บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมกับระยะทางในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในประเทศ : ศึกษากรณีเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ได้มีการศึกษาแนวคิดและผลงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้ คือ

1. ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยว
2. แนวความคิดที่เกี่ยวกับการเดินทาง
3. แนวความคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยว

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์นั้น ต้องประกอบกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย จึงทำให้เกิดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจ ดังนั้น ความจำเป็นประการหนึ่งเพื่อคุณภาพชีวิต คือ การพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ท่องเที่ยวหรือบริเวณที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม จึงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

ฮัดแมน (Hudman, 1980) ได้จำแนกปัจจัยที่ทำให้มนุษย์มีการเดินทางท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้ คือ

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นสภาพเงื่อนไขที่กระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันบุคคลให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความเครียดในการทำงาน สุขภาพอนามัยที่ไม่ดี ความแออัดที่เนื่องมาจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ในสถานที่แปลกใหม่ ความมีศรัทธาในศาสนา การต้องเดินทางไปเยี่ยมญาติ การไปทำธุรกิจและหน้าที่การงาน รวมทั้งการท่องเที่ยวเพื่อเหตุผลด้านสถานภาพและชื่อเสียงของคนเอง

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้บุคคลเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมที่ดีขึ้นของประชากรและประเทศ เช่น รายได้ของประชากรดีขึ้น ความสะดวกของการคมนาคม เป็นต้น 2. ปัจจัยด้านแหล่งศิลปวัฒนธรรม เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน สถานที่ทางการเมือง สถานที่ทางการศึกษา สถานที่ทางศาสนาที่น่าสนใจ 3. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมประเพณี เช่น เทศกาลงานประเพณี ศิลปหัตถกรรม ศิลปการแสดงและดนตรี ภาษา เป็นต้น 4. ปัจจัยด้านกายภาพ เช่น สภาพภูมิอากาศ สภาพทัศนียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น

แมคอินทอช (McIntosh, 1972) กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น ปัจจัยเหล่านั้นได้แก่ 1. แรงจูงใจทางกายภาพ ซึ่งเป็นความต้องการของร่างกายที่จะพักผ่อน 2. แรงจูงใจทางวัฒนธรรม ที่ทำให้อยากเห็นในศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นอื่น 3. แรงจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล คือ ความปรารถนาที่จะได้รู้จักเพื่อนใหม่ หรือการไปเยี่ยมญาติมิตร 4. แรงจูงใจในด้านสถานภาพและชื่อเสียงในส่วนบุคคล ซึ่งรวมทั้งการเดินทางเพื่อธุรกิจ การประชุม การศึกษา

โรบินสัน (Robinson, 1979) กล่าวว่า ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์เป็นปัจจัยสำคัญในการที่ทำให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยว เพราะความเหมาะสมของปัจจัยเหล่านี้จะสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยจำแนกออกเป็น

1. สภาพการเข้าถึงและทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว
2. สภาพพื้นที่ที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว
3. ทัศนียภาพ ทรัพยากรธรรมชาติ และธรณีสัณฐานของบริเวณพื้นที่
4. สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม
5. สภาพธรรมชาติและชีวิตสัตว์ป่าที่น่าศึกษา
6. สภาพการตั้งถิ่นฐานที่แตกต่างกัน
7. วัฒนธรรมในท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

ประเสริฐ (ประเสริฐ วิทยารัฐ, 2530) กล่าวถึงสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่

1. บรรยากาศทางด้านกายภาพ

1.1 มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก

1.2 มีความสะดวกสบาย และปลอดภัย

1.3 มีสิ่งดึงดูด ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม

1.4 มีสิ่งที่หายาก เช่นวัด พระบรมมหาราชวัง วิถีชีวิตของคนที่หาดูได้ยาก

2. บรรยากาศทางด้านจิตใจ

2.1 ความมีมิตรไมตรี

2.2 การต้อนรับขับสู้อย่างอบอุ่น

2.3 ความรู้สึกปลอดภัย

2.4 ค่าครองชีพ ไม่สูงเกินไป

2.5 ความไม่เข้มงวดต่อนักท่องเที่ยว

3. บรรยากาศประกอบ

3.1 การแนะนำประชาสัมพันธ์ที่ดี

3.2 สินค้า ของที่ระลึก ที่มีคุณภาพ

3.3 สินค้าปลอดภาษี ที่มีราคาพอสมควร

3.4 การบันเทิง ที่นักท่องเที่ยวสนใจ

จากข้อคิดของบุคคลต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น พบว่า ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวมีหลายประการ และการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ในด้านพื้นที่ระหว่างจุดเริ่มต้นของการเดินทาง ซึ่งเป็นภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว (origin) กับจุดหมายปลายทาง (destination) คือแหล่งท่องเที่ยว ถ้ามีการพิจารณาว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าหรือแหล่งผลิตนักท่องเที่ยว คือผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้า การท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ต่างจากสินค้าทั่ว ๆ ไปที่ผู้ซื้อต้องเดินทางมาหาซื้อสินค้าด้วยตนเองถึงแหล่งผลิต (ประเสริฐ วิทยารัฐ, 2530) ในกรณีเช่นนี้ทำให้การเดินทางมีบทบาทต่อการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2. แนวความคิดที่เกี่ยวกับการเดินทาง

ฉัตรชัย (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร 2527: 136) ได้กล่าวถึงการคมนาคมหรือการเดินทางว่าเกิดขึ้นเพราะ

1. การพึ่งพาซึ่งกันและกัน (complementarily) ของผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยที่มีการคมนาคมเป็นตัวเชื่อม ผู้บริโภคจะเดินทางจากแหล่งที่อยู่อาศัยไปยังแหล่งผลิต แหล่งทั้งสองแยกจากกันโดยระยะทาง ระยะทางระหว่างแหล่งยิ่งห่างกันเท่าใด การติดต่อระหว่างแหล่งทั้งสองอาจน้อยลงเท่านั้น

2. การขนถ่ายย้ายแหล่ง (transferability) คือความสามารถของผู้ที่จะเดินทางเคลื่อนที่ไปยังจุดหมายได้ แต่ก่อนที่จะมีการเคลื่อนที่ต้องมีเส้นทางเชื่อมจุดเริ่มต้นและปลายทางและมีพาหนะสำหรับเคลื่อนที่ นอกจากนี้ยังมีตัวแปรทางด้านเงินทองเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

3. โอกาสแทรกซ้อน (intervening opportunity) หมายถึงความสนใจและการดึงดูดที่จะออกเดินทาง หลังจากการพิจารณาทางเลือกที่เป็นไปได้ต่าง ๆ ผู้ที่ออกเดินทางอาจคิดเกี่ยวกับจุดเริ่มต้นออกเดินทางและจุดปลายทาง โดยเปรียบเทียบความใกล้ ไกล สะดวก และราคา กับอีกทางหนึ่ง

สำหรับแนวคิดในการเดินทาง วูลฟ์ (Wolfe, 1966) กล่าวว่า การเคลื่อนที่หรือการเดินทางของประชากรในปัจจุบันมี 3 แบบ คือ การเดินทางเข้าสู่เมือง การเดินทางไปกลับสถานที่ทำงาน และการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว สิ่งที่เป็นอิทธิพลประการหนึ่งในการเดินทางคือ ระยะทาง (อัญชลี วณิชชานัย และคณะ, 2525) แม้แต่การเดินทางไปซื้อของซึ่งเป็นกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ยังมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ ระยะทางและราคาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

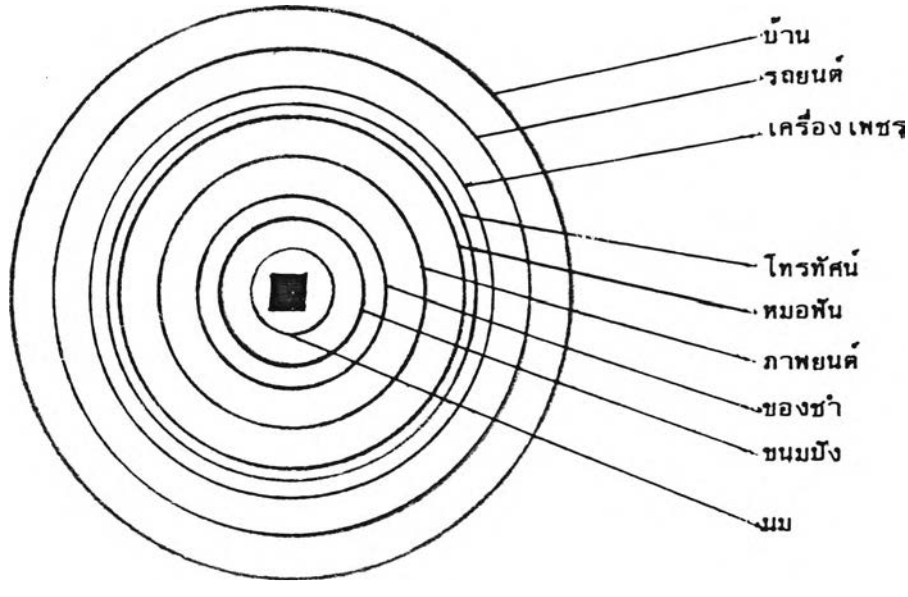
แฟเบน (Fairbain, 1971: 5-31) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีแหล่งกลาง (Central Place Theory) และกล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางจากภูมิลำเนาไปยังแหล่งกลางที่ให้บริการว่าต้องพิจารณาจาก

1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง กล่าวคือ การที่ต้องเดินทางไกลมากขึ้นเท่าใด ก็ย่อมจะต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นด้วย ดังนั้น จำนวนผู้บริโภคที่มายังแหล่งกลางจึงแปรผกผันกับระยะทางจากภูมิลำเนา นั่นคือ จำนวนประชากรที่อยู่ใกล้จะมายังศูนย์กลางมากกว่าประชากรที่อยู่ไกล และจะมีจำนวนน้อยลงเรื่อย ๆ ตามระยะทางที่ไกลออกไป

2. เงื่อนไขราคาและปริมาณสินค้าที่ต้องการ กล่าวคือ ถ้าราคาสินค้าขึ้นเดิมลดลงอาจจะซื้อสินค้าชิ้นนั้นมากขึ้น และจะเดินทางไกลขึ้นเมื่อราคาสินค้านั้นคุ้มค่ากับค่าเดินทาง

นั่นคือ นักท่องเที่ยวอาจจะตัดสินใจเดินทางมาไกลขึ้นถ้ามีผู้ร่วมเดินทางมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายลดลง

3. ความแตกต่างของสินค้าและการบริการที่ต้องการ ได้แก่ ความถี่ในการใช้ ความหลากหลาย ความคงทน ความจำเป็นที่ต้องใช้และคุณค่าของสินค้า (ภาพที่ 1)



■ ภูมิลำเนา

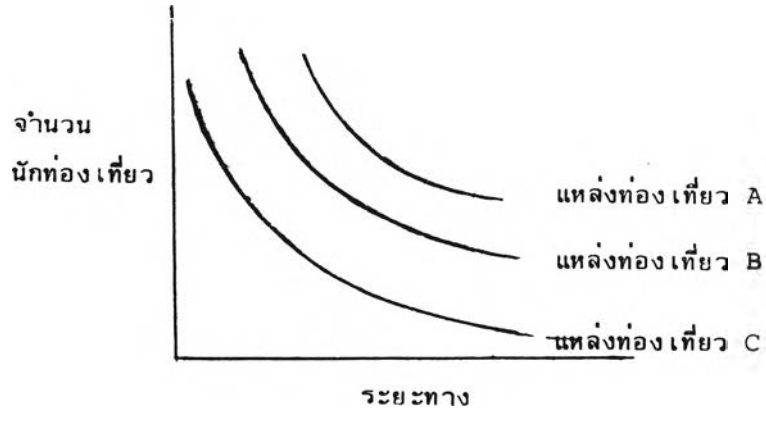
ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ของระยะทางกับประเภทสินค้าและการบริการ

กล่าวคือ ประชากรจะตัดสินใจเดินทางเพียงระยะใกล้ ๆ เพื่อไปซื้อสินค้าที่ต้องใช้บ่อย จำเป็นสำหรับชีวิตประจำวัน เป็นสินค้าที่มีการหมดเปลือง มีค่าน้อย (convenience goods) เช่น นม ขนมปัง ฯลฯ และประชากรจะตัดสินใจเดินทางไกลขึ้นเพื่อไปซื้อสินค้าที่นาน ๆ ซื้อครั้ง ซึ่งในที่นี้รวมถึงการตัดสินใจในการไปท่องเที่ยว พักผ่อนหย่อนใจด้วย

ซิฟฟ์ (Zipf, 1949) ได้เสนอหลักของการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (The Principle of Least Effort) โดยอาศัยหลักแรงโน้มถ่วงของนิวตันมาอธิบายว่า การเคลื่อนที่ของสสารนั้นจะเป็นไปในทิศทางที่ใช้แรงน้อยที่สุด เช่นเดียวกันการเดินทางของมนุษย์จะเลือกเส้นทางที่เขาเห็นว่าใช้ความพยายามน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการเลือกเส้นทางเดินทางไปหาซื้อสินค้า หรือรับบริการจากแหล่งกลาง จะเลือกไปที่ใกล้กับที่พักอาศัยมากที่สุด

แนวความคิดในเรื่อง การลดลงของระยะทาง (Distance-Decay) ของยีทส์ (Yeates, 1968) ก็เช่นกัน เขากล่าวว่า ระยะทางที่ไกลออกไปทำให้อัตราการเคลื่อนที่ (movement) ของมนุษย์ลดลง เนื่องจากระยะทางไกลทำให้พวกเขาต้องสิ้นเปลืองทั้งแรงกาย เวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้น

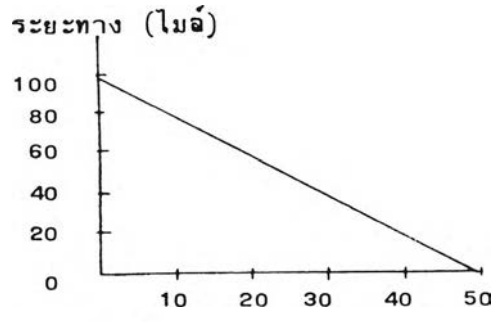
ซีซาริโอ (Cesario, 1969) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยใช้หลักการวิเคราะห์ความถดถอย (Regression Analysis) มาอธิบายลักษณะการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยใช้ระยะทางเป็นตัวแปรที่สำคัญ เขาแสดงแนวความคิดนี้ด้วยเส้นโค้งที่เรียกว่า Hierarchy of Distance-Decay Curves (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 ลำดับศักดิ์ของเส้นโค้ง Distance-Decay

จากภาพแสดงให้เห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจะลดลงเมื่อจำนวนระยะทางที่เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ คลอว์สัน (Clawson, 1959) เป็นอีกท่านหนึ่งที่ให้ความสำคัญกับระยะทางในการวิเคราะห์หาความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว (Demand Curve Analysis) แสดงโดยภาพที่ 3



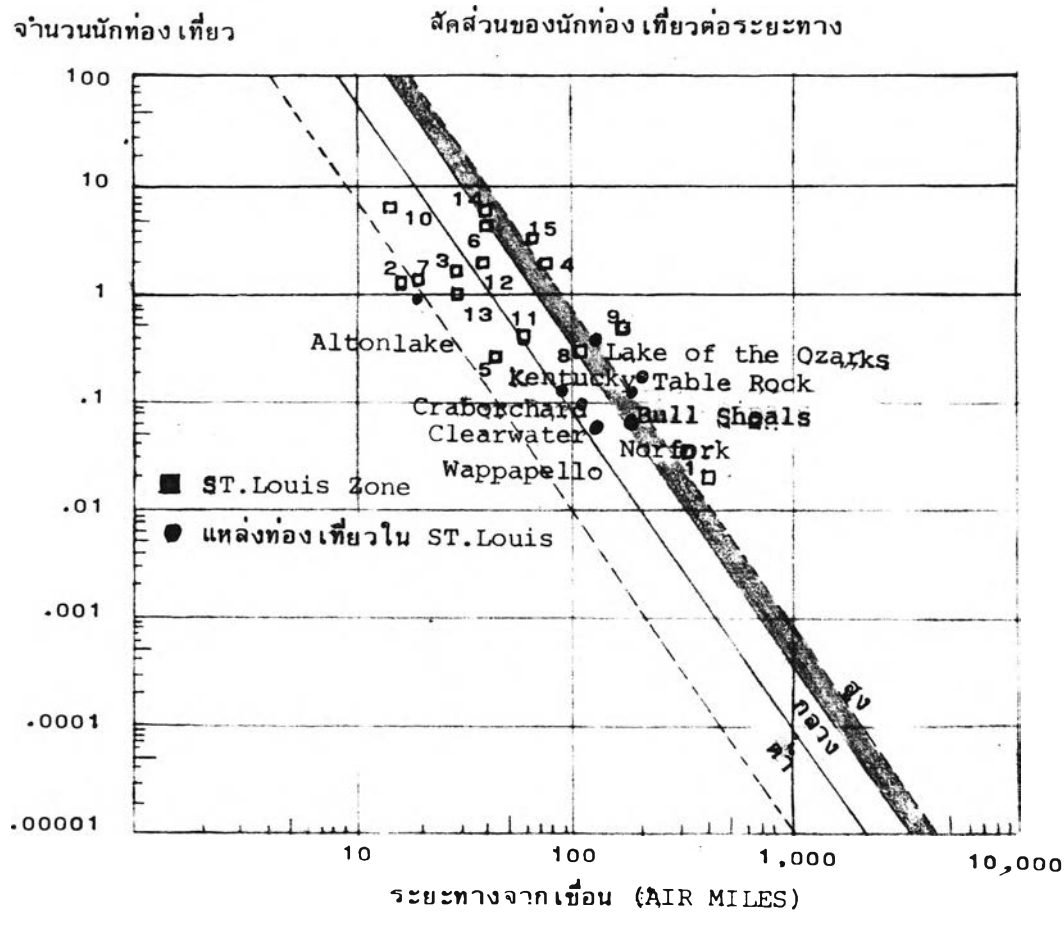
ข้อมูลแสดงเส้นโค้งอุปสงค์		
ระยะทาง (ไมล์)	นักท่องเที่ยว (คน)	นักท่องเที่ยวต่อ 100,000 คน
20	80	40
40	15	30
60	20	20
80	20	10
100	0	0

ภาพที่ 3 วิธีการวิเคราะห์อุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ตัวแปรระยะทาง

ที่มา : ปรับปรุงจากวิธีการวิเคราะห์อุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของคลอว์สัน (Clawson, 1959)

จากภาพ 3 พบว่า อัตราส่วนระหว่างระยะทางกับจำนวนนักท่องเที่ยวจะผันแปรผกผันกัน

อัลล์แมน (Ullman, 1967) ก็เช่นกัน ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับปริมาณการมาท่องเที่ยว ณ เมอราเมค เบซิน (Meramec Basin) และได้สรุปเป็นหลักการว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวจะเป็นลักษณะผกผันกับระยะทาง คือ เมื่อระยะทางไกลออกไปจำนวนนักท่องเที่ยวจะลดลง ซึ่งลักษณะความสัมพันธ์สามารถแสดงด้วยสเกลแบบลอการิทัม (logarithmic) ดังนี้



1. Chicago-ทะเลสาบ Ozarks
2. Cincinnati-เขื่อน Mill Creek
3. Columbus (Ohio)-ทะเลสาบ Buckeye
4. Dallas-Fort Worth-ทะเลสาบ Texama
5. Indianapolis-เขื่อน Cagles Mill
6. Jefferson City (Mo.)-ทะเลสาบ Ozarks
7. Kansas City-ทะเลสาบ Jacomo
8. Kansas City-ทะเลสาบ Ozarks
9. Kansas City-เขื่อน Table Rock
10. Nashville-เขื่อน Old Hickory
11. Springfield (Mo.)-ทะเลสาบ Ozarks
12. Springfield (Mo.)-เขื่อน Table Rock
13. Tulsa-เขื่อน Heyburn
14. Tulsa-เขื่อน Fort Gibson
15. Tulsa-เขื่อน Tenkiller Ferry

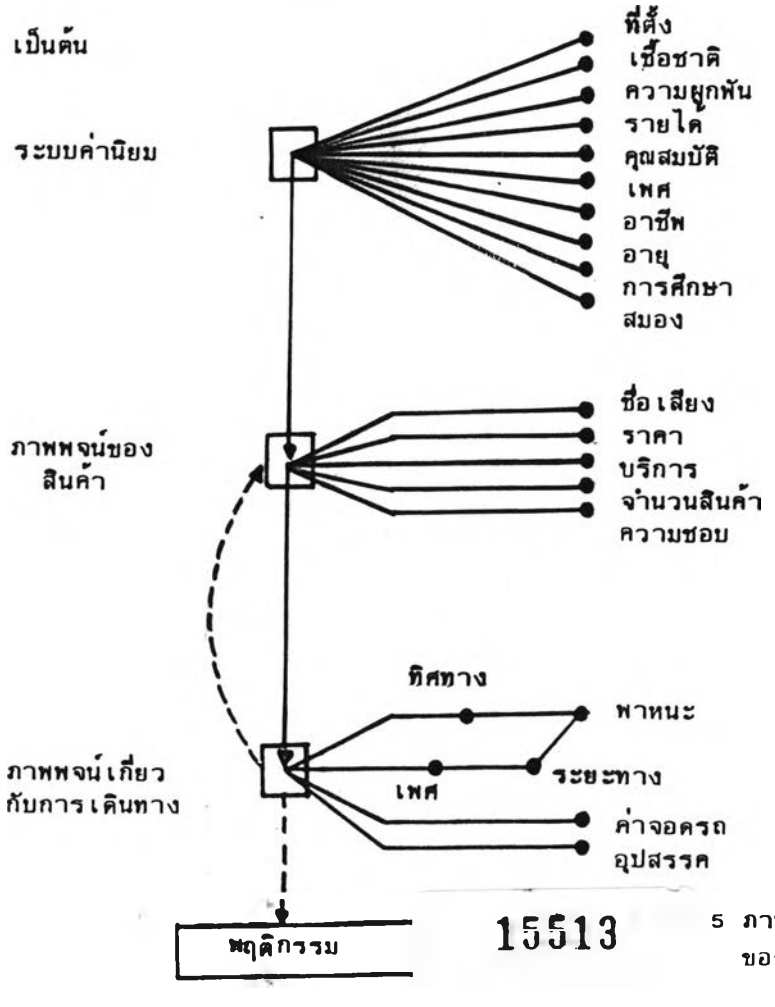
ภาพที่ 4 ปริมาณการมาท่องเที่ยว ณ เมอราเมค เบซิน

นอกจากนี้ ได้มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องปัจจัยด้านระยะทางที่มีผลต่อการเดินทางอีกหลายท่าน เช่น ไอซาร์ด (Isard, 1963) เอดเวิร์ด (Edward, 1971) แฮเกอร์สแตรนด์ (Hagerstrand, 1957) มอร์ริลล์ (Morrill, 1970) ที่กล่าวโดยสรุปจากผลการศึกษา พบว่า มีความสอดคล้องกันคือ ผู้เดินทางจะมีจำนวนน้อยลงเมื่อระยะทางเพิ่มขึ้น

แม้ว่าระยะทางจะเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการเดินทางของมนุษย์ แต่นอกเหนือจากนั้น คือ ความรู้สึกนึกคิดหรือค่านิยมของมนุษย์เอง ซึ่งปัจจัยที่คิงดูดหรือผลักดันให้เกิดกิจกรรมนั้นจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม หรือค่านิยมที่เป็นผลจากสภาพเศรษฐกิจสังคม คือ อายุ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ฯลฯ ของแต่ละบุคคลเอง

3. <u>แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม</u>

ฉัตรชัย (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, 2527: 142) ได้แสดงแบบจำลองที่แสดงกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทาง โดยกล่าวว่าการเดินทางของมนุษย์จะขึ้นอยู่กับการตัดสินใจที่ต้องอาศัยข้อมูลมากมายทั้งเรื่องความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวและสภาพเศรษฐกิจสังคมซึ่งบางครั้งยังมีอุปสรรคทางกายภาพต่าง ๆ มาขัดขวางมิให้เกิดการเดินทางขึ้นอีกด้วย (ภาพที่ 5) เช่น ค่าจอดรถ ถนนขรุขระเป็นต้น



5 ภาพพจน์ของร้านค้าและพฤติกรรมของลูกค้า

15513

แนวความคิดของดอดด์ (Dodd, 1950) ในเรื่อง Role of Dimensional Analysis ที่ทดสอบทิศทางการเดินทางของประชากร ตัวแปรที่ใช้วัดได้พัฒนาแนวความคิดจากตัวแปรทางสังคมวิทยา พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา เป็นต้น เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของประชากรจากพื้นที่หนึ่งไปยังอีกพื้นที่หนึ่งซึ่งมีความแตกต่างกัน

ทฤษฎีโอกาสแทรกซ้อนของสตูฟเฟอร์ (Stouffer's Intervening Opportunity Theory) เกิดจากการรวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับ การเดินทางซึ่งเกิดจากความสามารถที่จะจ่ายค่าเดินทางได้ และการเดินทางที่เป็นผลมาจากความไม่เสมอภาคกันของสภาพเศรษฐกิจสังคมระหว่างชุมชน (Isaac, 1947; Goodrick, 1936; Thomas, 1942) มาอธิบายสาเหตุแห่งการเดินทางของประชากร ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมเป็นตัวแปรหนึ่งที่ได้รับการยอมรับว่ามีอิทธิพลต่อการเดินทางของประชากร

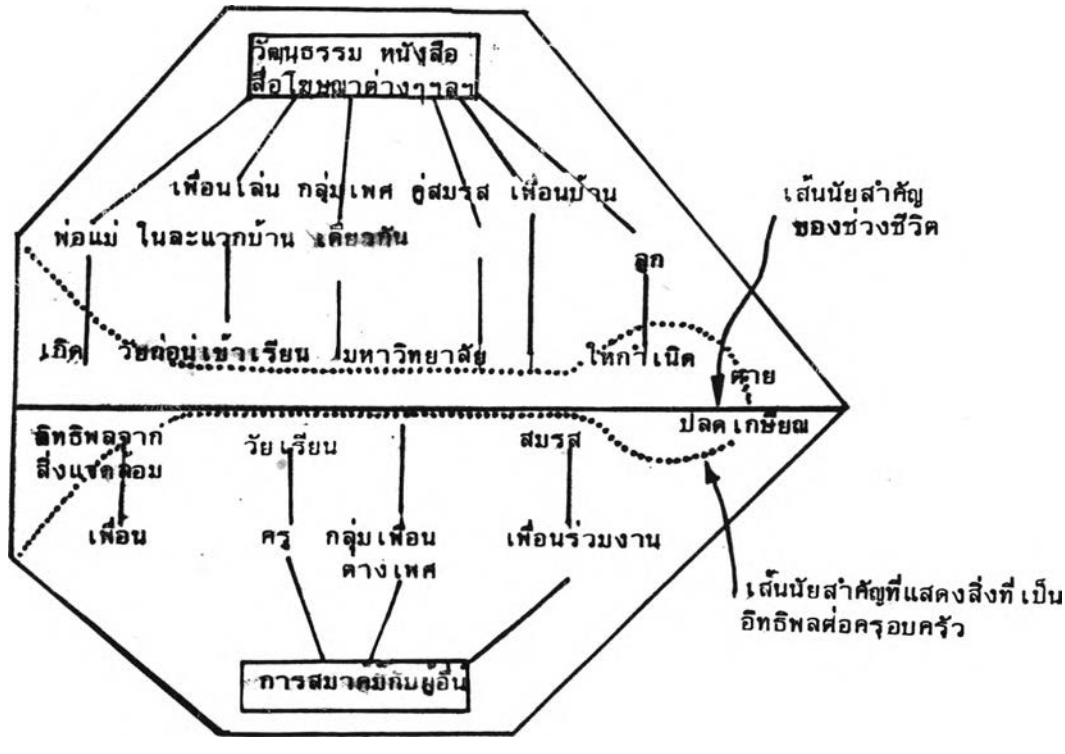
สโตนและฟอร์ม (Stone and Form, 1957) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางไปซื้อสินค้า โดยศึกษาตามแนวคิดด้านพฤติกรรมของฮัฟฟ์ (Behavioral Approach of David Huff) ที่สนใจการเดินทางของผู้บริโภค ในแง่ของการตัดสินใจเลือกเดินทางตามลักษณะของพื้นที่เอง เช่น ไม่เลือกไปซื้อสินค้าเพราะที่นั่นถนนขรุขระ เป็นต้น รวมทั้งกล่าวว่า รูปแบบการเดินทางแต่ละวันของคนจะได้รับอิทธิพลมาจากสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อาศัยอยู่ พบว่า ตัวแปรในการเดินทางไปซื้อสินค้าที่สำคัญคือปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และมาร์เบิล (Marble, 1959) ได้ทำการศึกษาเรื่องนี้เช่นกัน พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และจำนวนครั้งในการเดินทาง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเดินทาง

มอว์และคอสโกรฟ (Maw and Cosgrove, 1972) เสนอแบบจำลองที่เรียกว่า Model of Recreation Choice แสดงให้เห็นว่ามนุษย์จะมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ กล่าวคือ บางครั้งนักท่องเที่ยวไม่ได้วางแผนที่จะไปยังที่นั้น ๆ ในครั้งแรก แต่จะค่อย ๆ พัฒนามาจากพฤติกรรมการเรียนรู้ จนกระทั่งมีการตัดสินใจ ซึ่งพฤติกรรมการเรียนรู้นั้นเกิดจากอิทธิพลของสภาพสังคมของนักท่องเที่ยวเอง ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ การศึกษา รายได้ ภูมิลำเนา ฯลฯ (ภาพที่ 6)

ภาพที่ 6 Model of Recreation Choice

ขั้น		คำอธิบาย	
1		O คือ ภูมิลำเนา A คือ กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว L คือ สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทาง	$O \longrightarrow AL$
2	A	วางแผนการทำกิจกรรมแต่ ไม่ทราบสถานที่	$O-\!\!-A \begin{cases} \nearrow L_1 \\ --\, L_2 \\ \searrow L_3 \end{cases}$
	L	เลือกสถานที่ได้แต่ยัง ไม่ทราบกิจกรรม	$O-\!\!-L \begin{cases} \nearrow A_1 \\ --\, A_2 \\ \searrow A_3 \end{cases}$
3		Lg คือ สถานที่ที่เดินทางไป แต่ยังไม่ใช่จุดหมายปลายทาง	
	A	ไม่ได้วางแผนทั้งกิจกรรม และสถานที่แต่มีการเดินทางและ ตัดสินใจเลือกกิจกรรมก่อนสถานที่	$O-\!\!-Lg-\!\!-A \begin{cases} \nearrow L_1 \\ --\, L_2 \\ \searrow L_3 \end{cases}$
	L	ไม่ได้วางแผนทั้งกิจกรรมและสถานที่ แต่มีการเดินทางและตัดสินใจเลือก สถานที่ก่อนกิจกรรม	$O-\!\!-Lg-\!\!-L \begin{cases} \nearrow A_1 \\ --\, A_2 \\ \searrow A_3 \end{cases}$
	AL	ไม่ได้วางแผนทั้งกิจกรรมและสถานที่ แต่มีการเดินทางและตัดสินใจพร้อม ๆ กัน	$O-\!\!-Lg \longrightarrow AL$
4		มีการวางแผนทั้งกิจกรรมและสถานที่แล้ว แต่มีการรับรู้ในสิ่งใหม่ ทำให้เกิดการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงโดยเร่งด่วน	$L \begin{cases} \longrightarrow A_1 L_1 \\ \searrow A_2 L_2 \end{cases}$

แรโพพอร์ต (Rapoport, 1975) เสนอแบบจำลอง Model of life-time influences on recreation choices ซึ่งคล้ายคลึงกับแบบจำลองของมอว์และคอสโกรฟ โดยเฉพาะในแง่ของอายุ ที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน เพราะในวัยต่างกัน มนุษย์จะมีความชอบในกิจกรรมไม่เหมือนกัน รวมทั้งการตัดสินใจซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากบุคคลที่อยู่แวดล้อม เช่น ในวัยเด็กชอบเล่นหรือไปเที่ยวกับเพื่อนเพศเดียวกัน และเมื่อโตขึ้นอิทธิพลที่จะตัดสินใจไปท่องเที่ยวมักขึ้นอยู่กับครอบครัว เป็นต้น ดังภาพ 7 แสดงวงจรชีวิตในช่วงต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อครอบครัวและบุคคลต่อไปนี้



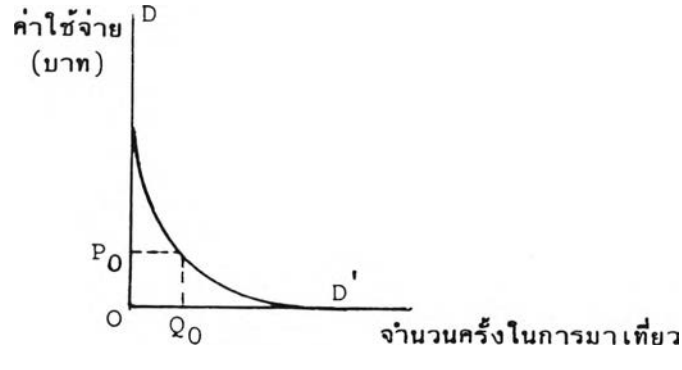
ภาพที่ 7 วงจรชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน

รอดเจอร์ (Rodger, 1960) ดอตตาวิโอกับคณะ (Dottavio et al., 1980) กล่าวถึงลักษณะทางสังคม ว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยว โดยศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ตัวแปรหลัก ๆ ที่นำมาทำการวิจัย ได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ที่นำมาศึกษาร่วมด้วย คือ ลักษณะการคมนาคมและระยะทาง

เช่นเดียวกับสมิท (Smith, 1983) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยผลักดันให้เกิดการเดินทางเกี่ยวข้องกับ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง รวมทั้ง เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อายุ อาชีพ ซึ่งเป็นตัวแปรด้านเศรษฐกิจสังคมเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังกล่าวว่า การเข้าถึง (accessibility) ก็เป็นตัวแปรหนึ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วย

ทางด้านเศรษฐศาสตร์ วรุณ (วรุณ กาญจนกุญชร, 2520) ได้เสนอทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เมื่อนำเอามาประยุกต์กับการพักผ่อนกรณีกรุงเทพฯ และประเทศไทย (Economic Theories as Applied to Recreation: A Case Study of Bangkok and Thailand) ได้กล่าวถึงทฤษฎีอุปสงค์ในการพักผ่อน (A Theory of Demand for Recreation) ว่า ประชากรจะเลือกไปพักผ่อนให้สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายในการไปพักผ่อนนั้น ๆ ถ้าสถานที่ที่จะไปนั้นต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง ประชากรจะเลือกไปน้อย ในทางตรงกันข้าม ถ้าเสียค่าใช้จ่ายต่ำ ประชากรจะเลือกไปมากขึ้น เช่น ประชากรจะเลือกเดินเล่นในสวนลุมพินีมากกว่าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

จากแนวความคิดดังกล่าวสามารถแสดงเส้นอุปสงค์ต่อการพักผ่อนได้ดังนี้



ภาพที่ 8 เส้นอุปสงค์ต่อการพักผ่อน

โดยสมมติให้เห็นโดยใช้กรณีสวนลุมพินี ว่าประชากรที่เข้าพักผ่อนในสวนลุมพินีไม่ต้องเสียค่าผ่านประตู แต่เขาต้องเสียค่าเดินทางมาสวนลุมพินี เส้น DD' แสดงถึงจำนวนครั้งที่เข้าไปพักผ่อน เมื่อค่าใช้จ่ายเปลี่ยนแปลงขณะที่ค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับ OD จะไม่มีการเที่ยวสวนลุมพินี เพราะค่าใช้จ่ายสูงเกินไป แต่ถ้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเลยจะมีคนไปเที่ยวสวนลุมพินี OD' ครั้ง

เพื่อความสะดวกต่อการวิเคราะห์อุปสงค์ของการพักผ่อน จึงนำเอาเฉพาะค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนในการพักผ่อนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ แต่จริง ๆ แล้ว การจะวิเคราะห์ถึงอุปสงค์ให้ละเอียดถูกต้องก็ควรพิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ ด้วย คือ จำนวนประชากร ระดับอายุ รายได้ ความสะดวกในการคมนาคม และเวลาว่าง

นอกจากนี้ วรุณ ยังได้เสนอแบบจำลองทางเศรษฐมิติ เพื่อแสดงอุปสงค์ของการพักผ่อน ได้แก่ วิธีการประมาณความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคม (The Demand-Socioeconomic Factors Relationship Method) ซึ่งเป็นวิธีการประมาณโดยมีแนวคิดว่าปัจจัยด้าน รายได้ ประชากร เวลาว่างของประชากร ความสะดวกในการเดินทาง เป็นต้น เป็นตัวแปรที่สามารถกำหนดอุปสงค์การพักผ่อนได้

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุพัตรา (สุพัตรา ศุขวาที, 2517) ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ความชัน (gradient analysis) และหาสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์ ของผู้มารับบริการจากศูนย์บริการสาธารณสุขในกรุงเทพฯ โดยอาศัยแนวความคิด ทฤษฎีย่านกลาง (Central Place) ของ คริสตัลเลอร์ที่กล่าวถึง การแจกกระจายของประชากรว่าจะลดลงจากศูนย์กลางตามระยะทาง พบว่าประชากรที่อยู่ใกล้เคียงกับสถานบริการสาธารณสุขใดจะมาใช้บริการ ณ สถานบริการสาธารณสุขนั้นมากกว่าผู้ที่อยู่ห่างไกลออกไป นอกจากนี้ ยังกล่าวว่า สอดคล้องกับหลักทางภูมิศาสตร์ที่กล่าวถึงมนุษย์จะมุ่งไปยังจุดหมายปลายทางโดยคำนึงถึงระยะทางที่สั้นที่สุดตามคำกล่าวของ ซิฟฟ์ (Zipf) และเลอช (Losch) และกล่าวว่า เส้นทางคมนาคมที่สะดวกย่อมส่งเสริมการเข้าถึงศูนย์บริการได้ง่าย โดย พบว่า เส้นทางสะดวกจะถูกนำมาพิจารณาเป็นอันดับแรก อีกด้วย

ชุลีพร (ชุลีพร เปี่ยมสมบูรณ์, 2520) ทำการศึกษาเรื่อง ผลของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมเดินทางและขนส่งของประเทศไทย และมีความเห็นว่าการท่องเที่ยวมีอิทธิพลผลักดันให้เกิดความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงการเดินทางและขนส่ง ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้น เนื่องจาก การท่องเที่ยวทำให้ประเทศมีรายได้จากนักท่องเที่ยวมากขึ้น คือจะมีบทบาทสำคัญในการช่วยรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างดี

อดุลย์ (อดุลย์ เชาว์วาทิน, 2527) ทำการศึกษาผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจสังคมเนื่องจากถนนชนบท กล่าวว่า ความต้องการเดินทาง (Travel Demand) จะมีความสัมพันธ์และขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ การใช้ที่ดิน สภาพทางเศรษฐกิจสังคมของครอบครัว และระบบคมนาคมที่มีอยู่ โดยใช้การสร้างแบบจำลองการเดินทาง (Trip Generation Method) ช่วยในการวิเคราะห์

ปองจิต (ปองจิต แจ่มจำรัส, 2520) ทำการศึกษาเรื่อง ค่านิยมของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมบริเวณสถานตากอากาศชะอำ โดยพิจารณาศึกษาจากลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ลักษณะการประกอบอาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่อยู่ปัจจุบัน วัตถุประสงค์ที่มาเที่ยว จำนวนครั้งที่มา รายจ่ายในการเดินทาง ซึ่งเป็นตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมว่ามีผลต่อค่านิยม หรือสามารถอธิบายการผันแปรของคะแนนค่านิยมของนักท่องเที่ยวได้ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ระดับ คือ การวิเคราะห์การผันแปรทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และการวิเคราะห์การผันแปรสองทาง (Two-Way Analysis of Variance) ร่วมกับการวิเคราะห์การจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis) พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาชะอำ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจจะมีค่านิยมในการอนุรักษ์ปรากฏสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มาเพื่อธุรกิจอื่น และนักท่องเที่ยวที่มีครอบครัวแล้ว จะมีค่านิยมในการอนุรักษ์สูงกว่านักท่องเที่ยวที่ยังเป็นโสด ส่วนปัจจัยทางด้านอาชีพ อายุ เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ จำนวนครั้งที่มาชะอำ และที่อยู่ปัจจุบัน ปัจจัยทั้งหมดมิได้มีผลต่อการผันแปรของค่านิยมในการอนุรักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2529) ได้ทำการศึกษาสภาพเศรษฐกิจสังคมและข้อมูลเบื้องต้นทั่วไปของนักท่องเที่ยว เพื่อประเมินผลสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในปี 2529 พบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 95 ราย จำนวนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร รองลงมาคือนักท่องเที่ยวในภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามลำดับ โดยมีอัตราส่วนของนักท่องเที่ยวเพศชายกระจายอยู่มากกว่าเพศหญิง นอกจากนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวจะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี มีจำนวนมากที่สุด

จากการศึกษาอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการและนักศึกษา โดยที่รายได้ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4,000-6,000 บาทต่อเดือน มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด และระยะเวลาที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มเดินทางจนกระทั่งกลับนั้น ส่วนใหญ่เป็นประเภทที่เดินทางไปเช้า-เย็นกลับมากที่สุด นอกจากนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มามักจะมาเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ เป็นครั้งแรก

สำหรับทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมเขื่อนศรีนครินทร์นั้น พบว่า เนื่องมาจากความต้องการชมธรรมชาติที่สวยงาม ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ระหว่างการเยี่ยมชมเขื่อนศรีนครินทร์ นั่นคือ การชมความงามของธรรมชาติโดยรอบ

ลักษณะของผู้ร่วมเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่มากับกลุ่มเพื่อนและพาหนะคือรถยนต์ ส่วนค่าใช้จ่ายมักมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 500 บาท

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัย เพื่อจัดทำแผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มาเที่ยวที่จังหวัดกาญจนบุรี ส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพมหานคร รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากภาคตะวันตก ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ตามลำดับ และเมื่อเรียงลำดับความสำคัญตามจังหวัดแล้ว ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สุพรรณบุรี ชลบุรี นนทบุรี ฯลฯ ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2527)

กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2528) ได้จัดทำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ ภาวะการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยว ที่น้ำตกเอราวัณและสะพานข้ามแม่น้ำแคว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพมหานคร และอยู่ในช่วงอายุ 20-24 ปี ประกอบอาชีพรับราชการมากกว่าเป็นลูกจ้างเอกชนหรือเป็นนักเรียน

จุดประสงค์ของการเดินทาง คือ เพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาเพื่อธุรกิจ เพื่อเยี่ยมญาติ และไปราชการตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่จะมากับกลุ่มเพื่อนมากกว่ามากับครอบครัวหรือมาคนเดียว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดจะไปกาญจนบุรีอีก ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกจะเป็นจำนวนเท่ากันกับนักท่องเที่ยวที่มามากกว่าหนึ่งครั้ง

ในงานวิจัยเกี่ยวกับลักษณะเศรษฐกิจสังคมของนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2527) เพื่อรายงานโครงการสำรวจและศึกษาภาวะการท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2526 โดยการสัมภาษณ์หัวหน้าครัวเรือน จำนวน 4,292 ราย จากจังหวัดต่าง ๆ ของทุกภาคในประเทศรวม 17 จังหวัดและกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ผู้ที่ไปเที่ยวมักเป็นเพศชายและมีอายุโดยเฉลี่ยน้อยกว่าผู้ไม่ไปเที่ยว และโดยทั่วไประดับการศึกษาจะสูงกว่าด้วย จากจำนวนผู้ท่องเที่ยวทั้งหมด 2,939 ราย จำนวนวันเฉลี่ยต่อครั้งของการไปเที่ยวมีจำนวน 4 วัน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน รองลงมาได้แก่ การไปเยี่ยมเพื่อน หรือญาติ มักมีการเดินทางในเดือนเมษายน ตุลาคม มีนาคม มกราคม

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และส่วนใหญ่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง รถยนต์ส่วนบุคคล ตามลำดับ โดยที่มักเดินทางกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด

3. ในด้านการใช้จ่าย พบว่า ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวไม่สูงนัก คือ ส่วนใหญ่ไม่เกิน 200 บาทต่อคนต่อวัน

จากการศึกษาวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ทำให้เกิดแนวคิดว่า การเดินทางท่องเที่ยว เกิดขึ้นจากปัจจัยหลาย ๆ ประการประกอบกัน โดยที่การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นระยะทางใกล้หรือไกล ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางทั้งสิ้น แต่การตัดสินใจนั้นจะเกิดขึ้นจากค่านิยมส่วนตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล และค่านิยมเหล่านั้นน่าจะได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยเศรษฐกิจสังคมของนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งเป็นการนำไปสู่หัวข้อในการศึกษาเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมกับระยะทางในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในประเทศ : ศึกษากรณีเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี" ในครั้งนี้