

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎี

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นการบริโภคสินค้าอย่างหนึ่ง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคสินค้า การศึกษาพฤติกรรมทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจึงเป็นการศึกษาพฤติกรรมเลือกสินค้าของผู้บริโภค หรือการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนั่นเอง ในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดข้อสมมติและขอบเขตในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค⁷ตามแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความพอใจจากการบริโภคสินค้าและบริการ โดยมีข้อสมมติว่าผู้บริโภคจะเลือกสินค้าและบริการที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด ในการที่ผู้บริโภคจะสามารถตอบได้ว่าเขามีความพอใจสูงสุดจากการบริโภคสินค้าและบริการได้นั้น ต้องมีการกำหนดเงื่อนไขดังต่อไปนี้

ผู้บริโภคต้องสามารถเปรียบเทียบได้ว่าชอบสินค้าชนิดหนึ่งมากกว่าสินค้าอีกชนิดหนึ่ง เช่น นักท่องเที่ยวต้องสามารถตอบได้ว่าชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่ง

ผู้บริโภคต้องมีความคงเส้นคงวา(Transitivity) ยกตัวอย่างเช่น ถ้านักท่องเที่ยวชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ และชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ดังนั้นเขาต้องชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ด้วย

⁷ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน : ชีระพงษ์ วิภิตเศรษฐ, จุลเศรษฐศาสตร์: ทฤษฎีและการประยุกต์, พิมพ์ครั้งที่ 1 (กรุงเทพมหานคร : โครงการส่งเสริมเอกสารวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2540).

นอกจากข้อสมมติข้างต้นแล้วความพอใจที่ผู้บริโภครับจากการบริโภคสินค้าและบริการแต่ละชนิดต้องเป็นเอกเทศต่อกัน(Independent) ซึ่งหมายความว่าความพอใจที่ผู้บริโภครับจากการบริโภคสินค้าต้องขึ้นกับการบริโภคสินค้าชนิดนั้นแต่เพียงอย่างเดียว ไม่ได้ขึ้นอยู่กับการบริโภคสินค้าชนิดอื่น เพื่อเป็นการกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่และเป็นการกำหนดให้สินค้าทั้งหมดที่อยู่ในงบประมาณของผู้บริโภคเป็นสินค้าที่ไม่มีความสัมพันธ์กันเลยนั่นเอง

ตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น ผู้ศึกษาได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดข้อสมมติในงานศึกษาครั้งนี้ โดยก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้นั้นเขาจำเป็นต้องตอบให้ได้ก่อนว่าในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดในประเทศไทยที่เขาได้มีโอกาสท่องเที่ยวไปนั้น ในภายใต้งบประมาณของเขามืออยู่จำกัด เขาได้รับความพอใจจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดมากที่สุด โดยกำหนดให้แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งไม่สามารถทดแทนกันได้ และแหล่งท่องเที่ยวที่เขาเลือกจะต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้เขาได้รับความพอใจสูงสุด โดยเชื่อว่าถ้านักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยว เขาก็จะตัดสินใจท่องเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งในงานศึกษาของ Metin Kozak และ Mike Rimmington⁸ ได้เคยทำการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในเมือง Mallorca ประเทศสเปน พบว่าถ้านักท่องเที่ยวมีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว จะมีความเป็นไปได้ที่เขาจะกลับมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่นอีก

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมื่อได้ศึกษาแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคทางพฤติกรรมศาสตร์ควบคู่ไปกับการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องท่องเที่ยวในอดีต ทำให้สามารถได้แนวทางในการกำหนดปัจจัยที่นำมาใช้ในการศึกษา โดยสามารถแบ่งงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องท่องเที่ยว ได้ดังต่อไปนี้

⁸Kozak, Metin and Rimmington, Mike , "Tourist Satisfaction with Mallorca,Spain,as an off-season Holidays Destination," *Journal of Travel Research*38(February 2000) : 260-269.

⁹วิชาพฤติกรรมศาสตร์ คือ การศึกษาตัวบุคคล เพื่อดูว่าพฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกมานั้นเป็นอย่างไร และเกิดจากอะไร (เหตุผลหรืออิทธิพลใดบ้าง) ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน : ธงชัย สันติวงษ์, พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด, พิมพ์ครั้งที่6 (กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2535).

1. งานศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
2. งานศึกษาเรื่องแหล่งท่องเที่ยว

1. งานศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

งานศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่ผู้ศึกษาได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษานั้น แบ่งได้เป็นงานศึกษาของไทย และงานศึกษาของต่างประเทศ ซึ่งความแตกต่างของงานศึกษาของไทย และงานศึกษาของต่างประเทศที่เห็นได้ชัดเจน คือ ปัจจัยที่นำมาใช้ งานศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของไทย จะให้ความสำคัญ กับตัวแปรพื้นฐานของบุคคล เช่น รายได้ อาชีพ อายุ เพศ ระดับการศึกษา ภูมิสำเนา เป็นต้น ในขณะที่งานศึกษาของต่างประเทศจะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงความ ต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เช่น ความสนใจของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์กรรมการท่องเที่ยวของนัก ท่องเที่ยว

งานศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของไทย สามารถแยกออกเป็น 2 เรื่อง ที่สำคัญ โดยเรื่องหนึ่ง จะเป็นงานศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ส่วนเรื่องที่สอง จะเป็นงานศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป

งานศึกษาเรื่องอุปสงค์การท่องเที่ยวที่นำมาใช้ประกอบในการศึกษารั้งนี้ ประกอบด้วย งานศึกษาของ สมบัติ แซ่เฮ้¹⁰ ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์ที่มีต่อบริการรูปแบบใหม่ที่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จะจัดนำเสนอสื่อ และ งานศึกษาของ ณัฐกานต์ โรจนุตมะ¹¹ ที่ศึกษาถึงปัจจัย กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในระยะเวลาดังกล่าว และปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งงาน ศึกษาของทั้งสองจะเน้นศึกษากรณีนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ในส่วนของวิธีการศึกษา เนื่องจากเป็นงาน ศึกษาพฤติกรรมกรรมการเที่ยว และไม่เที่ยว ทั้งคู่จึงได้เลือกใช้แบบจำลองโลจิสติกเป็นวิธีการศึกษา สำหรับตัวแปร ที่ใช้ในงานศึกษา จะประกอบด้วยปัจจัยภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมได้แก่ รายได้ อายุ อาชีพ ระดับ การศึกษา

¹⁰สมบัติ แซ่เฮ้, "การศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขา ใหญ่," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537).

¹¹ณัฐกานต์ โรจนุตมะ, "ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร," (วิทยา นิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542).

ส่วนงานศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป ที่นำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา ประกอบด้วย งานศึกษาของ **เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ**¹² ซึ่งศึกษาว่าชาวไทยที่มีภูมิลำเนาทางเศรษฐกิจ และสังคมที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร โดยทำการสอบถามกับชาวไทยจำนวน 3,400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา อีกรงานศึกษาเป็นของ **วารุณี ตันติวงศวานิช**¹³ ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกราคาที่พักแรมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยทำการสอบถามกับนักท่องเที่ยวอิสระจำนวน 386 ราย และใช้สถิติเชิงพรรณนาเป็นวิธีการศึกษา

สิ่งที่ผู้ศึกษาเห็นว่างานศึกษาข้างต้นเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาคั้งนี้ก็คือ ปัจจัยที่นำมาใช้ในการศึกษา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจัดเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่งานศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่นำมาใช้ โดยสามารถแบ่งปัจจัยต่างๆได้ดังต่อไปนี้

รายได้ รายได้ถือเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจสำคัญที่มีผลกระทบต่อการซื้อสินค้าการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงย่อมสามารถที่จะเดินทางไปยังที่ต่างๆได้บ่อยขึ้น และมีความสามารถที่จะเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวได้หลากหลายตามความต้องการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อต่ำก็ย่อมมีข้อจำกัดในการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว รวมทั้งความสามารถในการเลือกจุดหมายการเดินทางหรือรูปแบบการท่องเที่ยวก็จะลดลง ยกตัวอย่างเช่นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงย่อมมีความสามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ แต่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำอาจมีกำลังซื้อเพียงพอที่จะท่องเที่ยวแค่ภายในประเทศ ซึ่งจากผลการศึกษาของ **ณัฐกานต์** แสดงให้เห็นว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว โดยพบว่ารายได้ของครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องยอมรับว่ารายได้ อาจไม่มีผลต่อการท่องเที่ยวเสมอไป โดยรายได้ อาจจะไม่ใช่อุปสรรคสำหรับนักท่องเที่ยวที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิต เพราะถึงแม้นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีรายได้น้อย แต่บางครั้งเพื่อแลกกับความพอใจที่จะได้รับจากการท่องเที่ยว เขาก็ยอมจ่ายเงินมากๆเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวได้เช่นกัน

¹²เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ, พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (กรุงเทพมหานคร : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2538).

¹³วารุณี ตันติวงศวานิช, "พฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร." (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541).

อาชีพ สำหรับเหตุผลที่งานศึกษาส่วนใหญ่เลือกปัจจัยอาชีพมาใช้ในการศึกษา อาจเป็นเพราะ อาชีพทำให้คนเรามีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละอาชีพมีข้อจำกัดด้านเวลาที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่เป็นนักธุรกิจ หรือเป็นผู้บริหารอาจไม่มีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนมากนัก แต่ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวที่ยังเป็นนักเรียนยังไม่มีการะการงานที่ต้องรับผิดชอบมากนัก ก็ย่อมมีเวลาว่างที่จะท่องเที่ยวได้มากกว่า ในงานศึกษาของ **ณัฐกานต์** พบว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพแม่บ้านจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่าผู้ประกอบการอาชีพอื่นๆ

ระดับการศึกษา การที่คนเราได้รับการศึกษา ได้มีโอกาสเรียนรู้ความเป็นไปของสิ่งรอบข้างมากขึ้น จะส่งผลให้มีความอยากรู้อยากเห็น พยายามที่จะเก็บเกี่ยวประสบการณ์ต่างๆให้กับชีวิต นอกจากนี้ระดับการศึกษายังส่งผลให้คนเรามีความสนใจที่แตกต่างกัน ผู้ที่มีการศึกษาสูงอาจสนใจในเรื่องราวประวัติความเป็นมาของสถานที่ที่เข้าไปท่องเที่ยว และมีความใฝ่รู้ที่จะศึกษาถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชนใหม่ๆที่ไม่เคยพบมากกว่าที่จะเข้าไปท่องเที่ยวเพียงผ่านเท่านั้น นอกจากนี้การศึกษายังเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงรายได้ และโอกาสในการเดินทางได้อีกด้วย ถึงแม้ในงานศึกษาของ **ณัฐกานต์** จะพบว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว แต่ผู้ศึกษาก็เห็นว่าควรนำปัจจัยระดับการศึกษามาพิจารณาในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

อย่างไรก็ตามสิ่งหนึ่งที่ต้องยอมรับเมื่อจะทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคก็คือ ความผูกพันระหว่าง รายได้ อาชีพ และการศึกษา ซึ่งเป็นตัวที่บ่งบอกถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ ความมั่นคงในชีวิต และอำนาจซื้อ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีการศึกษาดีย่อมจะมีรายได้ที่สูง และมีแนวโน้มที่จะมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำ เช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นนักบริหารหรือนักธุรกิจ มักเป็นกลุ่มอาชีพที่มีการศึกษา และรายได้สูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานลูกจ้างมักเป็นกลุ่มอาชีพที่มีการศึกษา และรายได้ต่ำ

สำหรับในงานศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำตัวแปร รายได้ อาชีพ และการศึกษามาเป็นปัจจัยในการศึกษา ซึ่งจากความเกี่ยวข้องกันของปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จะได้พิจารณาในขั้นตอนการวิเคราะห์ผลการศึกษาต่อไป

นอกเหนือจาก รายได้ อาชีพ และการศึกษา ยังมีตัวแปร อายุ เพศ และภูมิฐานะ ที่งานศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจด้วย

อายุ อายุก็ถือว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อรสนิยม และแบบแผนพฤติกรรมกรรมการบริโภค ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีข้อจำกัดในเรื่องความแข็งแรงของร่างกายมักเลือกท่องเที่ยวในรูปแบบที่สะดวกสบาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยรุ่นที่มีร่างกายสมบูรณ์และแข็งแรงกว่าย่อมมีโอกาสที่จะเลือกท่องเที่ยวในรูปแบบที่ท้าทายและผจญภัยได้มากกว่า ซึ่งในงานศึกษาของ เนาวรัตน์ และคณะ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่จะชอบไปแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะชอบท่องเที่ยวในเมืองและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และในงานศึกษาของ วารุณี ยังพบอีกว่า อายุเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกราคาที่พักรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะเลือกพักรมในสถานพักรมที่ราคาสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 45 ปี ในผลการศึกษาของ ณัฐกานต์ นั้นพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยสะท้อนออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุค่อนข้างมาก

เพศ ถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเพศชาย และหญิง มักจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวเพศชายมักชอบการท่องเที่ยวในรูปแบบแปลกตา และการท่องเที่ยวที่ท้าทาย และผจญภัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงมักชอบท่องเที่ยวในรูปแบบที่สะดวกสบาย และเน้นที่ความปลอดภัยมากกว่า โดยผลการศึกษาของ เนาวรัตน์ และคณะ พบว่านักท่องเที่ยวชายมีสัดส่วนที่จะไปแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงเรีงรมย์ และมีอำนาจตัดสินใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง

ภูมิสำเนา นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละชาติ มีความต้องการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และภูมิภาคยังเป็นตัวกำหนดจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการจะไปด้วยเช่นกัน นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศแถบหนาว มักนิยมท่องเที่ยวไปในประเทศที่มีอากาศอบอุ่น นอกจากนี้ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ยังส่งผลให้ผู้ที่อาศัยมีลักษณะทางสังคม และวัฒนธรรมที่ต่างกัน ซึ่งมีผลให้แต่ละท้องถิ่นมีรูปแบบการดำเนินชีวิต รวมถึงพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันด้วย ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวชาวเอเชียไม่นิยมท่องเที่ยวในรูปแบบที่ผจญภัยมากนัก ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกนิยมท่องเที่ยวในรูปแบบที่แปลกใหม่ และผจญภัยมากกว่า ถึงแม้ว่างานศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกที่พักรมของนักท่องเที่ยวที่ วารุณี ได้ทำการศึกษา จะพบว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิสำเนาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักรมไม่แตกต่างกัน โดยมักเลือกพักรมในสถานพักรมประเภทเกสต์เฮ้าส์ และ

คำนึงถึงเรื่องราคาเป็นสำคัญเหมือนกัน แต่เนื่องจากความสำคัญของปัจจัยภูมิลาเนาที่มีต่อความต้องการท่องเที่ยวข้างต้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้นำตัวแปรภูมิลาเนามาทำการศึกษาด้วย

ถึงแม้ว่างานศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของไทย จะแบ่งออกเป็น 2 เรื่องใหญ่ๆ แต่ทั้งสองเรื่องต่างก็มีความสอดคล้องกันในเรื่องของตัวแปรที่นำมาใช้ โดยงานศึกษาส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยว โดยเชื่อว่าภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งในการศึกษานี้ก็ได้้นำปัจจัยดังกล่าวมาศึกษาด้วย โดยปัจจัยที่นำมาศึกษา ได้แก่ รายได้ อาชีพ อายุ เพศ ระดับการศึกษา และภูมิลาเนา ทั้งนี้ทั้งนั้นงานศึกษาของไทยให้ความสำคัญแต่ปัจจัยพื้นฐานเพียงอย่างเดียว อาจเป็นเพราะข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่ง่ายในการสอบถาม และผู้ตอบสะดวกที่จะตอบ อีกทั้งการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวตามปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยว ยังง่ายที่จะนำมาใช้ในการแยกประเภทนักท่องเที่ยวด้วย แต่การให้ความสำคัญเฉพาะปัจจัยดังกล่าวเพียงลำพัง นับเป็นข้อเสียของงานวิจัยในประเทศไทยด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากในความเป็นจริงการตัดสินใจว่าจะท่องเที่ยวหรือไม่ท่องเที่ยว นั้น ย่อมมีเหตุผลทางด้านจิตใจเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ไม่น่าจะขึ้นกับปัจจัยพื้นฐานของบุคคลเพียงอย่างเดียว ซึ่งการศึกษาปัจจัยทางด้านจิตใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยว นั้น ส่วนใหญ่แล้วมักเป็นงานศึกษาของต่างประเทศ

สำหรับงานศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่งานศึกษาของต่างประเทศได้ศึกษาไว้ และผู้ศึกษาได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาคือ งานศึกษาของ E.Jane Luzar, Assane Diagne, Christopher EC Gan และ Brenda R.Henning¹⁴ ซึ่งได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในรัฐหลุยส์เซียนา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลอง Multinomial Logit ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่มีความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมีความน่าจะเป็นที่จะท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของรัฐหลุยส์เซียนา

อีกงานศึกษาเป็นของ Carmen Tideswell และ Bill Faulkner¹⁵ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ในรัฐควีนส์แลนด์ ประเทศออสเตรเลีย โดยทำการศึกษา

¹⁴E.Jane Luzar, Assane Diagne, Christopher EC Gan and Brenda R.Henning, "Profiling the Nature-based Tourist :A Multinomial Logit Approach," *Journal of Travel Research*37 (August 1998) : 48-55.

¹⁵Tideswell, Carmen and Faulkner, Bill , "Multidestination Travel Patterns of International Visitors to Queensland," *Journal of Travel Research*37 (May 1999) : 368-373.

ด้วยวิธี Regression Analysis ผลการศึกษาที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 2,280 คน พบว่าถ้านักท่องเที่ยวเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียมาก่อน และเคยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากขึ้น

ผลการศึกษาจากงานศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความสนใจของนักท่องเที่ยว และ ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีตของนักท่องเที่ยวยังมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ความสนใจส่วนตัว¹⁶ความสนใจในเรื่องราวบางอย่างของคนเรานั้น ส่งผลให้มีความอยากรู้อยากเห็น และต้องการที่จะศึกษาใคร่รู้ในสิ่งที่สนใจเป็นพิเศษให้มีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ความสนใจเหล่านี้จะมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและความนิยมที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ นักท่องเที่ยวจะมีความพอใจถ้าเขาได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีเรื่องราว หรือมีสิ่งๆที่ตรงกับความสนใจของตน เช่นนักท่องเที่ยวที่สนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ หรือสถาปัตยกรรมโบราณ ก็มักนิยมไปยังสถานที่ที่มีร่องรอยประวัติความเป็นมาในอดีตเช่น วัด ซากเมืองโบราณ เป็นต้น เช่นเดียวกับงานศึกษาของ E.Jane Luzar et al. ที่พบว่าผู้ที่มีความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมีโอกาสที่จะท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของรัฐหลุยส์เซียน่า ได้มากกว่าผู้ที่มีความสนใจในด้านอื่นๆ

ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีตของนักท่องเที่ยวเปรียบได้กับประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการ ยิ่งผู้บริโภคมีประสบการณ์ในการบริโภคสินค้านั้นๆมากเท่าไร เขาก็ยิ่งมีความรู้ในตัวสินค้านั้นๆมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต จากงานศึกษาของ Carmen Tideswell และ Bill Faulkner แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยังมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาของทั้งสองพบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียมาก่อน มีโอกาสที่จะแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆได้มากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่เคยท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลีย ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ย่อมมีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่า และน่าจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆได้มากกว่าด้วย

¹⁶ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน : ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542).

สำหรับในงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำปัจจัยเรื่องความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เข้ามาไว้ในการศึกษา และยังได้นำประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต ซึ่งจะแทนด้วยจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมาเป็นปัจจัยอีกด้วย โดยเห็นว่าถ้านักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาประเทศไทยมาก่อน ย่อมมีประสบการณ์การท่องเที่ยว และข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวต่างๆมากขึ้น ซึ่งน่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้เช่นกัน

2. งานศึกษาเรื่องแหล่งท่องเที่ยว

งานศึกษาเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้านี้ แบ่งออกเป็นงานศึกษาด้านแหล่งท่องเที่ยวของไทยและต่างประเทศ โดยงานศึกษาด้านแหล่งท่องเที่ยวของไทยยังคงมีลักษณะคล้ายกับงานศึกษาด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของไทยในเรื่องอื่นๆ คือ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภูมิหลังทางเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งงานศึกษาที่ได้นำมาเป็นแนวทางการศึกษานั้นคือ งานศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย(TDRI)¹⁷ เรื่องการวิเคราะห์การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งต้องการศึกษาว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศแต่ละกลุ่มสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด โดยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท คือประเภทธรรมชาติ, ประเภทวัดหรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์, ประเภทวัฒนธรรมท้องถิ่น, ประเภทศูนย์การค้า และประเภทสถานบันเทิงเรкреียชันทันสมัย ผลการศึกษาเกี่ยวกับรสนิยมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศโดยใช้แบบจำลองโลจิสติกเป็นวิธีในการศึกษานั้นพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงเรкреียชันทันสมัย โดยนักท่องเที่ยวชายจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มากกว่าเพศหญิง ในขณะที่อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท สถานภาพเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทศูนย์การค้าและสถานบันเทิง โดยนักท่องเที่ยวที่แต่งงานแล้วจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทศูนย์การค้ามากกว่ากลุ่มอื่น และจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงน้อยลง

สำหรับงานศึกษาของต่างประเทศนั้นเป็นงานศึกษาของ Nirundon Tapachai และ Robert Waryszak¹⁸ ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการท่องเที่ยว

¹⁷สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, แผนงานเศรษฐกิจรายสาขา, "การวิเคราะห์การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว."เอกสารประกอบโครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ (กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2536), หน้า 49-91.

¹⁸Tapachai, Nirundon and Waryszak, Robert, "An Examination of The Role of Beneficial Image In Tourist Destination Selection," *Journal of Travel Research*39(August 2000) : 37-44.

โดยใช้ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศไทยเป็นกรณีศึกษา ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลภาคตัดขวางจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยทำการสอบถามกับนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ใน Victoria University of Technology ที่ไม่เคยเดินทางไปประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศไทยมาก่อน ผลการศึกษาโดยใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนาพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนอย่างมากในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยวได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของสมาชิกทุกคนในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง สำหรับภาพลักษณ์ของประเทศที่ใช้เป็นกรณีศึกษาพบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกามีภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องของความสะอาดทางคมนาคม ในขณะที่ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงได้ว่าอิทธิพลของกลุ่มมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

อิทธิพลของกลุ่ม เหตุผลที่ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของสมาชิกทุกคนในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวได้นั้น เนื่องจากอิทธิพลของสมาชิกในกลุ่ม (Group Membership) ที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการประเมินค่าและตัดสินใจเลือกสินค้า กลุ่มในที่นี้หมายถึง กลุ่มครอบครัว เพื่อนฝูง คู่สมรส และกลุ่มสมาชิกอื่นๆ โดยจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ การนึกเห็นภาพพจน์ และรสนิยมของผู้บริโภค ถ้าสินค้าและบริการใดเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในกลุ่ม สามารถสร้างความประทับใจให้กับสมาชิกในกลุ่มได้ ก็มีความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะเลือกสินค้าและบริการนั้นเช่นกัน ดังนั้นถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดสามารถสร้างความพอใจให้กับสมาชิกในกลุ่มก็มีความเป็นไปได้ที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยว นั้น แต่เนื่องจากในแต่ละกลุ่มก็มีความต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัวอาจประทับใจรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสะดวก และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับทั้งผู้ที่เป็นผู้ปกครอง และเด็ก ดังนั้นลักษณะกลุ่มร่วมเดินทางน่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้เช่นกัน สำหรับการศึกษาคั้งนี้ก็ได้ นำ ปัจจัยผู้ร่วมทาง มาเป็นปัจจัยในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

จากงานศึกษาด้านท่องเที่ยวที่นำเสนอมาทั้งหมดนั้น พบว่ามีข้อสังเกตอยู่ประเด็นหนึ่งคือไม่ได้นำปัจจัยราคา มาทำการศึกษา ทั้งที่ราคาเป็นปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ในขณะที่เดียวกันการเปรียบเทียบราคาของสินค้าท่องเที่ยว¹⁹ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ถ้าราคาของสินค้าการท่องเที่ยวสูงก็ต้องเป็นนักท่องเที่ยว

¹⁹ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน : ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542).

เที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงเท่านั้นที่จะซื้อได้ ในขณะที่ถ้าราคาของสินค้าการท่องเที่ยวไม่สูงมากนักย่อมจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวในระยะแรกได้ และถ้านักท่องเที่ยวพอใจก็จะกลับมาท่องเที่ยวอีก แต่เนื่องจากสินค้าท่องเที่ยวนั้นจัดเป็นสินค้านามธรรมที่ขายจินตนาการ อารมณ์ ความรู้สึก ให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ดังนั้นราคาของสินค้าประเภทนี้จึงมีลักษณะพิเศษด้วย เพราะประกอบด้วยราคาที่เป็นจริงในรูปของตัวเงิน และราคาทางจิตใจ ทำให้นักท่องเที่ยวบางคนยินดีที่จะต้องจ่ายค่าบริการการท่องเที่ยวที่แพงเพื่อให้ได้รับความพอใจ ได้คุณค่าทางจิตใจ และนักท่องเที่ยวบางคนก็มักจะเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับภาวะความไม่แน่นอนของราคาการท่องเที่ยวที่ผันผวนตามฤดูกาล และสมัยนิยมอยู่แล้วด้วย และด้วยภาวะความไม่แน่นอนของราคาสินค้าท่องเที่ยวนี้เอง งานศึกษาส่วนใหญ่จึงไม่นำปัจจัยราคา มาศึกษา อีกทั้งตัวผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวเอง ก็ไม่สามารถระบุราคาสินค้าท่องเที่ยวในรูปของตัวเงินได้แน่นอนตายตัว ถึงแม้ว่าจะมีการใช้ตัวแปรแทนราคาสินค้าท่องเที่ยวในรูปของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวเองก็ไม่สามารถคาดการณ์ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้าได้แน่นอน ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผลที่บอกไปแล้วว่า สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีราคาไม่แน่นอน และผันผวนตามฤดูกาล และสมัยนิยม

เช่นเดียวกับงานศึกษาครั้งนี้ที่ไม่สามารถนำปัจจัยราคาเข้ามาทำการศึกษาได้ ถึงแม้ว่าจะนำค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้ไปในแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ มาเป็นตัวแปรแทนราคาของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทก็ตาม แต่เนื่องจากในการถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยวนั้น เป็นการถามข้อมูลหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวไปแล้ว ซึ่งในขณะนั้นเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวได้ใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวไปแล้ว ดังนั้นจึงไม่สามารถนำค่าใช้จ่ายดังกล่าว มาเป็นตัวแปรแทนระดับราคาได้ เนื่องจากในทางเศรษฐศาสตร์ ราคาที่จะนำมาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นจำเป็นต้องเป็นราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจะจ่าย แต่ลักษณะข้อมูลที่ได้มานั้นไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายหรือไม่ เพราะค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวได้ใช้ไป อาจเป็นราคาที่นักท่องเที่ยวจำใจต้องจ่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจต้องประสบกับภาวะที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เช่น การต้องเสียค่าเดินทางในแหล่งท่องเที่ยวด้วยราคาที่สูง ทั้งที่นักท่องเที่ยวไม่เต็มใจจะจ่าย แต่ไม่สามารถต่อรองได้ เป็นต้น อีกทั้งราคาของสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกันก็มีระดับราคาที่ไม่เท่ากัน ยกตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด และการท่องเที่ยวในเกาะสมุย ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวทั้งสอง จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหมือนกัน ซึ่งถึงแม้จะไม่สามารถบอกราคาที่เป็นตัวเงินสินค้าของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งสองแห่งได้ แต่ก็สามารถประมาณได้ว่าราคาสินค้าท่องเที่ยวเกาะสมุยต้องสูงกว่าราคาสินค้าท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอย่างแน่นอน ด้วยปัญหาความไม่แน่นอนของราคาสินค้าท่องเที่ยวดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงไม่นำปัจจัยราคา มาพิจารณาในการศึกษาครั้งนี้

สิ่งที่เพิ่มเติมของงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กับงานศึกษาที่ผ่านมาคืองานศึกษาส่วนใหญ่ไม่ได้ศึกษาถึงปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยว นอกจากงานศึกษาของ TDRi ที่ศึกษาถึงการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบจำลองโลจิสติกในการศึกษา แต่ทว่างานศึกษาของ TDRi จะคำนึงถึงแต่ตัวแปรทางด้านภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นสำคัญ เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และภูมิภาค แต่ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้นำปัจจัยด้านอื่นๆที่สะท้อนถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงมาร่วมศึกษาอิทธิพลที่มีต่อพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ ความสนใจของนักท่องเที่ยว ลักษณะของผู้ร่วมเดินทาง และจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย นอกจากนี้จะแตกต่างในเรื่องของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแล้ว ยังมีความแตกต่างในเรื่องการแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำการศึกษา โดยในงานศึกษาค้นคว้านี้ได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์, แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ซึ่งแตกต่างจากการแบ่งหมวดแหล่งท่องเที่ยวในงานศึกษาของ TDRi ทั้งนี้เพื่อให้เห็นความแตกต่างระหว่างแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจนมากขึ้น

นอกจากงานศึกษาในอดีตโดยเฉพาะงานศึกษาในประเทศไทย จะให้ความสำคัญกับปัจจัยภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมเพียงอย่างเดียว แต่ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สะท้อนถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย งานศึกษาค้นคว้านี้ยังได้นำปัจจัยสื่อข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่งานศึกษาในอดีตไม่ได้ทำการศึกษาเข้าไปในการศึกษาด้วย เนื่องจากผู้ศึกษาเห็นว่าข้อมูลข่าวสารด้านท่องเที่ยวสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ หรือไม่มั่นใจ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ ดังนั้นสื่อจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นตัวนำข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยว สื่อที่ดีและมีประสิทธิภาพจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าการท่องเที่ยว สร้างความต้องการในสินค้าท่องเที่ยวและช่วยให้ตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น ผู้ศึกษาจึงเห็นว่าการให้ความสำคัญกับสื่อที่ให้ข้อมูลด้านแหล่งเที่ยวนั้น จะเป็นประโยชน์ในด้านการกำหนดสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งหากดูจากงานศึกษาที่ผ่านมา จะพบว่าไม่ได้ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านสื่อข้อมูลข่าวสารเท่าไรนัก

จากการศึกษาเพิ่มเติมนี้ คาดว่าจะทำให้งานศึกษาค้นคว้านี้ให้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ และมีความชัดเจนมากกว่างานศึกษาด้านท่องเที่ยวที่ผ่านมา