

## ๕ เศรษฐศาสตร์ของการท่องเที่ยวและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยวคือ ??

เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว คือ วิชาที่ว่าด้วยทฤษฎี และการวิเคราะห์กรณีศึกษาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ โดยประยุกต์จากพฤติกรรมของผู้บริโภคและให้บริการในตลาดทั้งในระดับชุมชนภูมิภาค ประเทศ จนถึงในระดับโลก ซึ่งในหัวข้อจะรวมทั้งภาคการท่องเที่ยวและบทบาทในระบบเศรษฐกิจ, โครงสร้างต้นทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการกำหนดราคา, การวิเคราะห์อุปสงค์และการแบ่งส่วนตลาด, เศรษฐกิจ สังคม และผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว, รวมทั้งบทบาทของบรรษัทข้ามชาติและรัฐบาลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นหลัก

ในปัจจุบันความต้องการในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเป็นอย่างมากในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีแรงขับเคลื่อนในด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด ทำให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเป็นเสาหลักในการพัฒนาในด้านสังคมของภาคภูมิภาค ความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมของประเทศ และยังเป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งนั้นจะก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของกลุ่มนักท่องเที่ยว และทำให้เศรษฐกิจเกิดการเคลื่อนไหว โดยแต่ละกระบวนการในการเดินทางของแต่ละบุคคลนั้นย่อมเกิดค่าใช้จ่ายขึ้น ทั้งค่าใช้จ่ายก่อนการเดินทาง ค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง และค่าใช้จ่ายหลังการเดินทาง ทำให้ธุรกิจได้รับผลโดยตรงและโดยอ้อมจากนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมหลายสาขารวมถึงชนิดของสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างกัน การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยเป็นแหล่งที่มาของเงินตรา ต่างประเทศ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงานก่อให้เกิด การกระจายรายได้ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่นและก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต นอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อสังคมและการเมืองด้วย กล่าวคือ การท่องเที่ยวช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น ช่วยสร้างสรรคความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษา ช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าไปแออัดในเมือง ช่วยป้องกันปัญหาการแทรกซึมบ่อนท าลายฝ่ายตรงกันข้าม ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว และช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี ดังนั้น ความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อเศรษฐกิจที่เห็นได้ชัด คือ การขยายตัวของGDP เกิดการ สร้างงาน เพิ่มมูลค่าของการส่งออกและมูลค่าของภาษี รวมถึงการกระตุ้นการลงทุน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และการใช้จ่ายเงินของรัฐบาล

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวและมีคุณค่าทั้งทางด้านธรรมชาติและทางด้านวัฒนธรรม อีกทั้งความมีมิตรไมตรีของคนไทยล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยม เยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมาก (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, ๒๕๔๘ : ๒) ซึ่งจากสถิติที่ผ่านมาประเทศ

ไทยมี นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทุกภูมิภาคทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากโดยในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน ๒๖,๗๓๕,๕๘๓ คน ขยายตัวร้อยละ ๑๙.๖๐ เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๕๕ ที่ผ่านมา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,๒๕๕๖) นับว่าตลาดนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งเพราะว่าสามารถทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากและเป็นตลาดที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.๒๕๕๖ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงมกราคม –กันยายนที่ขยายตัวถึงร้อยละ ๒๓ ถึงแม้ว่าในบางปีจะมีการชะลอตัวบ้างแต่ก็มีการชะลอตัวเพียงเล็กน้อย อย่างเช่นปี พ. ศ. ๒๕๔๘ แม้ว่าประเทศไทยได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย สร้างความเสียหาย ให้แก่การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับ ความสนใจจาก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แต่ก็ไม่ส่งผลกระทบมากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ เปลี่ยนการ ท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางอื่นในประเทศแทน จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติมี ปัจจัยสนับสนุนให้ตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย และแม้ว่าจุดหมายปลายทางแรกจะเกิด อุปสรรคให้ไม่สามารถเดินทางไปได้ ก็เลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อไป ดังนั้นจากที่กล่าวมา ข้างต้นจึงเห็นควรที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ในประเทศไทยของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดและพัฒนากลยุทธ์ ในการดึงดูด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปต่างๆให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อไปในอนาคต

เหตุไรจึงต้องมีเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว???

มีเหตุผลหลายประการที่จะต้องมีความเข้าใจถึงความสำคัญของเศรษฐศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

๑) ภาคท่องเที่ยวเป็นเรื่องเศรษฐกิจ เกี่ยวข้องกับการหารายได้และการจ้างงานของคนจำนวนมาก ภาค เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศในหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะประเทศ กำลัง พัฒนาการวัดความสำคัญของการท่องเที่ยวมักวัดจากรายได้การจ้างงาน ภาษีอากรที่รัฐเก็บได้และ ขนาดการ ลงทุน

๒) การท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการที่อาศัยทรัพยากรธรรมชาติทุนสังคมและทุนวัฒนธรรมที่เป็น สมบัติ ร่วมกันของคนในชาติ(มิ่งสรรพ,๒๕๕๔) เป็นสินค้าที่กีดกันการใช้ของผู้อื่นยากซึ่งทางเศรษฐศาสตร์ เรียกว่า สินค้าสาธารณะ (Public Goods) การใช้ประโยชน์สมบัติส่วนรวมเหล่านี้โดยไม่มีกติกากำกับ หรือการจัดการ การใช้ประโยชน์ที่ตีก่อให้เกิดความทรุดโทรม ร่อยหรอ เกิดปัญหาที่เรียกว่าผลกระทบ ภายนอก (Externality) คือ ผู้ได้รับผลกระทบทางลบ ไม่สามารถได้รับการชดเชยการผ่านกลไกตลาด หรือนักเศรษฐศาสตร์เรียกปัญหา เหล่านี้ว่า ปัญหาจากตลาดล้มเหลว คือความล้มเหลวของตลาดในการ ทำ หน้าที่จัดสรรทรัพยากรของสังคมได้ อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการใช้ทรัพยากรอย่างไร้ประสิทธิภาพ ขาดความเป็นธรรมและยั่งยืน อัน เนื่องมาจากการเข้าถึงโดยเสรี(OpenAccess) ดังนั้นจึงมีความจำ เป็น ที่รัฐจะเข้าไปแทรกแซงอย่างเหมาะสม

๓) การท่องเที่ยวอาจอาศัยคุณสมบัติพิเศษบางอย่างที่ทำให้เกิดค่าเช่าทางเศรษฐกิจแก่ ผู้ประกอบการซึ่งเป็น คุณสมบัติที่ผูกติดกับแหล่งท่องเที่ยว เช่นการที่พื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นมรดกโลก ทำให้ผู้ประกอบการใน

พื้นที่เดียวกันสามารถได้กำไรเกินปกติซึ่งรัฐสามารถเรียกเก็บส่วนเกินบางส่วนนี้ คืนมาให้กับประชาชนผู้เป็นเจ้าของ ทำให้การกระจายรายได้ของประเทศดีขึ้น

๔) การลงทุนในโครงการท่องเที่ยวที่ดี หรือโครงการการพัฒนาเศรษฐกิจอื่นๆ อาจมีผลกระทบ ต่อการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ต้นทุนผลได้ทางเศรษฐกิจ ซึ่งต้องรวมต้นทุนเสียโอกาส ของสังคม (Social) Opportunity Cost ของการลงทุน และผลกระทบที่เชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกับภาคท่องเที่ยว

### ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสมัยใหม่

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวสมัยใหม่ มีดังนี้



### ๑. “Globalization” โลกาภิวัตน์

ผลลัพธ์จากการพัฒนาการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศได้นำความหลากหลายทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม นวัตกรรม เทคโนโลยี แรงงาน ฯลฯ ของแต่ละมุมโลกเข้าด้วยกัน โดยผลลัพธ์ที่ตามมาอย่างชัดเจนคือ “การเปลี่ยนแปลง” โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อก้าวให้ทันสภาพการณ์ของตลาดในปัจจุบันและอนาคตเพื่อมัดใจกลุ่มลูกค้า และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านธุรกิจ การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจกลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้



## ๒. “Specialty Interest Tourism” การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

รูปแบบของการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้นกว่าในอดีต นักท่องเที่ยวหลายกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจต่อประเทศไทยมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศท่องเที่ยวอดฮิตในสายตาชาวต่างชาติ หัวเมืองต่างๆ เช่น กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต หัวหิน โด่งดังมีชื่อเสียง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากในแต่ละปี ด้วยความแตกต่างในเชิงภูมิศาสตร์ ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีจุดเด่นเยอะส่งผลให้เรามีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวโดยมีเป้าหมายเฉพาะเจาะจงที่มาก นักเดินทางมีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาไทยที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงเกษตร เชิงอุตสาหกรรม เชิงพานิชย์ เชิงวัฒนธรรม เชิงศาสนา เชิงการแพทย์ เชิงสุขภาพ เชิงกิจกรรมและกีฬา สรุปคือปัจจุบันนักเดินทางมีจุดประสงค์และเป้าหมายในการมาไทยที่กว้างมากขึ้น ถือเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญที่สุด



### ๓. “Digital Lifestyle” ชีวิตยุคดิจิทัล

เทคโนโลยี นวัตกรรมในยุคดิจิทัลได้สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั้งในและนอกประเทศ การศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวออนไลน์ การแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวในโลกออนไลน์มีให้เห็นอย่างแพร่หลาย การจ่ายเงินออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นเรื่องปกติในยุคดิจิทัล โดยทุกวันนี้ชาวจีนมาเที่ยวไทยไม่จำเป็นต้องพกเงินสดมา ทุกอย่างสามารถจบในระบบออนไลน์ได้แทบทั้งหมด ฉะนั้นแล้ว “การเชื่อมต่อ” และ “การเข้าถึง” โลกออนไลน์จึงส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยตรง ทำให้สัดส่วนของกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภท F.I.T.เพิ่มมากขึ้น โดยทุกคนสามารถศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว จองตั๋วเครื่องบิน จองห้อง จองโรงแรม จองรถ จองตั๋วด้วยตนเอง และสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่ตนไม่เคยไปได้อย่างไม่ยากลำบาก ฉะนั้นการเรียนรู้ที่จะใช้เครื่องมือออนไลน์ที่กลุ่มลูกค้านิยมใช้อย่างเป็นประจําจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ไม่สามารถเลี่ยงได้ จนอินเทอร์เน็ตกลายเป็นปัจจัยที่ ๕ ในการใช้ชีวิตอย่างแท้จริง



### ๔. “Travel safety” ความปลอดภัยระหว่างการเดินทาง

คงไม่มีนักท่องเที่ยวท่านไหนที่ต้องการไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ไม่ปลอดภัย ปัญหาสงครามกลางเมือง การจลาจล ผู้ก่อการร้าย การชิงทรัพย์ ภัยธรรมชาติ ภูมิอากาศที่เลวร้าย การระบาดของโรค ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้ไม่ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในประเทศที่ประสบปัญหาเหล่านี้อย่างแน่นอน ในยุคสมัยปัจจุบันที่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถถูกเผยแพร่ไปสู่อีกมุมโลกภายในไม่กี่วินาที นักเดินทางเปลี่ยนเป้าหมายในการเดินทางได้ทุกเมื่อ



### ๕. “Low-cost Airline” สายการบินราคาประหยัด

การแข่งขันของธุรกิจสายการบินเข้มข้นขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ด้วยราคาค่าโดยสารที่น่าสนใจทำให้สายการบินราคาประหยัดกลายเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกสำคัญในการเดินทางที่นักท่องเที่ยวทั้งหลายมักจะใช้บริการอยู่เสมอ ราคาที่ถูกทำให้นักเดินทางรู้สึกว่าการไปยังสถานที่ต่างๆ เป็นเรื่องที่ย่างและสะดวกสบายขึ้น ฉะนั้นนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อตั๋วในราคาที่ถูกลงแล้วจะทำกรวางแผนล่วงหน้าและจองตั๋วเครื่องบินเนิ่นๆ ก่อนไปท่องเที่ยวเสมอ



### ๖. “Politics” นโยบายทางการเมือง

นโยบายต่างประเทศส่งผลโดยตรงกับจำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยว นโยบายผ่อนผันต่างๆในการขอวีซ่า การยกเลิกการขอวีซ่า การยกเลิกค่าทำเนียมระยะสั้น เป็นการกระตุ้นยอดนักท่องเที่ยวที่ชัดเจนที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีย่อมเพิ่มจำนวนการไปมาหาสู่โดยปริยาย ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่หม่นหมองก็ส่งผลด้านลบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการเช่นกัน โดยกรณีที่ชัดเจนที่สุดในช่วง ๒ ปีที่ผ่านมาความขัดแย้งในเชิงนโยบายต่างประเทศของจีนและเกาหลีใต้ทำให้กระแสต่อต้านเกาหลีมีให้เห็นอย่าง

แพร่หลายในประเทศจีน นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เบนเข็มไปท่องเที่ยวที่ประเทศอื่น ทำให้หลายประเทศรอบข้างรวมถึงประเทศไทยได้รับอานิสงส์ไปด้วย



### ๗.“Aging society” สังคมผู้สูงอายุ

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยหลากหลายประเทศกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ อาทิเช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน หรือแม้กระทั่งประเทศไทยเองก็กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเช่นกัน ซึ่งหมายความว่าตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะขยายตัวเช่นกัน นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงมาก เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพ มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยสูง เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี ฉะนั้นเราจะเห็นว่าธุรกิจที่เจาะกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุโดยเฉพาะมีเพิ่มมากขึ้นอย่างแพร่หลาย รวมถึงธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์

สำหรับผู้ที่ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวและบริการจำเป็นต้องเรียนรู้เจาะลึกพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอเพื่อที่จะรับมือและสนองความต้องการลูกค้าในยุคดิจิทัลที่นักท่องเที่ยวมีช่องทางและตัวเลือกที่เจาะลึกมากกว่าเดิม แน่แน่นอนว่าถ้าไม่เตรียมพร้อมเพื่อรับมืออย่างถูกต้อง คงยากที่จะตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ในขณะที่เดียวกันความเปลี่ยนแปลงต่างๆ เป็นโอกาสทางการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการที่ก้าวตามกลไลตลาดได้ทัน วิสัยทัศน์ที่กว้างไกล การใช้เครื่องมือที่ตอบโจทย์ลูกค้า การศึกษาและวิจัยตลาดการท่องเที่ยว จำเป็นต้องทำควบคู่ด้วยกันไปเพื่อที่จะสามารถวางแผนตั้งรับได้อย่างถูกวิธี เพราะอาชีพบริการคืออาชีพที่ต้องอัปเดตตนเองอยู่เสมอ!

#### ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและ

อารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ ๗ ประการ คือ

๑. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

๒. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมโต้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

๓. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

๔. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่พักท่องเที่ยว ควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

๕. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

๖. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

๗. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี ๒๐๐๘ นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า



แหล่งที่มา:

เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว คือ <http://libdoc.dpu.ac.th/research/๑๔๖๑๑๕.pdf>

พรรนิตา แสงแดงและประเสริฐ ไชยทิพย์. ๒๕๕๙. การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยโดยวิธีการพาแนลเออาร์ดีแอล.

แหล่งที่มา :

[https://www.econ.cmu.ac.th/econ\\_paper/admin/files/paper/๕๗๑๖๓๒๕๓๒/๐๑๔%๒๐%E๐%B๘%๙๙%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%๘๗%E๐%B๘%AA%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%A๗%E๐%B๘%๙E%E๐%B๘%A๓%E๐%B๘%A๓%E๐%B๘%๙๓%E๐%B๘%B๔%E๐%B๘%๙๔%E๐%B๘%B๒%๒๐%E๐%B๘%๘๑%E๐%B๘%AA%E๐%B๘%๘๗%E๐%B๘%๘๑%E๐%B๘%๙๔%E๐%B๘%๘๗%๒๐๕๗๑๖๓๒๕๓๒.pdf](https://www.econ.cmu.ac.th/econ_paper/admin/files/paper/๕๗๑๖๓๒๕๓๒/๐๑๔%๒๐%E๐%B๘%๙๙%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%๘๗%E๐%B๘%AA%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%A๗%E๐%B๘%๙E%E๐%B๘%A๓%E๐%B๘%A๓%E๐%B๘%๙๓%E๐%B๘%B๔%E๐%B๘%๙๔%E๐%B๘%B๒%๒๐%E๐%B๘%๘๑%E๐%B๘%AA%E๐%B๘%๘๗%E๐%B๘%๘๑%E๐%B๘%๙๔%E๐%B๘%๘๗%๒๐๕๗๑๖๓๒๕๓๒.pdf)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (๒๕๔๘). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ดีไซน์

(<http://www.dtc.ac.th/๒๐๑๖/images/stories/journal/year๑๐/๑๐-๑-๘.pdf>)

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ. ๒๕๕๖. เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว. โครงการเมธีวิจัยอาวุโส.

แหล่งที่มา : <https://famsuantua.files.wordpress.com/๒๐๑๖/๐๒/๐๐๐๔๐๐.pdf>

ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสมัยใหม่. [สืบค้นออนไลน์] แหล่งที่มา: <https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/factors-affecting-chinese-tourist-behavior/>

ชวัลนุช อุทยาน. ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. [สืบค้นออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://touristbehaviour.wordpress.com/๑/>