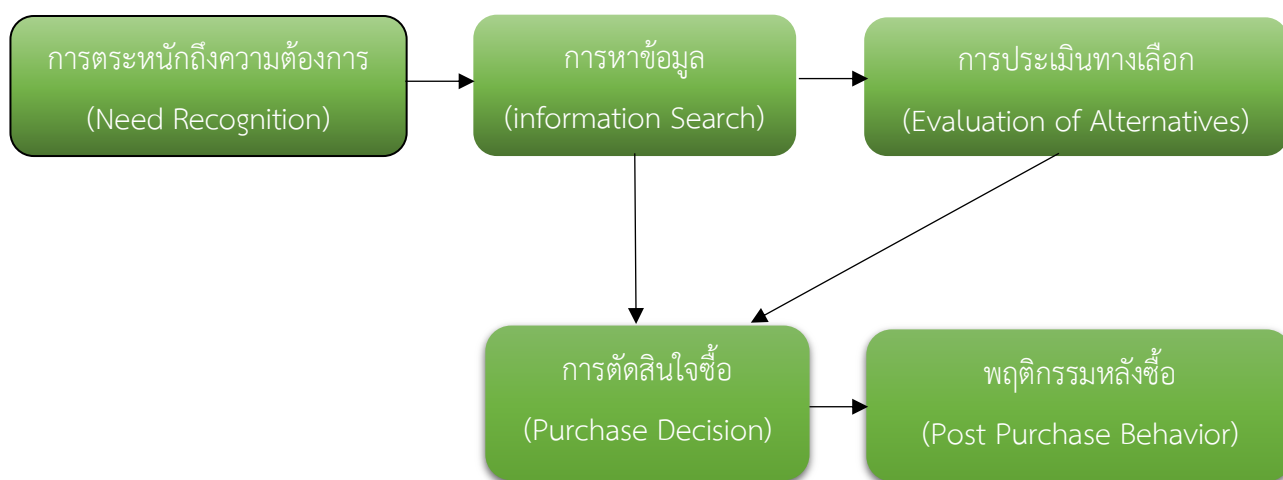


## กระบวนการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว

ขั้นตอนหรือกระบวนการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วยหลายขั้นตอน ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดของสินค้าท่องเที่ยวที่เป็นสินค้าที่ไม่มีตัวตนให้สัมผัสก่อนตัดสินใจซื้อ และนักท่องเที่ยวเองก็มีความเสี่ยงในการซื้อสินค้าท่องเที่ยว โดยต้องจ่ายเงินไปเพื่อแลกกับความต้องการและความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ดี ซึ่งไม่สามารถจะคาดเดาหรือมั่นใจได้ว่าจะได้รับการตอบสนองได้ หรือไม่ เป็นไปในระดับใด จึงต้องใช้ความละเอียดรอบคอบในการตัดสินใจซื้อ ด้วยสาเหตุดังกล่าวนี้ทำให้การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวค่อนข้างพิถีพิถัน และใช้เวลานานกว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอื่นๆ กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวจึงประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้



ภาพ กระบวนการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว

### 1. การตระหนักถึงความต้องการ

การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ความต้องการนี้อาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยส่วนตัวหรือสิ่งที่เกิดจากตัวนักท่องเที่ยว ความเบื่อหน่าย ความเครียด ความต้องการพักผ่อน อยากหนีความวุ่นวาย ปัจจัยส่วนตัวที่อาจเป็นประสบการณ์ในอดีต หรือเป็นปัจจัยภายนอก เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ คำบอกเล่าจากเพื่อน คนรู้จักรอบข้างหรือการกระตุ้นจากกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจเองก็ควรหาทางศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการนั้น

### 2. การหาข้อมูล

การหาข้อมูล (Information Search) โดยปกตินักท่องเที่ยวมักจะหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยว เพราะจะคาดหวังว่าการหาข้อมูลจะช่วยให้การตัดสินใจซื้อได้ดีและง่ายขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้พบว่าข้อมูลที่หามาได้จะช่วยเพิ่มความมั่นใจ ลดความเสี่ยงโดยจะพิจารณาข้อมูล คัดเลือก และตัดตัวเลือกที่ไม่ดีออกไป และไม่จำเป็นเสมอไปที่นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการ หากเกิดความแน่ใจและมีข้อมูลเพียงพออยู่แล้ว หรือพร้อมในขณะที่เกิดความต้องการ แต่หากไม่เป็นเช่นนั้นการหาข้อมูลเพิ่มเติมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งข้อมูลที่หาจะมากหรือ

น้อยนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีอยู่เดิม ความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจในการหาข้อมูล และ ข้อมูลที่ได้รับ (Kotler, P., Bowen, J., Makens, : 1999) แบ่งแหล่งข้อมูลออกเป็น 3 แหล่ง ดังนี้

2.1 เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก (Personal Sources)

2.2 สื่อเชิงพาณิชย์ (Commercial Sources) ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การใช้ พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การจัดแสดงสินค้าหรือออกบูทโชว์สินค้าและรับจองในงานต่างๆ ฯลฯ

2.3 สื่อสาธารณะ (Public Sources) เช่น การวิจารณ์ แนะนำสถานที่ต่างๆ บทความ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

สื่อที่นักท่องเที่ยวได้รับโดยมากแล้วจะเป็นสื่อเชิงพาณิชย์ แต่แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อ นักท่องเที่ยว จะเป็นสื่อที่มาจากคนรู้จัก สื่อจากธุรกิจต่างๆ จะเป็นเพียงสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักสิ่งที่สื่อ นำเสนอ แต่สินค้าและบริการเหล่านี้จะถูกตัดสินใจโดยความเห็นของคนรอบข้าง เนื่องจากเป็นความเห็นที่ดูมี น้ำหนัก อย่างไรก็ตามการทำความเข้าใจถึงแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง และน้ำหนักที่ นักท่องเที่ยวให้กับแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่สำคัญไม่แพ้กัน เนื่องจากธุรกิจต่างๆ จะสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมี ประสิทธิภาพที่สุด การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ก็เป็นอีกทางหนึ่งที่จะเพิ่มโอกาสให้สินค้าบริการถูกเลือกซื้อ

### 3. การประเมินทางเลือก

หลังจากที่นักท่องเที่ยวหาข้อมูล ทำให้เกิดข้อมูลจำนวนมากและหลากหลาย เป็นข้อคำนึงหลายๆ อย่างของสินค้าและบริการ และเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ประเมินทางเลือก เช่น การเลือกใช้บริการธุรกิจจัดนำ เที่ยวก็จะมีข้อพิจารณาหรือข้อที่คำนึงในการประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) อาจเป็น ข้อเสีย บริการ บรรยากาศ ราคา เป็นต้น ข้อคำนึงเหล่านี้มีหลากหลาย และนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมมีกลุ่ม ของข้อคำนึงเหล่านี้ไม่เหมือนกัน ความสำคัญของข้อคำนึงแต่ละตัวนั้นมักจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตน อย่างไรก็ตามการเปรียบเทียบตัวเลือกของแต่ละคนจะแตกต่างกัน โดยจะมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การรับรู้ ประสบการณ์ ทัศนคติ ฯลฯ กระบวนการเปรียบเทียบ การประเมินตัวเลือกอาจมีความซับซ้อนต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตัวนักท่องเที่ยวและกระบวนการตัดสินใจของแต่ละบุคคล

### 4. การตัดสินใจซื้อ

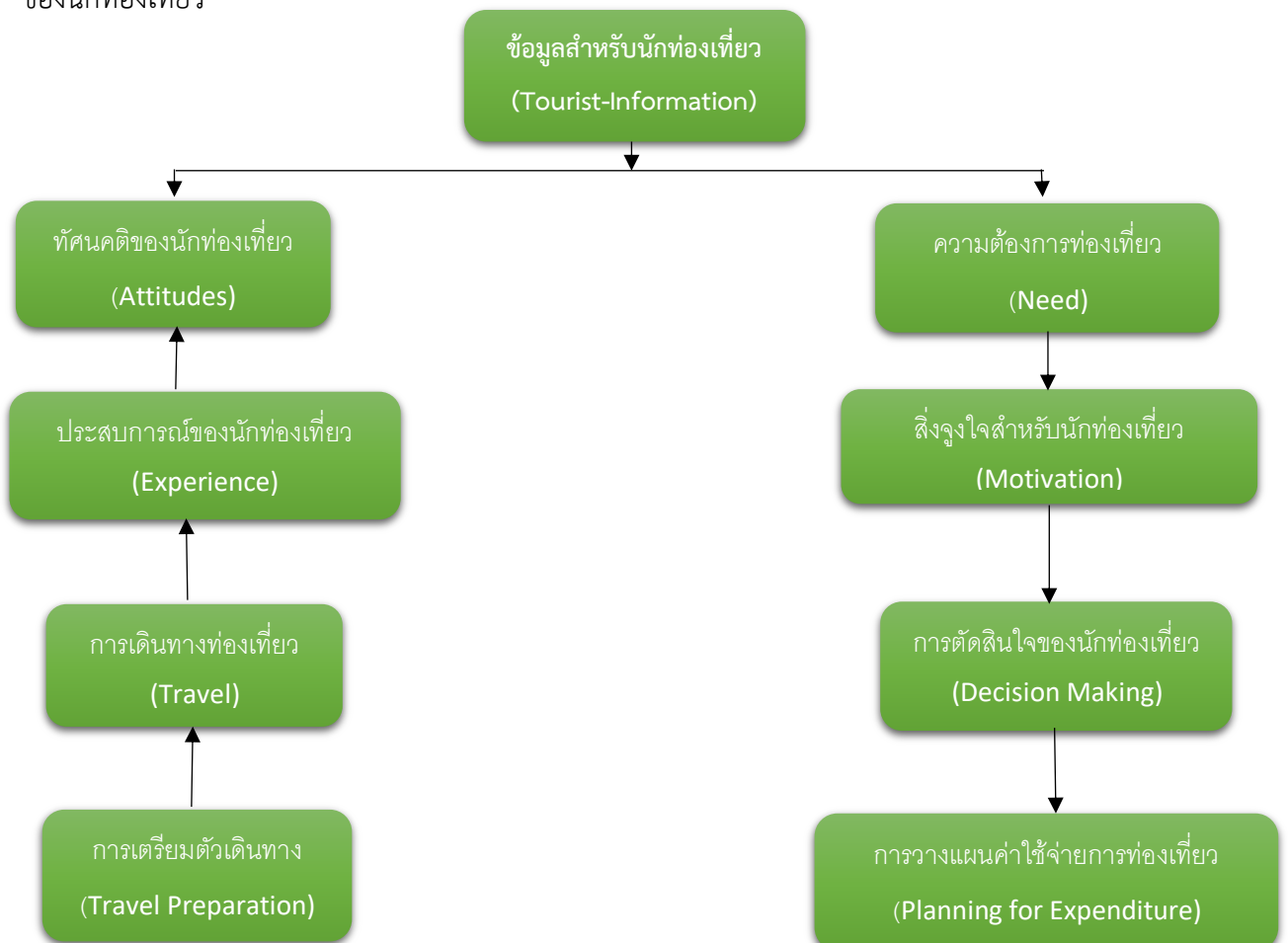
ระหว่างขั้นตอนการเปรียบเทียบและการประเมินทางเลือกถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ยังมีความตั้งใจซื้อเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งทัศนคติของผู้ที่ใกล้ชิดหรือเกี่ยวข้องในการซื้อมักจะมาก่อน แต่ทั้งนี้รวมถึงความต้องการของตัวผู้ซื้อด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือครอบครัวที่มีผู้สูงอายุและเด็ก ในการตัดสินใจซื้อบริการใดบริการหนึ่ง ความต้องการของคนทั้งสองวัยจะมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ เช่น การเลือก แหล่งท่องเที่ยววันหยุดพักผ่อน รูปแบบของที่พักรูปแบบของห้องพัก ฯลฯ ที่จะต้องให้เหมาะสมกับการใช้บริการของ ทั้งผู้สูงอายุและเด็ก ปัจจัยอีกอย่างที่มีส่วนกระทบในการตัดสินใจซื้อ คือเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น ความ

ต้องการใช้เงินไปกับสิ่งอื่นที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ ทำให้การซื้อต้องพิจารณาข้อคำนึงใหม่หรือถูกยกเลิกไป บางรายอาจเก็บออมเงินเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวระยะยาว หรือเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ แต่มีความจำเป็นต้องใช้เงินก่อนนั้น ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนมาเป็นการท่องเที่ยวช่วงสั้นๆ หรือจากที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศก็คงเหลือเพียงท่องเที่ยวในประเทศที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าแทน

### 5. พฤติกรรมหลังซื้อ

การที่สินค้าหรือบริการถูกซื้ออย่างไม่ใช่ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจซื้อ หากแต่พฤติกรรมหลังซื้อ (Post Purchase Behavior) ยังเกิดขึ้นตามมา และขึ้นอยู่กับความรู้สึกที่ได้รับจากการใช้บริการแล้ว ซึ่งความรู้สึกอาจจะเป็นความพึงพอใจหรือผิดหวัง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่มีและนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับจากการบริการนั้น หากสิ่งที่ได้รับมากกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังจะเกิดความพึงพอใจ แต่หากน้อยกว่าย่อมเกิดความผิดหวัง

ในการเดินทางนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมหลายด้าน นอกจากความพร้อมทางด้านงบประมาณ ด้านร่างกาย ด้านหน้าที่การงานหรือภาระความรับผิดชอบแล้ว นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีข้อมูลรายละเอียดในการท่องเที่ยวมากเพียงพอในการตัดสินใจ ข้อมูลดังกล่าวอาจเกิดจากสาเหตุหลายประการ การศึกษาข้อมูลหรือเหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวว่ามีรายละเอียดอะไรบ้าง ที่ทำให้การท่องเที่ยวมีความสนุกสนานเพลิดเพลิน ได้รับความรู้ได้รับประสบการณ์ ฯลฯ ซึ่งขั้นตอนข้อมูลการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว



ภาพ ขั้นตอนข้อมูลการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

## การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจะเป็นไปตามลำดับ มีขั้นตอนดังนี้

1) **ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว (Tourist Information)** นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องทราบข้อมูล เพื่อประกอบการท่องเที่ยว เพราะยังมีข้อมูลมากการท่องเที่ยวก็จะยิ่งได้ประโยชน์มาก ข้อมูลเหล่านี้อาจได้มาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สื่อต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ญาติมิตร และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ข้อมูลส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวต้องการ จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคม สภาพภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สถานที่พัก ฯลฯ



ภาพ เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2) **ความต้องการท่องเที่ยว (Need)** เมื่อนักท่องเที่ยวมีข่าวสาร ข้อมูลหรือรายละเอียดในการท่องเที่ยวมากเพียงพอแล้ว ก็จะมาถึงขั้นตอนที่เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีเหตุผลและวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป บางคนต้องการท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อน เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและคลายเครียด หรือต้องการเห็นสิ่งแปลกใหม่น่าสนใจ เป็นการเพิ่มประสบการณ์และความรู้ให้กับตนเอง หรือต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงดี นอกจากนั้นแล้ว นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการในด้านอื่นๆ ที่อาจสรุปได้ดังนี้

- (1) ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม มีบริการได้มาตรฐาน มีค่าครองชีพถูก
- (2) ต้องการได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางเข้า-ออกประเทศ มีระบบการจัดเก็บภาษี การขนส่ง การพักผ่อนที่ได้มาตรฐาน และความความสะดวกสบายที่ได้รับจากบริการด้านอื่นๆ
- (3) ต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่ได้รับการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี มีป้ายหรือสัญลักษณ์เตือนเพื่อให้ระมัดระวังอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นในบางพื้นที่ที่อันตราย

3) **สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation)** สิ่งจูงใจหรือแรงจูงใจที่มากกระตุ้นให้คนมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว นั้น เกิดจากปัจจัย 2 ประการ ดังนี้

(1) **ปัจจัยที่ผลักักดัน (Push Factor)** ทำให้เกิดความต้องการการเดินทางท่องเที่ยว มีดังนี้

- ต้องการหนีความจำเจ
- ต้องการเปิดโลกทัศน์
- ต้องการพักผ่อนและหาความสุข
- ต้องการสร้างเกียรติภูมิ
- ต้องการทำในสิ่งที่ท้าทาย
- ต้องการผจญภัย

(2) **ปัจจัยที่ดึงดูด (Pull Factor)** คือแรงจูงใจที่ดึงดูดให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่

ต่างๆ ได้แก่

- ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและทิวทัศน์
- สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
- กิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมด้านกีฬา ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง การนัดพบปะสังสรรค์ การจัดงานเลี้ยงรุ่น ฯลฯ

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจมาเที่ยว

ตามที่ได้รับรู้ข้อมูลจากสื่ออื่นๆ ทั้งในเรื่องสินค้าและบริการ ราคา ช่องทางการขายและการส่งเสริมการขาย การตลาดด้วยวิธีการต่างๆ



ภาพ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย



ภาพ ปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์



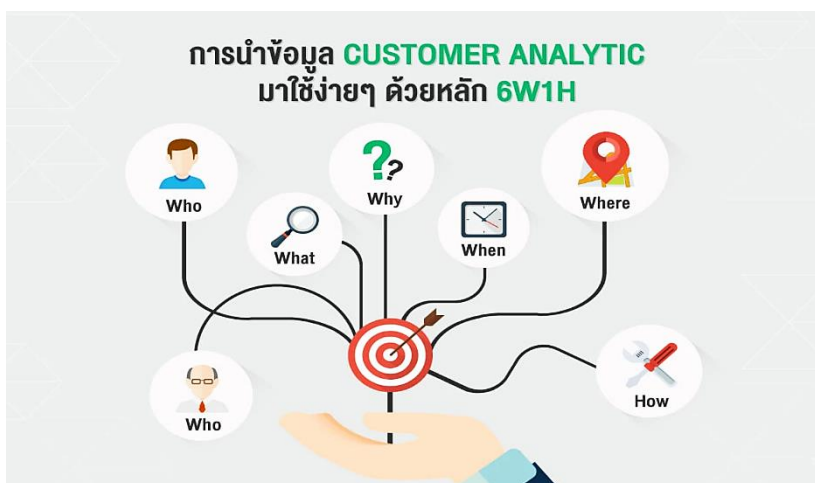
ภาพ ทางเดินสกายวอล์ค ณ จุดชมวิวดมตากล่อง



ภาพ โดร่มกลางห้วงเวหาเบิร์ด พาราไดส์ รีสอร์ท จังหวัดอุดรธานี



**4) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making)** องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว คือ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลหรือได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จนเกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวจะเกิดจินตภาพในลักษณะของภาพพจน์ของการท่องเที่ยวขึ้น และภาพพจน์ดังกล่าวจะถูกนำมาใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจท่องเที่ยว โดยจะคำนึงถึงความสวยงาม ความปลอดภัย ความประหยัด ค่ำค่า ฯลฯ เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ตัวอย่างเช่น การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศแถบยุโรปส่วนใหญ่จะมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจะสูงมาก ส่วนในประเทศแถบเอเชียอาจมีความปลอดภัยน้อยกว่ายุโรป แต่มีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่า ดังนั้นการเที่ยวส่วนใหญ่จะมีการตั้งคำถามและหาคำตอบ ซึ่งคำถามที่ช่วยในการหาคำตอบสำหรับใช้ประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนั้นจะเป็นการตอบคำถามจากหลัก 6 Ws และ 1 H คือ What When, Where, Why, whom, Who และ How หมายถึง จะไปเที่ยวชมอะไร จะไปเที่ยวเมื่อไร หรือจะไปเที่ยวนานเท่าไร จะไปเที่ยวที่ไหน จะไปเที่ยวด้วยเหตุผลใดหรือเพราะอะไรจึงไปเที่ยว จะเดินทางอย่างไร จะไปเที่ยวกับใคร จะพักที่ไหน และจะจองหรือซื้อบริการการท่องเที่ยวด้วยวิธีใด



ภาพ การตอบคำถามจากหลัก 6 Ws และ 1 H

**5) การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure)** เมื่อตัดสินใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใดแล้ว สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือจะต้องเสียค่าใช้จ่ายมากน้อยเพียงใด เพราะนักท่องเที่ยวต้องวางแผนเตรียมเงินงบประมาณที่จะใช้ในการท่องเที่ยวไว้ ถ้าเป็นการเดินทางไปกับบริษัท ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว การวางแผนใช้จ่ายเงินจะทำได้ง่าย เพราะค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าใช้จ่ายอื่นๆ จะถูกกำหนดไว้แล้วโดยรู้ล่วงหน้า นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามรายละเอียดค่าใช้จ่ายนี้ได้จากบริษัทนำเที่ยว แต่ถ้าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่จัดเดินทางกันเอง การวางแผนค่าใช้จ่ายค่อนข้างยาก เพราะนอกจากค่าใช้จ่ายที่จำเป็น เช่น ค่าน้ำมันรถ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก แล้วยังอาจเกิดปัญหาที่ต้องใช้จ่ายเงินเพิ่มอีก เช่น รถเสีย อุบัติเหตุ หารที่พักไม่ได้ ฯลฯ

**6) การเตรียมตัวเดินทาง (Travel Preparation)** หลังจากการตัดสินใจเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว วางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเสร็จแล้ว ถ้าเป็นการเดินทางไปกับบริษัทธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว ซื้อบริษัทนำ

เที่ยว ในขั้นตอนนี้นักท่องเที่ยวจะต้องจองรายการท่องเที่ยว รับทราบถึงข้อควรปฏิบัติ การเตรียมตัว ถ้าเดินทางท่องเที่ยวแบบไปกันเองก็ต้องเตรียมยานพาหนะหรือจองห้องพัก ถ้าเป็นการเดินทางไปต่างประเทศ จะต้องทำเอกสารที่จำเป็น เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) จากกระทรวงการต่างประเทศและขอการตรวจลงตรา (VISA) จากสถานทูตประเทศที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว และต้องเตรียมตัวให้พร้อม เช่น การเตรียมตัวด้านสุขภาพ เตรียมกระเป๋าเดินทาง เตรียมเสื้อผ้า ของใช้ที่จำเป็น เตรียมแลกเงิน เตรียมผลงาน ฯลฯ



ภาพ Passport และการตรวจลงตรา

7) การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) การเดินทางท่องเที่ยวเริ่มตั้งแต่นักท่องเที่ยวเดินทางออกจากบ้านจนกระทั่งเดินทางกลับบ้าน เป็นภาพรวมของการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงทั้งแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน อาหาร สินค้าที่ระลึก เส้นทางคมนาคม ยานพาหนะ สภาพแวดล้อม ผู้นำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ ฯลฯ



ภาพ มัคคุเทศก์นำเที่ยว

8) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Experience) ผลที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและจะมีการ ประเมินออกมา นั้นเกิดจากประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว การบริการของพนักงานที่พักผ่อน การเดินทาง ยานพาหนะ ฯลฯ ประสบการณ์นักท่องเที่ยวจะมีทั้งที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจ ที่พึงพอใจจะเป็น ประสบการณ์ด้านบวกที่นักท่องเที่ยวได้รับ ทำให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สวยงาม มัคคุเทศก์มีความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ราคาค่าบริการเหมาะสม ฯลฯ ส่วนที่ไม่พึงพอใจนั้นจะเป็น ประสบการณ์ด้านลบที่นักท่องเที่ยวได้รับ และทำให้นักท่องเที่ยวไม่พอใจว่าเกิดจากปัญหาใด เช่น เกิดจาก

การบริการจากมัคคุเทศก์ สถานที่ท่องเที่ยว ยานพาหนะ ที่พักแรม ฯลฯ

**9) ทักษะคตินักท่องเที่ยว (Attitudes)** ประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติขึ้น ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดี ซึ่งอาจจะกลับมาใช้บริการท่องเที่ยวอีกครั้งหรือการบอกต่อไปยังเพื่อนและญาติมิตร คนรอบข้างให้มาท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันถ้านักท่องเที่ยวไม่ได้รับความพึงพอใจหรือมีทัศนคติไม่ดี ก็จะไม่กลับมาเที่ยวอีกและนำไปบอกให้ผู้อื่นซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นคนใกล้ชิดและมีแนวโน้มที่จะเชื่ออยู่แล้ว เป็นสาเหตุทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวต้องสูญเสียโอกาสทางการตลาด

### พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ดี

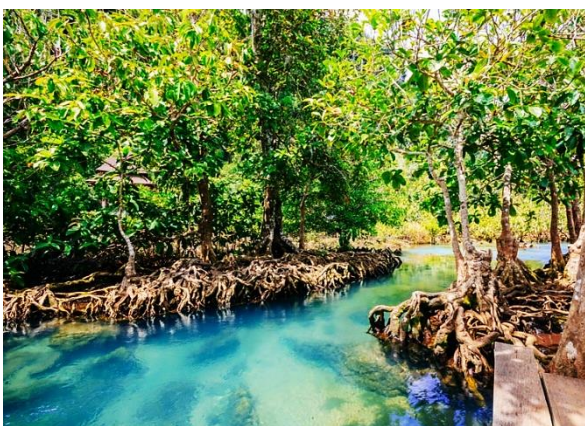
วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวก็เพื่อหาความรู้ ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่ดีต้องไม่มีพฤติกรรมขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี ศีลธรรม ฯลฯ ของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เสนอแนวทางการปฏิบัติตนให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดีไว้ ดังนี้

**1) ศึกษาข้อมูลก่อนการเดินทาง** นักท่องเที่ยวควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไว้ก่อนการเดินทาง เช่น แหล่งท่องเที่ยวอยู่ที่ไหน เดินทางด้วยวิธีใด พักที่ไหน ราคาเท่าไร ฯลฯ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวควรหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งต่อไปนี้

(1) *สภาพภูมิอากาศ* เพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมอุปกรณ์ สิ่งของเครื่องใช้ในการเดินทาง เช่น เสื้อผ้า หมวก รองเท้า ร่ม ยา อาหาร ฯลฯ ให้ถูกต้องครบถ้วน

(2) *สภาพแวดล้อม* เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือสภาพแวดล้อมว่าเป็นป่า ภูเขา หาดทราย ชายทะเล ฯลฯ

(3) *ข้อมูลอื่นๆ* เช่น สถานการณ์ทางการเมือง โรคระบาด ความไม่สงบของบ้านเมือง ฯลฯ



ภาพ ป่าพรุท่าปอม คลองสองน้ำ จ.กระบี่



ภาพ ป่าต้นเลือดมังกร (Dragon's Blood Forest) เกาะโซโคตรา ประเทศเยเมน

**2) ศึกษาประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว** เป็นการศึกษาหาความรู้พื้นฐานที่จะช่วยให้การเดินทางสนุกสนานได้ประโยชน์ เกิดภาพพจน์ เช่น หากจะไปท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถ้าได้อ่านหนังสือหรือมีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของพระราชวังบางปะอินมาพอสังเขป เมื่อได้เดินทางไปพบของจริงก็จะช่วยให้เข้าใจและสนุกสนานไปกับการท่องเที่ยว





ภาพ พระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3) **ศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยว** เป็นเรื่องที่นักท่องเที่ยวควรศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพของเส้นทางก่อนการเดินทางทุกครั้ง เพื่อกำหนดจุดแวะพัก ร้านอาหาร ฯลฯ เพื่อจะได้วางแผนการท่องเที่ยวและเลือกใช้นานพาหนะ ตลอดจนการแต่งกายและการเตรียมอุปกรณ์ในการเดินทางได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

4) **รักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว** นักท่องเที่ยวที่ดีจะต้องมีจิตสำนึกที่จะช่วยรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวจะไม่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม เช่น การทิ้งขยะไม่เป็นที่ การขีดเขียนตามผนังถ้ำ การทำลายธรรมชาติด้วยการเก็บดอกไม้ หักกิ่งไม้ หรือการทำลายโบราณสถานด้วยการขโมยไปเป็นสมบัติส่วนตัวหรือนำเอาไปขาย ซึ่งเป็นการทำลายคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

5) **ไม่ปฏิบัติในสิ่งที่ไม่ดีต่อวิถีชีวิตและประเพณีนิยมของชุมชน** นักท่องเที่ยวที่ดีต้องไม่ประพฤติ หรือปฏิบัติในสิ่งที่ไม่ดีต่อวิถีชีวิตหรือประเพณีนิยมของคนในแหล่งท่องเที่ยว ต้องรู้จักสังเกตและทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของแหล่งท่องเที่ยวว่ามียังอย่างไร เพื่อจะได้ปฏิบัติตนไม่ขัดต่อวิถีชีวิต และประเพณีนิยม และได้รับความเป็นมิตรจากคนในท้องถิ่นอีกด้วย

6) **ปฏิบัติตามกฎกติกาของหมู่คณะ** การเดินทางท่องเที่ยวกันเป็นหมู่คณะจำเป็นต้องมีกฎ หรือระเบียบสำหรับให้คนส่วนใหญ่ปฏิบัติตาม นักท่องเที่ยวที่ดีจะต้องปฏิบัติตามกฎกติกามารยาท การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ปฏิบัติตนตามคำแนะนำของมัคคุเทศก์ ไม่ทำตนให้เป็นปัญหาหรือสร้างความรำคาญให้กับผู้อื่น

7) **ไม่ประมาท** นักท่องเที่ยวจะต้องไม่ประมาท ต้องรู้จักระมัดระวังอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการเดินทาง ควรคำนึงถึงความปลอดภัยไว้ตลอดเวลา เช่น ผู้ขับรถต้องพักผ่อนให้เพียงพอและขับรถด้วยความระมัดระวัง ไม่ประมาท ไม่ขับรถเร็วเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด มีการตรวจสภาพยานพาหนะอยู่ตลอดเวลา ไม่ดื่มสุราหรือสิ่งเสพติด ฯลฯ

8) **การประชาสัมพันธ์** นักท่องเที่ยวบางคนอาจมีความคิดเห็นที่ดีเพื่อเป็นการช่วยเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว หรือเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบนำไปตรวจสอบแก้ไขและดำเนินการต่อไป