ในชุมชน งานหัตถกรรมของกลุ่มแม่บ้าน การจัดแสดงศิลปะของคนในท้องถิ่น แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดหนองคายยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายเพราะงบประมาณทางด้านประชาสัมพันธ์ที่ทางภาครัฐจัดให้ไม่เพียงพอ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักโฮมสเตย์ในจังหวัดหนองคายแบบปากต่อปาก นอกจากนั้นการจัดระบบการลงทะเบียนของนักท่องเที่ยวยังไม่เป็นระบบที่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลที่ได้มาไปใช้ในการวางแผนงานด้านการสำรองที่พักแรม และการต้อนรับได้ ส่วนในการพัฒนาปรับปรุง มีดังนี้

1. การคมนาคมขนส่งระหว่างสถานีขนส่งของจังหวัดกับสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น
2. การรักษาความสะอาดของสถานที่พักแรมและสถานที่ท่องเที่ยวให้สะอาดอยู่เสมอ

3. การพัฒนาบุคลากรด้านการบริการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการบริการให้นักท่องเที่ยว

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้เข้ามาพัก เพื่อประโยชน์ในการวางแผนในการสำรองที่พักของนักท่องเที่ยว

ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ในอำเภอเมืองหนองคายให้ยั่งยืนและเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนท้องถิ่น เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น

พิชญ ชัยวุฒิ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งกับการที่มีการกำหนดเส้นทางการเดินทางที่เหมาะสม การจัดให้พักในที่พักที่พอใจในด้านราคากับการกำหนดค่าบริการได้เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ ช่องทางการจัดจำหน่ายนักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องการให้ข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว สำหรับในเรื่องการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับสื่อโฆษณา จากแผ่นพับและคู่มือการท่องเที่ยวและรูปเล่ม การขายบริการนำเที่ยวโดยมีพนักงานขาย การส่งเสริมการขายนักท่องเที่ยวเห็นว่าควรมีการลดราคาในระดับปานกลางถึงมาก ในด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการที่บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของลูกค้าทั้งเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ส่งผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คมกริช คิวเงิน (2534 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การศึกษาขีดความสามารถทางจิตวิทยาในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการบริเวณน้ำตกเหวสุวัต อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า กิจกรรมนันทนาการที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทุกคน ได้แก่ การชมทิวทัศน์ รองลงมาได้แก่ การถ่ายรูป การเล่นน้ำตกและปิกนิก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมทางกายภาพและปริมาณความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวขณะประกอบกิจกรรมนันทนาการ

อภิวรรณ เกียงขวา (2534 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่พักแรมที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสภาพธรรมชาติ แต่ก็ต้องการให้มีการปรับปรุงซ่อมแซมสิ่งอำนวยความสะดวกให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ปลอดภัย และกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม

ลำพอง ศรีทับทิม (2535 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยว

ชาวไทยยังมีความพอใจกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว และพบว่า อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ จังหวัดที่อยู่อาศัย ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวนวันที่พักผ่อนต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

นิกร เกลี้ยงพิบูลย์ (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาสวนพฤกษศาสตร์พุแค จังหวัดสระบุรี พบว่า เพศ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา สถานภาพสมรส อาชีพ รอยรายได้ จำนวนครั้งที่เคยเที่ยวมา แหล่งรับข้อมูลข่าวสาร วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว และระยะเวลาในการเดินทาง เป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ส่วนอายุ อาชีพหลัก ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของสวนพฤกษศาสตร์พุแคเป็นไปอย่างล่าช้า เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านงบประมาณและบุคลากร

ธนากร วิชัยกุล (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางชีวภาพและการบริการ บริเวณศึกษาธรรมชาติสวนป่าทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันของเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวนวันพัก และจำนวนครั้งที่มาศูนย์ศึกษาธรรมชาติสวนป่าทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางชีวภาพและการบริการ บริเวณศูนย์ศึกษาธรรมชาติสวนป่าทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความแตกต่างกันของสถานภาพการสมรส ประสบการณ์ท่องเที่ยวศูนย์ศึกษาธรรมชาติต่าง ๆ และประเภทของกิจกรรมนันทนาการมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางชีวภาพและการบริการบริเวณศูนย์ศึกษาธรรมชาติสวนป่าทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่างกัน

วิจิต อุกะโชค (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมล่องแก่งน้ำว้า อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการจัดการสื่อความหมายธรรมชาติ ด้านความประทับใจ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของลำน้ำว้า ด้านการรักษาความปลอดภัย การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านค่าใช้จ่ายในการร่วมกิจกรรมแตกต่างกันกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว ในขณะที่ความพึงพอใจที่ได้รับจริง เมื่อได้เข้าร่วมกิจกรรมล่องแก่งมีน้อยกว่า อย่างมีนัยสำคัญ จึงควรจะทำให้มีการจัดการด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับความพึงพอใจ

อริป สุขมงคล (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ของคนกรุงเทพฯ พบว่า ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ คนกรุงเทพฯที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง

20-29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สภาพภาพโศด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ทักษณียภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับสูงสุด ด้านราคาให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นอันดับสูงสุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการเดินทางเป็นอันดับสูงสุด ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญมากกับการจัดรายการส่งเสริมการขาย โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดงานนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอันดับสูงสุด นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านไม่แตกต่างกัน นอกจากนั้นยังมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาคั้งนี้คือ ควรมีการส่งเสริมกิจกรรมการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว โดยความร่วมมือของชุมชนในพื้นที่และหน่วยงานส่วนท้องถิ่นอันจะเป็นพลังที่สำคัญเพื่อคงทัศนียภาพและความเป็นธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การรักษาความสะอาด การปลูกสร้างสิ่งก่อสร้างข้างเคียงที่ไม่ทำลายทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับทัศนียภาพและธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด

สาวิตรี แก่นพลอย (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวไทยต่อปี ค่าใช้จ่ายต่อวันต่อคน ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อปี และจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อปี ตามลำดับ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาของดัชนีค่าเงินที่แท้จริง อัตราเงินเฟ้อ ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศต่อคน อัตราการว่างงาน และปริมาณเงินฝากออมทรัพย์ และเงินฝากประจำ ในช่วงปี พ.ศ. 2530-2545 ในการประมาณแบบจำลองของนักท่องเที่ยวไทย ค่าใช้จ่ายต่อวันต่อคน ค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคน และจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อปี

ผลการศึกษาพบว่า ดัชนีค่าเงินที่แท้จริงมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายต่อวันต่อคน คือ เมื่อดัชนีค่าเงินเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันเพิ่มขึ้น 64.65 บาท แต่ดัชนีค่าเงินบาทมีทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวไทย ค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคนและจำนวนวันพักเฉลี่ย คือ เมื่อดัชนีค่าเงินบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวไทยลดลง 797,064 คน ค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคนลดลง 2,647.20 บาท และจำนวนวันพักเฉลี่ยลดลง 0.79 วัน อัตราเงินเฟ้อจะมีทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวไทย แต่จะมีทิศทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคนและจำนวนวันพักเฉลี่ยคือ เมื่ออัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อวันต่อคนลดลง 48.21 บาท ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อปีลดลง 279.38 บาท และจำนวนวันพักเฉลี่ยลดลง 0.43 วัน อัตราการว่างงานมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคน และจำนวนวันพักเฉลี่ย ส่วนปริมาณเงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำ จะมีทิศทาง

เดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวไทย ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคน และจำนวนวันพักเฉลี่ยคือ เมื่อปริมาณเงินฝากออกทรัพย์และเงินฝากประจำเพิ่มขึ้น 1 ล้านบาท ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น 56,804 คน ค่าใช้จ่ายต่อวันต่อคนเพิ่มขึ้น 2.11 บาท ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อปีเพิ่มขึ้น 309.37 บาท และจำนวนวันพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 0.07 วัน และจากผลการศึกษาคาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้วางนโยบายการท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปที่สนใจให้เข้าใจถึงอิทธิพลของตัวแปรทางเศรษฐกิจ และสังคมที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอีกมากมายที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย เช่น รายได้ของนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น

ณัฐย กุลทา (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมาอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด รองลงมาคือสมรสแล้ว ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท รองลงมาคือ 10,001-15,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกรายการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งใช้เวลา 2 วัน ชอบไปท่องเที่ยวทุกโอกาสตามความสะดวก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 3,000-5,000 บาท รูปแบบบริการนำเที่ยวส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวเองและเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยว โดยได้รับข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวจากการบอกต่อจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก รองลงมาเป็นโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เมื่อไปท่องเที่ยวเลือกพักตามโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่ไปเป็นประจำคือ ชายทะเล และน้ำตก ภูมิภาคที่ประชาชนส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยวคือภาคกลาง และคิดจะไปคือภาคเหนือ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด โดยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องมีบรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการให้บริการที่รวดเร็ว ด้านพนักงานให้บริการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านของบุคลิกภาพดี อธิษาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องความสะดวก

รวดเร็วในเรื่องการเดินทาง ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในเรื่องบริการคุ้มครอง
รักษาความปลอดภัย ด้านราคาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือค่าที่พักแรม และด้านส่งเสริม
การตลาดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องของการโฆษณาทางสื่อ

สำหรับปัญหาส่วนประสมการตลาด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้
ด้านกระบวนการให้บริการปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการให้บริการล่าช้า ด้านช่องทางการจัด
จำหน่ายปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์
ด้านราคาปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องค่าที่พักแรมราคาแพง ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่
ท่องเที่ยวปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านพนักงาน
ให้บริการปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องบุคลิกภาพไม่ดี มนุษยสัมพันธ์ไม่ดี สำหรับปัญหาส่วน
ประสมทางการตลาด โดยรวม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องไม่มีความปลอดภัย ด้านส่งเสริม
การตลาดในเรื่องไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี