บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลกที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป และวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งภาคการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย โดยในปีพ.ศ. 2561 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาไทย จำนวน 38.27 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้ 2.01 ล้านล้านบาท และจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย 164.24 ล้านคนหรือครั้ง สร้างรายได้ 1.06 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) มูลค่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นกว่าร้อยละ 22 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยยังเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศและเป็นกลไกสำคัญในการจ้างงานกว่า 4 ล้านตำแหน่งทั่วประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของภาคการท่องเที่ยวในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและส่งเสริมการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตของคนในชาติ

จากความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐจึงมีการกำหนดแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. เพื่อส่งเสริมและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยให้มีโอกาสพัฒนาได้มากยิ่งขึ้น โดยได้กำหนดเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยทั้งประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยภูมิภาค ภาคกลางซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศจะสร้างรายได้ถึงร้อยละ 47 ของประเทศ โดยมีทิศทางการส่งเสริมตลาดในประเทศด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strengthen from within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่จะทำให้คนไทยรักและภาคภูมิใจในประเทศไทย สร้างความต้องการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมและรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดย ททท. จะเปลี่ยนมุมมองให้เห็นว่าการเที่ยวเมืองไทยนั้นเท่กว่าที่เคย ด้วยการเที่ยวแบบลึกซึ้งและเข้าถึงผ่านการมีส่วนร่วมกับคนท้องถิ่นหรือ Local Hero ผู้อนุรักษ์วิถีชีวิต วัฒนธรรม สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ถ่ายทอดเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจ และทำให้คนไทยได้รับมุมมองใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยวผ่านแคมเปญสื่อสารการตลาด “Amazing ไทยเท่” ซึ่งเรื่องราวประสบการณ์ อาทิเช่น เรื่องราวมรดกแห่ง

สยามในภาคกลาง ทั้งศิลปกรรมชั้นสูง การหลอมรวมวัฒนธรรมนานาชาติและวิถีชาวน้ำ (More Legacy) ภายใต้การดำเนินงาน 3 ทิศทางหลัก ประกอบด้วย 1) กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (Gen-Y, Multi-generation Family และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมไลฟ์สไตล์ ได้แก่ อาหาร กีฬาและดนตรี) และนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย (Silver Age กลุ่มผู้หญิง Millennial Family รวมถึงกลุ่มเฉพาะและกลุ่มความสนใจพิเศษ อาทิ กลุ่ม Couple และกลุ่มผู้มีรายได้สูง 2) ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ผ่านโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายตรงกับ Destination Branding เพื่อคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง และ 3) ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรทางท่องเที่ยว ที่สำคัญของท้องถิ่น ผ่านโครงการ “เมืองไทยสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม - ลด โลก เลอะ” ที่ต้องการฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในภาพรวมประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ททท. ได้ประสานความร่วมมือกับคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ทั้งต้นน้ำ – กลางน้ำ – ปลายน้ำ ตั้งแต่ชุมชน ท้องถิ่น ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เพื่อสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว พัฒนาความรู้ด้านการตลาด สร้างความเข้มแข็งจากภายใน ให้ชุมชน รวมถึงสร้างสรรค์แนวคิดทางการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่าและคำนึงถึงระบบนิเวศโดยรอบร่วมกับภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ทางภาครัฐจึงมีนโยบายชัดเจนให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชนด้วยการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางเชื่อมโยงจากเมืองหลักสู่ “55 จังหวัดเมืองรอง” มากขึ้นเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่เมืองรองและกระจายลงสู่ท้องถิ่นอย่างรวดเร็วและทั่วถึงตามนโยบายลดความเหลื่อมล้ำ ซึ่งจะเห็นได้จากการที่ทางภาครัฐเร่งลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ เช่น การวางโครงข่ายการคมนาคม สร้างระบบรางรถไฟที่พาดผ่านเมืองรองและการพัฒนาสนามบินในภูมิภาค ซึ่งเป็นการวางโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เอื้อกับการเดินทางและเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นนั่นเอง (สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์, 2561) ซึ่งจากการดำเนินงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในด้านการผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวในเมืองรองนี้ พบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองในปี 2561 ที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองที่ 60.10 ล้านคน ขยายตัวเพิ่มขึ้น 4.72% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนและก่อให้เกิดรายได้ในเมืองท่องเที่ยวรองรวม 1.65 แสนล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึง 8.88% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงเร่งดำเนินการขยายผลผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวไทยปี 2561 ต่อเนื่องถึงปี

2562 เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงและลงลึกถึงระดับชุมชน ยกระดับรายได้ของฐานรากให้เข้มแข็งขึ้น เพื่อผลักดันให้ชุมชนมีส่วนร่วมและเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)

จังหวัดนครนายกเป็นหนึ่งจังหวัดใน 55 จังหวัดเมืองรองที่ได้รับการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้นในปัจจุบัน จังหวัดนครนายกมีพื้นที่รวม 2,122 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอบ้านนา และอำเภอองครักษ์ โดยจังหวัดนครนายกนั้นเป็นจังหวัดที่อยู่ห่างจากกรุงเทพฯเพียงแค่ประมาณ 107 กิโลเมตร จึงใช้เวลาเดินทางไม่นานจากกรุงเทพฯ เพียงประมาณ 1.5 - 2 ชั่วโมงเท่านั้น การเดินทางจากกรุงเทพมหานครไปยังจังหวัดนครนายกนั้นสามารถเลือกเดินทางได้หลายรูปแบบ ได้แก่ เดินทางโดยรถยนต์ เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางสาธารณะ และ เดินทางโดยรถตู้โดยสารสาธารณะ ส่วนการเดินทางจากจังหวัดนครนายกไปจังหวัดใกล้เคียงนั้นก็สามารถเดินทางได้จากสถานีเดินรถโดยสารประจำทางจังหวัดนครนายก มีรถโดยสารประจำทางไปจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา สระบุรี และจันทบุรี

จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562) พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกมีจำนวนมากขึ้นจากปีก่อนหน้าอย่างต่อเนื่องดังแสดงในตารางที่ 1.1 โดยจากการรวบรวมข้อมูลล่าสุดเมื่อปี พ.ศ. 2561 พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 3,027,730 คน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 29,350 คน คิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นโดยรวมอยู่ที่ 5.74 เปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 1.1 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ปี	**2561**	**2560**	**อัตราการเปลี่ยนแปลง**
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)	3,027,730	2,863,229	+ 5.75 %
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (คน)	29,350	27,826	+ 5.48 %
จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด (คน)	3,057,080	2,891,055	+ 5.74 %

จำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวนั้นสร้างรายได้ให้กับจังหวัดนครนายกได้มากถึง 7,497.9 ล้านบาทในปี 2561 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าอยู่ที่ 9.55 เปอร์เซ็นต์ ดังแสดงในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ปี	2561	2560	อัตราการเปลี่ยนแปลง
รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย (ล้านบาท)	7,390.5	6,746.3	+ 9.55 %
รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ล้านบาท)	107.3	97.9	+ 9.60 %
รายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด (ล้านบาท)	7,497.9	6,844.2	+ 9.55 %

สถานการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูง อันเนื่องมาจากจังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดที่มีต้นทุนทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอยู่แล้ว โดยสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกนั้นเต็มไปด้วยบรรยากาศอันร่มรื่นด้วยป่าเขาที่รายล้อม มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งภูเขา น้ำตก สถานที่ทางศาสนา นักท่องเที่ยวสามารถไปสูดอากาศบริสุทธิ์ได้แบบไม่ไกลจากกรุงเทพฯ โดยจะเลือกเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับ หรือค้างคืนก็ย่อมได้ ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองของทางภาครัฐ ที่มุ่งเน้นการสนับสนุนการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ผ่านโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” และ ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้จึงมีความต้องการที่จะศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดนครนายก จากการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก อันจะนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่เมืองรองและกระจายลงสู่ท้องถิ่นอย่างรวดเร็วและทั่วถึงตามนโยบายลดความเหลื่อมล้ำอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระดับต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

2. องค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

มีตัวแปรที่ต้องการศึกษา ดังนี้

<u>ตัวแปรต้น</u> คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา

<u>ตัวแปรตาม</u> คือ

1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งของการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยว ระยะเวลาของการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว สถานที่พักในการท่องเที่ยว และ ค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยว

2) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก

- ก่อนการเดินทาง ได้แก่ การจัดการการไหลเวียนทางข้อมูลข่าวสาร (Information flows)
- ระหว่างเดินทาง ได้แก่

(1) การจัดการการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flows) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย

(2) การจัดการการไหลเวียนทางข้อมูลข่าวสาร (Information flows) ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และเวลา

(3) การจัดการการไหลเวียนทางการเงิน (Financial flows) ได้แก่ จุดชำระเงิน

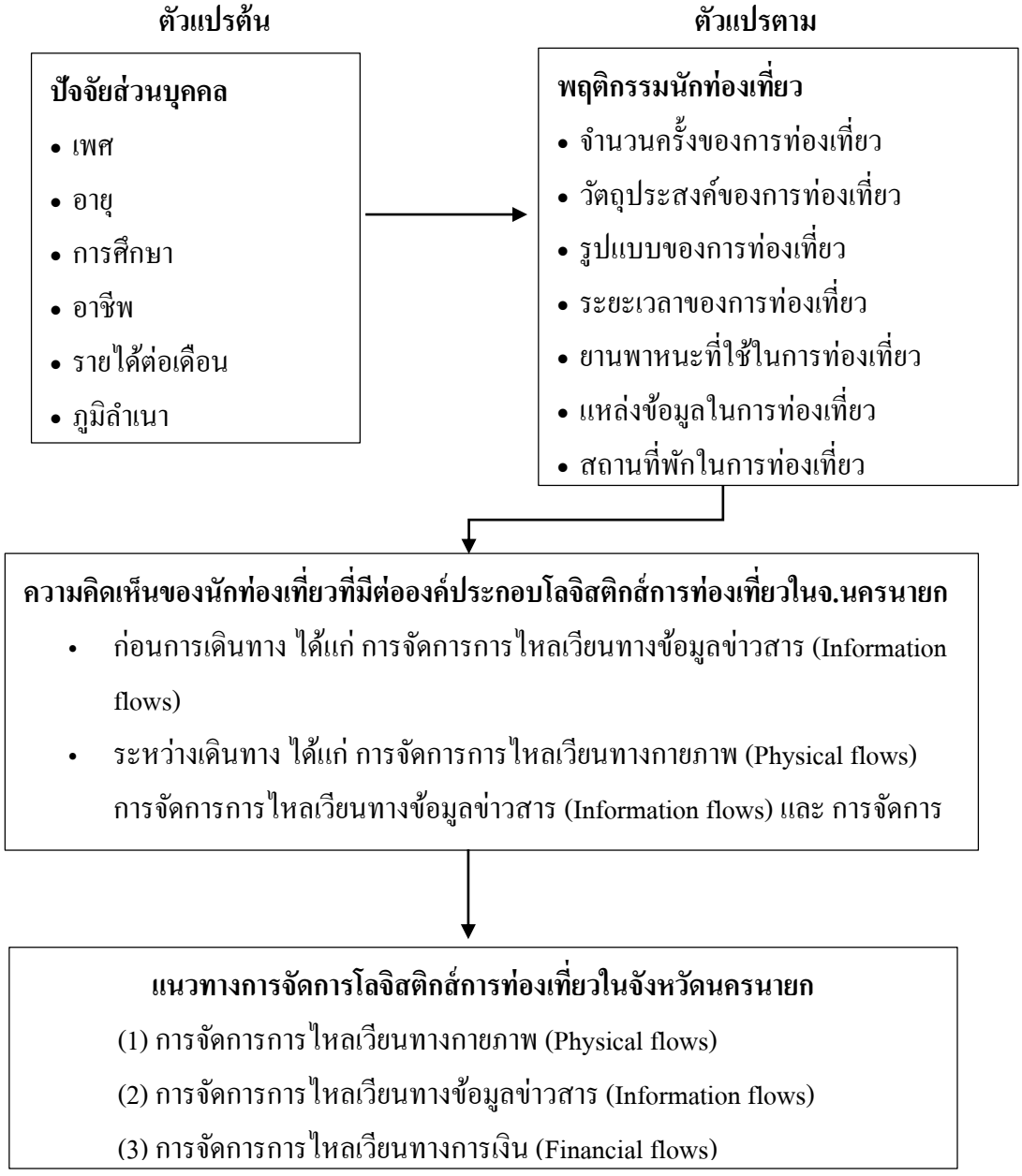
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1) ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก ซึ่งจากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2561 คือ 3,057,080 คน

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973 อ้างถึงใน บุญใจ ศรีสถิตย์นรากูร, 2545) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จากการคำนวณทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก จำนวน 400 คน

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพโดยทั่วไปของระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

2. ทำให้ทราบถึงแนวทางการจัดการของระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก รวมไปถึงความต้องการ ปัญหา และอุปสรรค ของระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

4. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนสามรถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกได้

1.7 นิยามศัพท์

การจัดการ หมายถึง การดำเนินการในการวางแผนตัดสินใจ การจัดองค์การ การนำ และการควบคุมทรัพยากรพื้นฐานขององค์การ เพื่อจะช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้น จะมีการค้างแรมหรือไม่

เมืองรอง หรือ Less visited area หมายถึง เมืองที่ไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก หรือกล่าวคือยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่มากนัก การกระจายรายได้ถึงชุมชนท้องถิ่นจึงแตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวหลัก

ระบบโลจิสติกส์ หมายถึง ระบบการจัดการส่งสินค้า ข้อมูล และทรัพยากรอย่างอื่นจากจุดต้นทางไป ยังจุดบริโภคตามความต้องการของลูกค้า

โลจิสติกส์การท่องเที่ยว (Tourism Logistics) หมายถึง การจัดการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่างๆ (Activities) เพื่อทำให้การไหลของนักท่องเที่ยวจากต้นทางไปสู่ปลายทางโดยไม่มีข้อผิดพลาดและยังทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดซึ่งครอบคลุม 3 เรื่อง คือ (1) การจัดการการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flows) (2) การจัดการการไหลเวียนทางข้อมูลข่าวสาร (Information flows) และ (3) การจัดการการไหลเวียนทางการเงิน (Financial flows)

การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flows) หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่ง นักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง และความปลอดภัยใน การเดินทาง เป็นต้น

การไหลเวียนทางข้อมูลข่าวสาร (Information flows) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว นับตั้งแต่ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจนถึงข้อมูลที่ได้รับเมื่อมาถึงแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว ต่าง ๆ เช่น ป้ายบอกทาง ข้อมูลแนะนำด้านสถานที่ ด้านอาหารและ

เครื่องดื่ม ที่พักแรม เว็บไซด์ด้านการ ท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้อย่างสะดวก รวดเร็วและได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง

การไหลเวียนทางการเงิน (Financial flows) หมายถึง การจัดการทางด้านการเงินเพื่ออำนวยความสะดวกในด้านการชำระค่าสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยว เช่น การบริการชำระเงินหลากหลายรูปแบบ อาทิ เงินสด บัตรเครดิต บัตรเดบิต การมีการบริการตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM) เป็นต้น

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist behavior) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดนครนายกของนักท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว สถานที่พัก เป็นต้น