

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแนวทางการจัดการ โลจิสติกส์ การท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดนครนายก ประกอบไปด้วยสาระสำคัญดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการจัดการ โลจิสติกส์การท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.5 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ UNWTO) ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวว่า “การท่องเที่ยวประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ของบุคคลที่เดินทางไปและพักอาศัยในสถานที่อื่นๆ ชั่วคราว ที่ไม่ใช่สภาพแวดล้อมที่คุ้นเคยโดยใช้ระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปีติดต่อกัน เพื่อพักผ่อน ทำธุระ และวัตถุประสงค์อื่นๆ” โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางภายใต้เงื่อนไขสามประการ คือ ประการที่หนึ่ง การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ประการที่สอง การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ ประการที่สาม การท่องเที่ยวเป็นการเดินทาง ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ นักท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิด การกระจายและการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งจากการใช้จ่ายของบุคคล จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourism) หรือการใช้จ่ายเงินตราต่างประเทศของ ชาวต่างประเทศผ่านการท่องเที่ยวในประเทศ (In-bound tourism) โดยนักท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการใช้จ่ายในส่วนของคุณค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ค่าซื้อของฝากของที่ระลึก และอื่นๆ โดยเป็นการเพิ่มมูลค่าของเงิน (Multiplied effect) และเพิ่มการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้ไปสู่ส่วนภูมิภาคของการท่องเที่ยวเชิงท้องถิ่นตลอดจนเป็นการสร้างงานและพัฒนาอาชีพของผู้ให้บริการการท่องเที่ยว

จากความหมายของการท่องเที่ยวข้างต้น พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังอีกที่หนึ่งที่ไม่ใช่ที่อยู่ปกติเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะและไปด้วยความสมัครใจ ซึ่งก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวในฐานะของการบริการจึงมีรูปแบบที่แตกต่างจากการผลิตสินค้าและบริการโดยทั่วไปเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ แต่การท่องเที่ยว เป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยคำนึงถึงความใกล้ชิดระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ

2.1.2 รูปแบบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวไทยได้รับการกระตุ้นให้ตื่นตัวเป็นอย่างมาก และด้วยเหตุนี้เอง จึงทำให้มีการจัดรูปแบบ การท่องเที่ยวภายในประเทศให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ที่ น่าสนใจและสามารถ ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้อย่างดี การจัดรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย นั้น ได้แบ่งออกไปตามปัจจัยหลายๆ อย่าง ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป รูปแบบการท่องเที่ยวได้จัดแบ่งไว้ มีดังนี้ (ณัฐพันธ์ เคชะพันธุ์, 2556)

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวไปในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้เกี่ยวข้องภายใต้การ จัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นการปลูกจิตสำนึกที่ดีในการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติทาง ทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล อย่างมีความรับผิดชอบ และเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมี ส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นการปลูกจิตสำนึกที่ดีในการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มี ลักษณะเป็นหิน ฝา ลานหินทราย อุโมงค์ โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อชมความงามและ ศึกษาภูมิทัศน์ต่างๆ บน พื้นผิวโลกที่เกิดการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล เพื่อให้เกิดความรู้และได้รับ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่บนพื้นฐานของจิตสำนึกในการท่องเที่ยว อย่างรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Ago Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรกรรม ไร่ สวน ฟาร์มปศุสัตว์ สวนสมุนไพร เพื่อชมความงาม และเกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ โยมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้นๆ

การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมและศึกษาปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ และเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล เช่น สุริยุปราคา จันทรุปราคา ในดาวตก และการ ดูดาวจักราศี ให้เกิดความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์ โดยต้องมีจิตสำนึกในความ รับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งประชาชนในท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมใน การจัดการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Healthy Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้ การ รักษาสุขภาพกายและใจในแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งวัฒนธรรม ให้เกิดความเพลิดเพลินและสุนทรียภาพ ซึ่ง อาจจัดอยู่ในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Healthy Beauty and Spa) โดยนักท่องเที่ยว จะต้องมึจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ท้องถิ่นและประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ จะมีส่วนร่วมใน การจัดการท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ปรัชญาทางศาสนา ศัจธรรมแห่งชีวิต ด้วยการฝึกสมาธิ โดยจะได้รับประสบการณ์และความรู้ ที่แปลกใหม่ และทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ต้องมึจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น และ ประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ มีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ จะมี นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มุ่งเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย ไม่ว่าจะเป็นการทำอาหารไทย การนวดแผน ไทย เป็นต้น

การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยว เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ เพื่อประสบการณ์ และความรู้ ใหม่ๆ ด้วยการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬาให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ความตื่นเต้นเร้าใจ ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อทั้งร่างกายและจิตใจ ไม่ว่าจะเป็น การดำน้ำ ตกปลา กอล์ฟ สกีนน้ำ กระดานโต้คลื่น เป็นต้นด้วยการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่ง ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) เป็นการท่องเที่ยวที่สนุก ตื่นเต้น เร้าใจ ผจญภัยใน แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในแบบพิเศษ ซึ่งจะสร้างความทรงจำ ความประทับใจและได้ประสบการณ์ใหม่ๆ จาก การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home and Farm Stay) เป็นการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ชอบใช้ชีวิตร่วมกับผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ แบบใกล้ชิด เพื่อที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมทั้ง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยการมีจิตสำนึกต่อการรักษาลี้กแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งประชาชนในท้องถิ่นมี ส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการ ใช้ชีวิตในบ้านปลาย หรือผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวในต่างแดนเป็นเวลานานๆ อย่างน้อย 1 เดือน

การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) เป็นการท่องเที่ยวที่ถูกจัดขึ้นเพื่อเป็นการสมนาคุณ แก่ผู้ประสบความสำเร็จในการทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย โดยกลุ่มผู้แทนบริษัทต่างๆ จะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง ค่าที่พัก และค่าอาหารระหว่างเดินทาง ในระยะเวลา 2-7 วัน ซึ่งจะเป็นการนำเที่ยวชมสถานที่ ต่างๆ หรืออาจมีการผสมผสานกับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ

การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อบริการให้กับผู้ที่เข้าร่วมประชุมที่มีการจัด รายการนำเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งมีทั้งแบบเที่ยววันเดียว และแบบเที่ยวพักรีสอร์ท 2-4 วัน โดย มีการคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและค่าบริการ โดยการนำเที่ยวจะมีก่อนประชุม (Pre-tour) หรือหลัง ประชุม (Post-tour)

การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ผู้จัดรายการนำเที่ยว ได้คัดสรร รูปแบบการท่องเที่ยวมาอย่างดีแล้ว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างจากการเดินทางท่องเที่ยวในระยะ ยาวหลายวัน

3. การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism and Tourism Industry)

เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับแทบทุกภาค ได้เข้ามามีส่วนร่วม รวมถึงธุรกิจบริการ ฉะนั้น การทำความเข้าใจถึงลักษณะของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว จะช่วยให้การศึกษา ประสิทธิภาพของ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง (ณัฐพันธ์ เดชะพันธ์, 2556)

ความหมายของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีผู้ให้ความหมายหรือคำจำกัดความของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ต่างๆ กัน ดังนี้

นิตา ชัชกุล (2550) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรม การ เดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วย ปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักรีสอร์ท และการกินนอนนอกบ้าน ส่วน อุตสาหกรรม การ ท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่ต้องการอาศัยแรงงานและการ ลงทุนสูงใช้เทคนิควิชาการ เฉพาะ มีการวางแผน (Planning) การจัดการองค์การ (Organizing) การ

ควบคุม (Controlling) และ การตลาด (Marketing) และครอบคลุมธุรกิจหลายประเภททั้งทางตรงและทางอ้อม

ชนกฤต สังข์เฉย (2550) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสาน การให้บริการและการอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยความสัมพันธ์ของรัฐบาล ความร่วมมือจากเอกชน และประการสุดท้ายคือ การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

ฉันทัช วรรณถนอม (2552) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว คือการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน เที่ยวชม เพลิดเพลิน หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดที่ไม่ใช่การ ประกอบอาชีพ ส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่เน้นการบริการ

2.1.3 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออก ท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตน ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ 4 ประการ คือ

สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย เล่นกีฬา การสันทนาการตามชายหาด การหย่อนใจ ด้วยการบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการ รักษาสุขภาพ

สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น เช่น เองราวที่เกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะได้พบคนใหม่ๆ

สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การประชุม และการศึกษา เป็นต้น

2.1.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

บุญบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ใจมา (2552) ได้มีแนวคิดว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลาย ประเภทที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ควรมีลักษณะสำคัญอย่างน้อย 6 องค์ประกอบ หรือ 6As ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ประเภทของ แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับปัจจัยด้านระยะเวลาและระยะทางเข้าถึง การเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวก (Amenity) ที่พักรวม (Accommodation) การ บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)

ทรัพยากรท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อันมีสาเหตุมาจากมีความงดงาม ตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่างๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชนิด หรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง การที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่าง สะดวกและใกล้ชิด ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่ เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างการคมนาคมที่ สะดวกสบาย

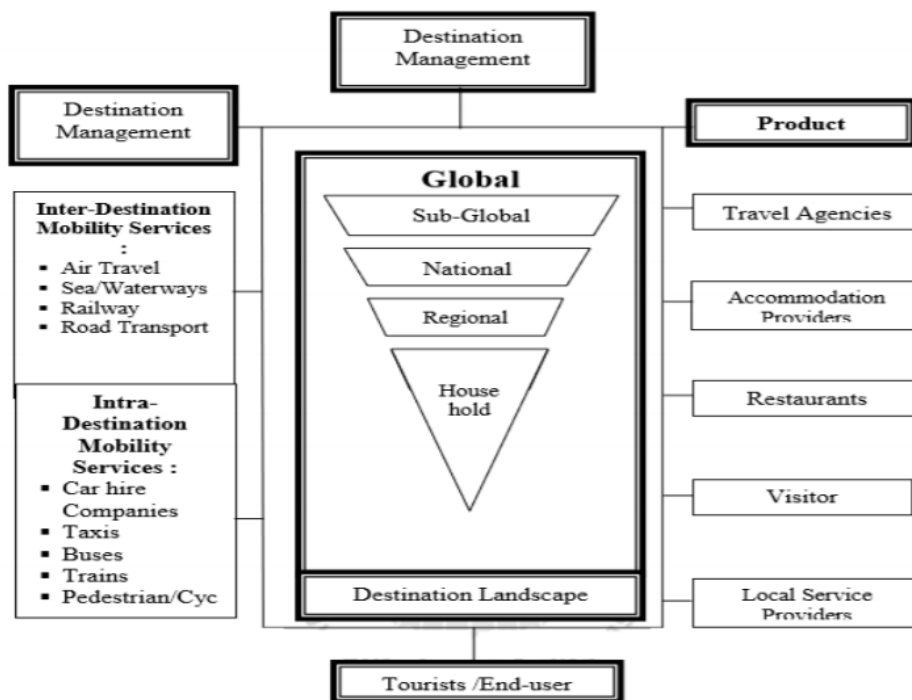
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบ การสื่อสารต่างๆ

ที่พักแรม (Accommodation) หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการคือ ที่พักแรม เนื่องจากการเดินทางไปท่องเที่ยวที่นั่นบางครั้งอาจมีการนอนพักค้างภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวควรมีการจัดบริการ ที่พักแรมภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การล่องแก่ง การพายเรือหรือกิจกรรมการร่ำรำ การจัดงานรื่นเริง การบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น

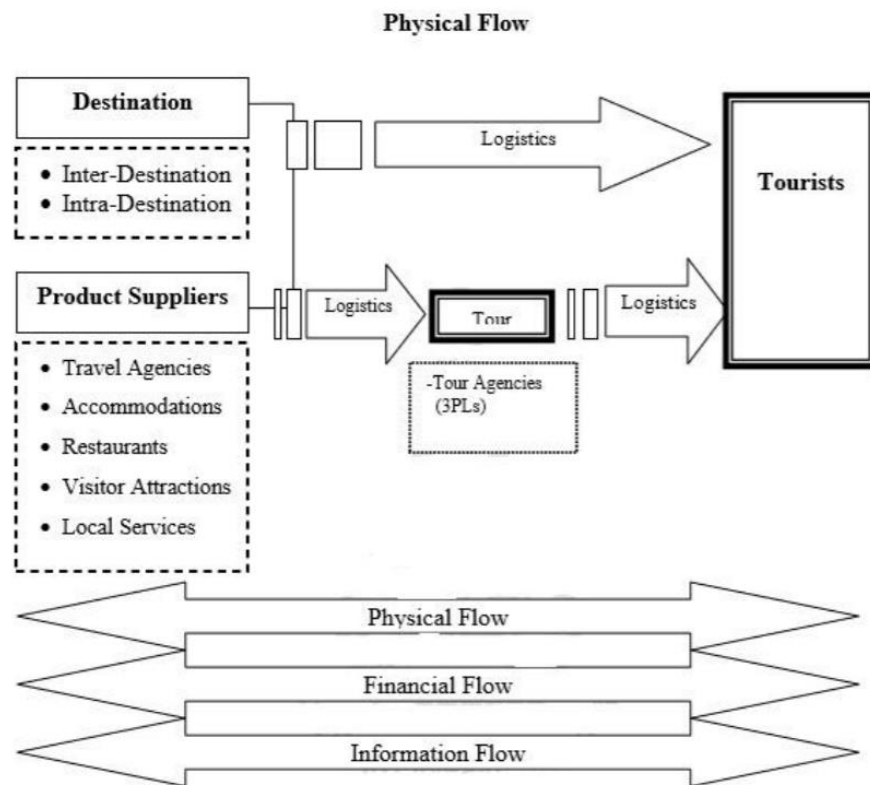
การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีบริการด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร ATM โรงพยาบาล และปั้มน้ำมัน เป็นต้น

องค์ประกอบที่กล่าวมา 6 ประการดังกล่าว เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่ง แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะ เช่น กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มนักผจญภัย กลุ่มนักวิชาการ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไม่ให้ความสนใจกับสิ่งอำนวยความสะดวกนัก เนื่องจากกลุ่มบุคคลดังกล่าวต้องการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมชาติเดิม



ภาพประกอบที่ 2.1 โซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
 ที่มา : INPECO (European Parliament, Luxembourg, 2002)
 (อ้างถึงใน เอกิศักดิ์ ชัยชาญ, 2555 หน้า 11)

เมื่อนำแนวคิดในเรื่องของการจัดการ โลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ในการจัดการ Supply Chain ของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการซัพพลายเชนด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยกรอบแนวคิดดังกล่าวเป็นการจัดการที่ทำการไหลเวียนทางด้านกายภาพ ด้านการเงินและด้านสารสนเทศจากแหล่งกำเนิดไปสู่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีที่สุด โดยการประสานรวมกันดังกล่าวจะถูกจัดการ โดยตัว บุคลากร หรือหน่วยงานองค์กรก็ได้แล้วผลผลิตออกมาเป็นสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายนักท่องเที่ยว



ภาพประกอบที่ 2.2 การจัดการ โลจิสติกส์ภายในห่วงโซ่อุปทานเชิงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ส่วนกรอบแนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในระดับเมืองท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับ การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain Operation) (มิ่งสรรพ์และละคมสัน , 2551) ซึ่งมี คำถามการวิจัยในประเด็นต่างๆดังนี้

1. มีบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญอะไรบ้าง (Tourism Core Service) และมีกระบวนการสำคัญในการให้บริการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวอย่างไร (Source, Make and Deliver)
2. มีปัจจัยใดบ้างที่ช่วยทำให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ (Supply Enable Process)
3. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างไร (ICT Management System)
4. มีจุดเชื่อมต่อที่จะทำให้เกิดความเชื่อมโยงของการให้บริการท่องเที่ยวอะไรบ้าง (Integrated Resource Management)

5. ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้บริการท่องเที่ยวดีขึ้นในอนาคต จากการเรียนรู้จากบริการท่องเที่ยวแห่งอื่น หรือจากประสบการณ์การให้บริการท่องเที่ยวที่ผ่านมา (Benchmarking and Tourism Performance Review)

ปัจจัยที่สนับสนุนให้ลูกค้าเกิดความพอใจและตัดสินใจเลือกซื้อบริการมี ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรม ประเพณี ที่สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยม
2. การคมนาคมเมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและ ภายในประเทศต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาหนะต่างๆ ผ่านเข้าออกได้ สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก
3. พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลายเป็นียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็วมี บริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งถึงที่พัก เป็นต้น
4. ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักเหมาะสมกับคุณภาพ สะอาดและมีบริการตาม มาตรฐานสากล
5. ร้านอาหาร นอกจากมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้ว จะต้องถูกสุขลักษณะมีบริการที่สุภาพและมี การกำหนดราคาอาหารให้แน่นอน
6. บริการนำเที่ยว มีบริการจัดนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความ เข้าใจที่ถูกต้อง มีอริยาศัยไมตรี และมีความรับผิดชอบต่อน้ำที่
7. สินค้าที่ระลึก จะต้องมีความคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบ สินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม
8. การโฆษณาเผยแพร่ เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

แนวคิดเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism logistics) คล้ายคลึงกับเรื่อง การขนส่งสำหรับการท่องเที่ยว (Tourism and Transport) แต่ครอบคลุมกว้างกว่าโดยโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว ครอบคลุมสามเรื่องใหญ่คือการขนส่งนักท่องเที่ยวและวัตถุดิบของ (Physical flow) การให้และรับข้อมูล ข่าวสาร (Information flow) และการรับจ่ายเงิน (Financial flow) ในขณะที่เรื่อง การขนส่งสำหรับการท่องเที่ยวจะครอบคลุมเฉพาะเรื่องการขนส่งนักท่องเที่ยวและวัตถุดิบของเท่านั้น (คมสัน สุริยะ, 2551)

2.2.1 การศึกษาโลจิสติกส์การท่องเที่ยว (ทรานสปอร์ตเจอร์นัล, 2552)

ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้บริการท่องเที่ยวดีขึ้นในอนาคตจากการเรียนรู้จากบริการท่องเที่ยวแห่งอื่นหรือ จากประสบการณ์การให้บริการท่องเที่ยวที่ผ่านมา (Benchmarking and Tourism Performance Review) กรอบที่ควรพิจารณาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวสิ่งที่ควรทราบของกรอบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับ

การไหลหรือการเคลื่อนที่ (Flow) 3 ส่วน คือ การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) การเคลื่อนที่ของ ข้อมูลข่าวสาร (Information flow) และการเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) ดังนี้

1. การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) หมายถึงการเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่ง นักท่องเที่ยวการลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกรสบายในการเดินทางเป็นต้น

2. การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) ในที่นี้หมายถึงการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่คำแนะนำเรื่องข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ ระวังภัย เป็นต้น

3. การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) หมายถึงการอำนวยความสะดวกเรื่อง การจ่าย ชำระค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวและการซื้อตั๋วเดินทางต่างๆ การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ชั้นตอน คือ

- 3.1. ชั้นการเดินทางเข้าสู่เมืองท่องเที่ยว
- 3.2. ชั้นการอยู่ในเมืองท่องเที่ยว
- 3.3. ชั้นการเดินทางออกจากเมืองท่องเที่ยว

2.2.2 การจัดการโลจิสติกส์กับความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการพิจารณาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการจัดการ โลจิสติกส์กับความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เป็นการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการจัดการ โลจิสติกส์ของแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว ที่เกี่ยวเนื่องกับการดำเนินงาน 3 ประเด็นดังนี้ (เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, 2555)

การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical Flows) เป็นการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการเดินทางของ นักท่องเที่ยว การจัดการสัมภาระของนักท่องเที่ยว การจัดการทางด้านที่พัก โปรแกรมท่องเที่ยว การรักษา ความปลอดภัย ซึ่งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความสะดวก และปลอดภัยในการดำเนินการดังกล่าว

การไหลเวียนทางการเงิน (Financial Flows) เป็นการจัดการทางการเงินซึ่งรวมถึง การชำระ เงิน การแลกเปลี่ยนเงินตรา และการขอคือภาษีต่าง ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความสะดวกในการ ให้บริการดังกล่าว

การไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ (Information Flows) เป็นการจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร นับตั้งแต่ ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจนถึงข้อมูลที่ได้รับเมื่อมาถึงแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวควรเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง

คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ทั้ง 3 ด้าน ย่อมมีผลต่อความพึงพอใจ และ จงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาถึง โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ดังกล่าว จึงเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการพัฒนาที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทางด้านการท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.2.3 การวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชน

ระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชนแบ่งออกเป็น 3 ชั้น คือ ชั้นการเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว ชั้นการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว และชั้นการออกจากสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้



ภาพประกอบที่ 2.3 การแบ่งขั้นตอนของระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน

ในแต่ละขั้นตอนมีการไหลหรือการเคลื่อนที่ (Flow) ที่เกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวอยู่ 3 ประเภท คือ การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) และการเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) การเคลื่อนที่ดังกล่าวมุ่งตรงไปยังนักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิด ความพึงพอใจการไหลหรือการเคลื่อนที่ (Flow) ทั้ง 3 ด้าน มีรายละเอียด ดังนี้

การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) หมายรวมถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่ง นักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกรวดสบายในการเดินทาง เป็นต้น

การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) หมายรวมถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำ สถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ระวังภัย เป็นต้น

การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) หมายรวมถึง การอำนวยความสะดวกเรื่องการจ่ายชำระ ค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว เครื่องเบิกเงินสด การใช้บัตรเครดิต และการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

ในการศึกษานี้มีประเด็นของการวิเคราะห์เรื่องระบบ โลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชนครอบคลุม 3 เรื่อง ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การไหลหรือการเคลื่อนที่ (Flow) ประเภทใดที่มีความสำคัญมากที่สุดในแต่ละขั้นตอน ของระบบโลจิสติกส์ (เข้าสู่ อยู่ และออกจาก)

ประเด็นที่ 2 การค้นหาปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชน ประเด็นที่ 3 ความสามารถในการนำนักท่องเที่ยวออกจากสถานที่ในกรณีฉุกเฉิน

2.2.4 ธุรกิจการขนส่ง

ธุรกิจการขนส่ง (Transportation) เป็นธุรกิจสำคัญในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวจากจุดเริ่มต้น จนถึงปลายทางขนส่งจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเมื่อการคมนาคมขนส่งได้รับการ พัฒนาทำให้นักท่องเที่ยวสามารถมีเวลามากขึ้นในการเดินทางท่องเที่ยว เพราะเสียเวลาในการเดินทางน้อยลง และช่วยส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยการขนส่งผู้โดยสารหมายถึงการจัดให้มีการเคลื่อนย้ายบุคคลด้วยเครื่องมืออุปกรณ์การขนส่งจากที่แห่งหนึ่งตามความประสงค์ของบุคคลนั้นๆ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ 1) เป็นกิจกรรมที่ต้องมีการเคลื่อนย้ายบุคคลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง และ 2) เป็นการเคลื่อนย้ายที่ต้องเป็นไปตามความประสงค์ของบุคคลผู้ที่ต้องการขนส่ง

ประเภทของการขนส่งผู้โดยสาร

การขนส่งผู้โดยสารแบ่งตามลักษณะของการเดินทางได้ 3 ประเภท คือ

1. การขนส่งผู้โดยสารทางบก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การขนส่งผู้โดยสารทางรถยนต์ และการขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟ
2. การขนส่งผู้โดยสารทางน้ำ
3. การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

2.3.1 แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2561 – 2562

ปี 2561 สถานการณ์เดินทางท่องเที่ยวของคนไทยปรับตัวดีขึ้นมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะมีจำนวนการเดินทางกว่า 167 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 และมีการใช้จ่ายสร้างรายได้ประมาณ 1 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ซึ่งเป็นผลจากบรรยากาศการท่องเที่ยวที่กลับเข้าสู่ภาวะปกติ ผวนกับเศรษฐกิจไทยที่ส่งสัญญาณการฟื้นตัวอย่างเป็นลำดับตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 เป็นต้น

มาและคาดว่าจะยังคงขยายตัวอย่างชัดเจนจนถึงไตรมาสที่ 4 ส่งผลให้ชาวไทยกล้าใช้จ่ายใช้สอย และเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ผนวกกับแรงเสริมจากนโยบายรัฐบาล/ภาครัฐ ทั้งโดยตรง อาทิ การออกมาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับการใช้จ่ายท่องเที่ยวในเมืองรอง, การเพิ่มวันหยุดในช่วงวันหยุดยาว และแรงเสริมทางอ้อมด้วยมาตรการ ที่เพิ่มกำลังซื้อให้แก่ประชาชน อาทิ การเพิ่มอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ การปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ทำให้กลุ่มคนชั้นกลางมีภาระภาษีลดลง และการลดกรอบเพดาน ค่าโดยสารเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งจะส่งผลให้ราคาค่าโดยสารเครื่องบินถูกลง นอกจากนี้ ในปี 2561 ยังเกิดปรากฏการณ์กระแสความสนใจประวัติศาสตร์ชาติไทย จากความนิยมละครอิงประวัติศาสตร์ “บุพเพสันนิวาส” และ “งานอุ่นไอรัก .. คลายความหนาว” ที่สร้างบรรยากาศย้อนยุคประเทศไทยในอดีต ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และโบราณสถาน กลับมาเป็นที่สนใจและเกิดกระแสการหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวเข้าสู่โบราณสถานต่างๆ จำนวนมาก ทั้งเมืองท่องเที่ยวหลักอย่างจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเมืองท่องเที่ยวรอง เช่น สุโขทัย พิษณุโลก สิงห์บุรี ช่วยเสริมการดำเนินการทางการตลาด ททท.และภาคเอกชน ที่ร่วมกันผลักดันการเดินทางเข้าสู่เมืองรอง ทั้งการโหมจัดกิจกรรม/Big Event ในเมืองท่องเที่ยวรอง เช่น สงกรานต์เมืองรอง และการนำสื่อมวลชน blogger นักเขียนลงพื้นที่เปิดแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และการเปิดเส้นทางบินใหม่ๆ ตรงเข้าสู่ เมืองรอง ของสายการบินต้นทุนต่ำ

ปี 2562 คาดว่าการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจะเติบโตด้วยดีต่อเนื่องจากปี 2561 จากปัจจัยหลักด้านภาวะเศรษฐกิจไทยที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามลำดับ สร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนกล้าใช้จ่ายใช้สอยและเกิดบรรยากาศในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งคาดว่า การเดินทางท่องเที่ยวจะกระจายสู่เมืองท่องเที่ยวรองมากขึ้น จากการสานต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในปี 2561 โดยเน้นส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้ชัดเจน เพื่อให้เกิดความแตกต่างและน่าสนใจ ผนวกกับการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมหลายโครงการจะแล้วเสร็จเริ่มเปิดให้บริการในปี 2562 ช่วยให้การเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคสะดวกรวดเร็ว ทำให้มีเวลาสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เมืองรองง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญที่ต้องติดตาม ได้แก่ เสถียรภาพทางการเมืองภายหลังการจัดตั้งรัฐบาล และการบริหารจัดการความสามารถ ในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนในเมืองรอง ซึ่งเริ่มเห็นปัญหาตั้งแต่ในปี 2561 อาทิ ปัญหาขยะล้นชุมชน, รถติดและความแออัดในชุมชนจากนักท่องเที่ยวปริมาณมาก อย่างไรก็ตาม ผลจากเศรษฐกิจไทยที่เข้มแข็งขึ้น ผนวกกับมีการกระจายลงสู่ท้องถิ่นมากขึ้น คาดว่า รายได้ทางการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจะสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด ไว้ที่อัตราการเติบโตร้อยละ 10

2.3.2 สถานการณ์การแข่งขัน

ประเทศต่างๆ เริ่มเห็นโอกาสในการสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาวะที่เศรษฐกิจโลกกำลังซบเซา การพึ่งพาการส่งออกมีปัญหาจากการกีดกันทางการค้าที่รุนแรงและซับซ้อนยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมดาวเด่นในการสร้างเงินตราให้กับประเทศได้ในระยะสั้น หลายประเทศหันมาส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากเห็นโอกาสจากตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีขนาดใหญ่มาก ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวชาวไทยก็เป็นลูกค้าเป้าหมายของประเทศต่างๆ จากกลุ่มศักยภาพที่มีการใช้จ่ายสูง ในลำดับต้นๆ เมื่อเปรียบเทียบกับชาติอื่น หลายประเทศยังคงสานต่อมาตรการกระตุ้นการเดินทางของคนไทยเข้าสู่ประเทศของตน อาทิ ใต้หวัน ต่ออายุมาตรการฟรีวีซ่าให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยอีก 1 ปี , จีน ยกเว้นวีซ่าไปเที่ยวเกาะไหหลำให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จองตั๋วผ่านบริษัทนำเที่ยวในเกาะไหหลำ เป็นต้น ขณะเดียวกัน การปลดตรงแดงมาตรฐานความปลอดภัยด้านการบินของไทยเมื่อกลางปี 2561 ส่งผลให้สายการบินต้นทุนต่ำ เริ่มทยอยเปิดเส้นทางบินต่างประเทศเส้นทางใหม่ๆ ตามแผนเดิมที่หยุดชะงักไปก่อนหน้านี้ ซึ่งเป็นทางเลือกให้คนไทย มีได้เดินทางไปต่างประเทศในจุดหมายปลายทางต่างๆ มากขึ้นในราคาที่ถูกลง

2.3.3 แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดทำสรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 โดยกำหนดเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยทั้งประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยภูมิภาค ภาคกลางซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศจะสร้างรายได้ถึงร้อยละ 47 ของประเทศ รองลงมาคือภูมิภาคภาคใต้ ภาคเหนือ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ

ทิศทางการส่งเสริมตลาดในประเทศของททท. คือ การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strengthen from within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่จะทำให้ คนไทยรักและภาคภูมิใจในประเทศไทย สร้างความต้องการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมและรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดย ททท. จะเปลี่ยนมุมมองให้เห็นว่าการเที่ยวเมืองไทยนั้นดีกว่าที่เคย ด้วยการเที่ยวแบบลึกซึ้งและเข้าถึงผ่านการมีส่วนร่วมกับคนท้องถิ่นหรือ Local Hero ผู้อนุรักษ์วิถีชีวิต วัฒนธรรม สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ถ่ายทอดเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจ และทำให้คนไทยได้รับมุมมองใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยวผ่านแคมเปญสื่อสารการตลาด “Amazing ไทยแท้” ซึ่งเรื่องราวประสบการณ์ การท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคที่จะนำเสนอเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยเรื่องราวศิลปวัฒนธรรมที่บอกเล่าวิถีชาวเหนือ (More Authentic) เรื่องราวอาหารที่ถ่ายทอดวิถี คนอีสาน (More Gastronomy) เรื่องราวมรดกแห่งสยามในภาคกลาง ทั้งศิลปกรรมชั้นสูง การหลอมรวมวัฒนธรรมนานาชาติและวิถีชาวน้ำ (More Legacy) เรื่องราว

กิจกรรมแสนสนุกที่จะเติมสีสันให้ชีวิต ในภาคตะวันออก (More Fun) และเรื่องราวนวัตกรรมและความสร้างสรรค์ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในภาคใต้ (More Inspired) 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 โดยแต่ละภูมิภาคจะดำเนินงานด้วยแนวทางที่แตกต่างกัน

2. ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ผ่านโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายตรงกับ Destination Branding เพื่อคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง

3. ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรทางท่องเที่ยว ที่สำคัญของท้องถิ่น โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคกลางและภาคใต้ ผ่านโครงการ “เมืองไทย สดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม - ลด โลก เละ” ที่ต้องการฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

เพื่อให้การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในภาพรวมประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ททท. ได้ประสานการทำงานร่วมกับคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ทั้งต้นน้ำ – กลางน้ำ – ปลายน้ำ ตั้งแต่ชุมชน ท้องถิ่น ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เพื่อสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว พัฒนาคความรู้ด้านการตลาด สร้างความเข้มแข็งจากภายใน ให้ชุมชน รวมถึงสร้างสรรค์แนวคิดทางการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่าและคำนึงถึงระบบนิเวศโดยรอบร่วมกับภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.4.1 ลักษณะประชากรศาสตร์

ศิริพันธ์ ถาวรทิวังษ์ (2543) กล่าวว่า องค์ประกอบทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะต่างๆ ของคนหรือประชากร ทั้งทางด้านชีววิทยาและสังคม ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา พุศ การศึกษา เศรษฐกิจ สถานภาพสมรส ที่อยู่อาศัย เป็นต้น

โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. องค์ประกอบหรือลักษณะที่ติดตัวมาโดยกำเนิด (Ascribed Characteristics) เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ สัญชาติ ภาษา พุศ ศาสนา

2. องค์กรประกอบหรือลักษณะที่หามาได้จากสังคมในภายหลัง (Achieved Characteristics) ได้แก่ ลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม ประชากร สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งบุคคลสามารถหามาได้โดยแสดงความสามารถตามที่สังคมกำหนด

2.4.2 ปัจจัยกำหนดการท้องเที่ยว (Determinants)

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

สุขภาพ สุขภาพเป็นสิ่งแรกที่จะบอกได้ว่าความต้องการท้องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่ สุขภาพที่กล่าวถึงนี้หมายถึงทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต มนุษย์มีการดูแลตนเองที่ดีขึ้น มีอาหารดี การแพทย์ก้าวหน้าทำให้เราสามารถต่อสู้กับโรคได้มากกว่าอดีต แต่ในขณะที่เดียวกันการทำงานที่เคร่งเครียดก็เป็นสิ่งบั่นทอนสุขภาพ รวมถึงสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปมลพิษที่เพิ่มสูงขึ้น โรคภัยที่เกิดขึ้นใหม่เป็นสิ่งแฉกที่ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพ อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการเดินทาง ทั้งที่เกิดจากสุขภาพดีและสุขภาพไม่ดี ตัวอย่างของการเดินทางเพื่อการพักผ่อน หรือการไปในสถานที่ที่เหมาะสมต่อการฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น

รายได้ มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญเริ่มตั้งแต่เป็นตัวกำหนดว่าการท้องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่จนกระทั่งถึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดรูปแบบการท้องเที่ยวในการศึกษาการใช้จ่ายในการท้องเที่ยว มักใช้รายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญในการคาดเดาพฤติกรรมใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ความจริงแล้วปัจจัยในส่วนของสถานการณ์ส่วนบุคคล คือ รายได้ เวลาพักผ่อน ภาระงาน ภาระครอบครัว มีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น โดยมีวงจรชีวิตเข้ามาเชื่อมโยง อย่างไรก็ตามมีความขัดแย้งระหว่างเวลาและรายได้ คนหนุ่มสาวที่มีเวลาว่างมากกลับมีรายได้น้อย คนวัยกลางคนที่มีรายได้เพิ่มขึ้นกลับขาดเวลาว่างในการพักผ่อน คนชราที่กลับมีเวลาว่างอีกครั้ง รายได้ก็ลดน้อยถอยลง

ทัศนคติและการรับรู้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีความแตกต่างอย่างมากในแต่ละบุคคล ความปลอดภัยของแหล่งท้องเที่ยวในยุคของการก่อการร้าย ความชอบและความกลัว เป็นสิ่งที่มีอุตสาหกรรมท้องเที่ยวพยายามปรับเปลี่ยนให้เป็นไปในแนวทางที่ต้องการ เช่น สายการบินใช้ความเข้าใจในเรื่องการกลัวการขึ้นเครื่องบิน จัดอบรมการเอาชีวะความกลัวนั้น หากคนเลิกกลัวการขึ้นเครื่องบินหมายถึงการเพิ่มกลุ่มตลาด รวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศโดยเครื่องบิน

ประสบการณ์ สามารถปรับเปลี่ยนทั้งสถานการณ์ ความรู้ ทัศนคติและการรับรู้ได้ ประสบการณ์การซื้อแบบมีส่วนลดอาจทำให้เกิดพฤติกรรมพยายามหาซื้อส่วนลดในครั้งต่อไป อย่างไรก็ตามแต่ละบุคคลให้ความสำคัญต่อบริษัทในแต่ละตัวไม่เท่ากัน บางปัจจัยสำคัญกว่าปัจจัยตัวอื่นตามทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ของบุคคลนั้น และในบุคคลเดียวกันนี้เองการให้

ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา อายุ สถานการณ์ และประสบการณ์ที่เปลี่ยนไป

2. ปัจจัยภายนอก

การเมือง เกี่ยวข้องกับกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ระเบียบเกี่ยวกับคนเข้าเมือง การขออนุญาตเข้าประเทศ การก่อการร้าย นโยบายภาษี โดยเฉพาะภาษีสนามบิน ภาษีนักท่องเที่ยวล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่มียุทธูปการกำหนดการเดินทางท่องเที่ยว

เศรษฐกิจ เป็นอีกปัจจัยภายนอกที่สำคัญ จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวมากในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู เกาหลีใต้เป็นประเทศที่พัฒนาเศรษฐกิจหลังสงครามเกาหลีในปี ค.ศ.1950-1953 ได้อย่างรวดเร็วจากนโยบายการส่งออก ซึ่งทำให้ประชาชนมีรายได้และกลายเป็นประเทศในเอเชียที่สร้างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นอันดับต้นในกลุ่มประเทศเอเชีย (Tourist generating countries, WTO)

สังคม ในที่นี้รวมถึงวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่กำหนดการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชนชั้น หรือแบบแผนชีวิต ในสังคมเมืองการท่องเที่ยวเป็นเสมือนสิ่งจำเป็นในชีวิต เปลี่ยนจากทัศนคติเดิมที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย WTO (1990) กล่าวว่าแนวโน้มการให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเป็นสิทธิที่พึงมีของมนุษย์ทุกคนมิให้เห็นมากขึ้น โดยเฉพาะใน โลกตะวันตก นอกจากปัจจัยภายนอกทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่กล่าวมาแล้ว

2.4.3 แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยจะขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความถี่และระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ขณะที่จุดหมายปลายทางมักจะขึ้นอยู่กับกระแสสังคมในแต่ละช่วงเวลา โดยมีสื่อออนไลน์และ Social network เป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญ ขณะเดียวกัน สื่อสังคมออนไลน์ได้ทำให้คนไทยได้เห็นโลกที่กว้างขึ้น เมื่อผนวกกับต้นทุนการเดินทางโดยเครื่องบินที่ถูกลง ส่งผลให้คนไทยสนใจเปิดโลกแห่งการท่องเที่ยวให้กว้างไกลออกไป การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศกลายเป็นเทรนด์สำหรับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่แสวงหาประสบการณ์ที่แปลกแตกต่าง ทำให้การท่องเที่ยวไม่เป็นเพียงแค่การเดินทางเท่านั้น แต่เป็นการสร้างไลฟ์สไตล์และอัตลักษณ์ของตัวเอง ทั้งนี้ แนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2562 ได้แก่

- **เดินทางเป็นกลุ่ม** : ส่วนใหญ่ยังคงนิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันในหมู่ครอบครัว ญาติ และเพื่อนฝูง เพื่อสร้างความผูกพันในครอบครัวและมิตรสหาย จากการได้มีประสบการณ์แห่งความสุขและความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน อย่างไรก็ตามแนวโน้มขนาดของกลุ่มเริ่มเล็กลง และมักพบเห็นการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวหรือสองคนบ่อยครั้งขึ้น

- **ท่องเที่ยวช่วงวันหยุดเป็นหลัก :** นักท่องเที่ยวชาวไทยยังคงท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดทั้งวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดยาวช่วงเทศกาล ในสัดส่วนที่สูงเช่นเดิม ขณะที่ การท่องเที่ยวในวันธรรมดา ยังคงมีเรื่องราคาที่ถูกเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญ

- **ให้ความสำคัญกับอาหารการกิน :** นักท่องเที่ยวชาวไทยมองเรื่องอาหารควบคู่กับการเดินทางท่องเที่ยวเสมอ ถือได้ว่าเรื่องกินกับเรื่องเที่ยวเป็นเรื่องเดียวกัน นิยมตามหาร้านอาหาร/ของกินในท้องถิ่นที่อยู่ในกระแส และสนใจทดลองอาหารพื้นเมือง รวมถึงนิยมซื้อหาวัตถุดิบในการทำอาหาร อาทิ ผัก ผลไม้ อาหารแปรรูปที่เป็นเอกลักษณ์ประจำ แหล่งท่องเที่ยวเป็นของที่ระลึกฝากญาติมิตร

- **ขอแสวงหาประสบการณ์ท่องเที่ยวแปลกใหม่ :** นักท่องเที่ยวมองหาที่เที่ยวใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา แหล่งท่องเที่ยวประเภท Unseen จึงเป็นจุดขายหลักที่สร้างกระแส การเดินทางเข้าพื้นที่ทำให้เมืองรองที่ให้ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก อาทิ น่าน เชียงราย จันทบุรี บุรีรัมย์ ได้รับความนิยมอย่างมาก ขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยเริ่มมองหาประสบการณ์ท่องเที่ยวแปลกใหม่ในต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากมีต้นทุนการเดินทางที่ถูกลงจากการเติบโตของธุรกิจสายการบิน Low cost

- **ช่างเลือกและค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวมากขึ้น :** การพัฒนาเครือข่ายโทรคมนาคมและอุปกรณ์สื่อสารในประเทศไทยอย่างรวดเร็ว ทำให้การค้นหาข้อมูลผ่าน Smart phone, Tablet สะดวก รวดเร็วและมีต้นทุนที่ถูกลง นักท่องเที่ยวชาวไทยจึงหันมาให้ความสำคัญและใช้เวลากับการค้นหาข้อมูล อ่านรีวิว เปรียบเทียบราคา ขอคำแนะนำการเดินทางท่องเที่ยว จากแหล่งข้อมูลต่างๆ มากขึ้น และเกิดทางเลือกมากมายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

- **สื่อออนไลน์มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว :** สื่อออนไลน์โดยเฉพาะ social network ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น โดยเป็นช่องทางหลักสำหรับใช้ค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวและมีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยอิทธิพลของสื่อดังกล่าวครอบคลุมไปยังทุกกลุ่ม ทั้งกลุ่มคนรุ่นใหม่ และกลุ่มผู้สูงอายุ

- **วางแผนเดินทางล่วงหน้าสั้นลง/รอคอย promotion ลดราคา :** จากสภาพเศรษฐกิจไทยที่เพิ่งฟื้นตัว ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวยังคงเน้นใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นหลัก มีการส่งเสริมการขายผ่านออนไลน์ ประเภท Hot deal/Super deal ต่างๆ รวมถึงจัดงานส่งเสริมการขาย (Consumer fair) ตลอดทั้งปี ซึ่งต่างเน้นนำเสนอขายสินค้า/บริการท่องเที่ยวราคาถูก ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยปรับพฤติกรรมการซื้อสินค้า/บริการท่องเที่ยว โดยนิยมรอจังหวะซื้อนาทีสุดท้าย (Last Minute) คอยจะแสวงหา promotion ราคาถูกและเปรียบเทียบราคาทั้งทาง online และ off line อยู่ตลอดเวลา และจะตัดสินใจซื้อทันทีเมื่อได้ promotion ราคาที่ต้องการ การวางแผนเดินทางท่องเที่ยวล่วงหน้าจึงมีระยะเวลาสั้นลง

2.5 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

2.5.1 ประวัติจังหวัดนครนายก

นครนายก เป็นเมืองโบราณในสมัยทวารวดี โดยมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์เป็นแนวกำแพงเนินดินและสันคูเมืองอยู่ที่ตำบลคงละคร ส่วนชื่อ “นครนายก” นั้น เป็นชื่อที่ตั้งขึ้นภายหลังแต่เดิมชื่อ “บ้านนา” และเคยเป็นเมืองหน้าด่านทางทิศตะวันออกในสมัยกรุงศรีอยุธยา (พระเจ้าอู่ทอง) ดินแดนแถบนี้เป็นป่ารกและมีไข้ป่าระบาด รวมทั้งเป็นที่ดอนทำนาหรือเพาะปลูกไม่ค่อยได้ผล ทำให้ประชาชนอพยพไปอยู่ที่อื่นจนกลายเป็นเมืองร้าง พระมหากษัตริย์จึงโปรดเกล้าฯ ให้ยกเลิกการเก็บภาษีที่นา ทำให้มีประชาชนมาอยู่มากขึ้นจนเป็นชุมชนใหญ่ เรียกว่า “เมืองนายก”

เมื่อ พ.ศ. 2437 รัชกาลที่ 5 ทรงจัดลักษณะการปกครองเป็นมณฑล นครนายกอยู่ในเขตมณฑลปราจีนบุรี จนกระทั่ง พ.ศ. 2445 ทรงเลิกธรรมเนียมการมีเจ้าครองเมือง โดยให้มีตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัดขึ้นแทน ในช่วง พ.ศ. 2486-2489 ได้โอนนครนายกไปรวมกับปราจีนบุรีและสระบุรี หลังจากนั้นจึงแยกเป็นจังหวัดนครนายก โดยมีพื้นที่รวม 2,122 ตารางกิโลเมตร นครนายกแบ่งการปกครองออกเป็น 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอบ้านนา และอำเภอองครักษ์ ระยะทางจากอำเภอเมืองนครนายกไปยังอำเภอต่างๆ ได้แก่ ระยะทางไปยังอำเภอปากพลี 9 กิโลเมตร ระยะทางไปยังอำเภอบ้านนา 17 กิโลเมตร และระยะทางไปยังอำเภอองครักษ์ 32 กิโลเมตร โดยมีอาณาเขตทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดสระบุรีและจังหวัดนครราชสีมา ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดปราจีนบุรี และทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดปทุมธานี

2.5.2 การเดินทาง

รถยนต์ จากกรุงเทพมหานครไปได้ 2 เส้นทาง ได้แก่

- เส้นทางแรก ไปตามทางหลวงหมายเลข 305 เลียบคลองรังสิต ผ่านอำเภอองครักษ์ ระยะทาง 105 กิโลเมตร
- เส้นทางที่ 2 ไปตามทางหลวงหมายเลข 1 เลี้ยวขวาที่แยกหินกอง ไปตามถนนสุวรรณศร (ทางหลวงหมายเลข 33) ระยะทาง 137 กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทาง รถปรับอากาศ ชั้น 1 (40 ที่นั่ง) ออกจากสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพ (จตุจักร) ถนนกำแพงเพชร 2 เส้นทางเดินรถกรุงเทพฯ-องครักษ์-นครนายก สถานีขนส่งจังหวัดนครนายก-วงเวียนศาลสมเด็จพระนเรศวร-อรัญประเทศ-ตลาดโรงเกลือ เที่ยวแรก 05.00 น. เที่ยวสุดท้าย 17.00 น. มีรถออกทุก 1 ชั่วโมง กรุงเทพฯ-องครักษ์-ตลาดโรงเกลือ

รถตู้ ออกจากสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพ (จตุจักร) ถนนกำแพงเพชร 2 เส้นทางเดินรถกรุงเทพฯ-องครักษ์-สถานีขนส่งจังหวัดนครนายก เที่ยวแรก 05.00 น. เที่ยวสุดท้าย 17.00 น. มีรถออกทุก 1 ชั่วโมง

การเดินทางจากจังหวัดนครนายกไปจังหวัดใกล้เคียง สามารถเดินทางได้จากสถานีเดินรถโดยสารประจำทางจังหวัดนครนายก มีรถโดยสารประจำทางไปจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา สระบุรี และจันทบุรี

2.5.3 สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในอำเภอเมืองนครนายก

ศาลเจ้าพ่อขุนด่าน เป็นสถานที่ที่ประชาชนเคารพนับถือมาก ท่านเป็นนายด่านเมืองนครนายกในสมัยกรุงศรีอยุธยา เมื่อ พ.ศ. 2130 รัชสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช มีข้าศึกเข้ามากวาดต้อนผู้คนพร้อมทั้งยึดเมืองปราจีนบุรีและเมืองนครนายกไว้ ขุนด่านจึงรวบรวมชาวเมืองเข้าปกป้องเมืองไว้ได้สำเร็จ

พระพุทธฉาย เป็นภาพเขียนสีบนหน้าผา ซึ่งอยู่ถัดจากเขาชะโงก มีวิหารครอบไว้ เล่ากันว่าสภาพเดิมเป็นภาพพระพุทธรูปเลือนราง เมื่อ พ.ศ. 2485 กรมแผนที่ทหารบกเข้าไปตั้งโรงงานหินอ่อนที่เชิงเขา จึงได้เขียนสีตามรอยพระพุทธรูปเดิมให้ชัดเจนขึ้น ในช่วงกลางเดือน 3 จะมีงานนมัสการเป็นประจำทุกปี หากเดินทางไปทางด้านหลังวัดพระฉายจะพบ “น้ำตกพระฉาย” เป็นน้ำตกจากหน้าผาสูง 30 เมตร ลงสู่แอ่งน้ำเบื้องล่างซึ่งสามารถเล่นน้ำได้นอกจากเที่ยวชมสถานที่ดังกล่าวแล้วยังสามารถขับรถหรือขี่จักรยานเที่ยวชมบริเวณได้ โดยศูนย์บริการท่องเที่ยวมีจักรยานให้เช่า มีที่พักห้องประชุมสัมมนาและค่ายเยาวชน ส่วนกิจกรรมกีฬาที่เปิดให้บริการ ได้แก่ วอลเลย์บอล สนามยิงปืน สนามกอล์ฟ สนามกอล์ฟ คาราโอเกะ และสำหรับผู้ที่ต้องการจัดกิจกรรมกลุ่ม เช่น เดินป่า พักแรมที่เขาชะโงก กิจกรรมไต่หน้าผาจำลองและหน้าผาจริง ต้องติดต่อล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน

หลวงพ่อเสียนคร ประดิษฐานอยู่ ณ วัดบุญนาครักขิตาราม (วัดตำ) ตำบลนครนายก สันนิษฐานว่าสร้างสมัยสุโขทัย (พระร่วง) และขุดพบเศียรพระเมื่อ พ.ศ. 2495 บริเวณโรงกลั่นสุราใกล้วัดนางหงษ์ ตำบลท่าช้าง ต่อมาในปี พ.ศ. 2511 มีผู้ศรัทธาสร้างองค์พระและวิหารพร้อมทั้งถวายพระนามว่า “หลวงพ่อเสียนคร” นอกจากนี้ ภายในบริเวณวัดยังมีพระพุทธรูปปูนปั้นขนาดใหญ่เป็นองค์ประธานในลานปฏิบัติธรรม และมีศาลาริมน้ำสำหรับนั่งพักผ่อนวัดใหญ่ทักษิณาราม ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านใหญ่ริมแม่น้ำนครนายก จากตัวเมืองใช้ทางหลวงหมายเลข 3049 กิโลเมตรที่ 1 แล้วเลี้ยวขวาเข้าบ้านใหญ่

วัดพรหมณี ตำบลบ้านใหญ่ ประมาณกิโลเมตรที่ 5 ทางไปน้ำตกสาริกา-นางรอง เป็นที่ประดิษฐาน “หลวงพ่opakแดง” พระพุทธรูปเก่าแก่ที่ชาวลาวอัญเชิญมาจากเวียงจันทน์ พุทธลักษณะทรงเครื่องดอกพิกุล พระโอษฐ์แดง และภายในวัดยังเป็นที่ตั้งของอนุสรณ์สถานกองพลทหารญี่ปุ่นที่ 37 ซึ่งสมัยสงครามมหาเอเชียบูรพา พ.ศ. 2482-2488 กองพลทหารญี่ปุ่นที่ 37 เคยมาตั้งทัพที่วัดแห่งนี้ สมาคมทหารสหายสงครามกองพลญี่ปุ่นที่ 37 จึงสร้างอนุสรณ์สถานขึ้นเมื่อปี

พ.ศ. 2535 เพื่อเป็นที่ระลึกถึงดวงวิญญาณของทหารจำนวน 7,820 นาย โดยนำอัฐิที่ฝังอยู่ในบริเวณ วัดมาบรจู่ในแทนที่จัดสร้างขึ้น

Khon Yok Sheep Farm ฟาร์มแกะนครนายก ตั้งอยู่บนถนนหมายเลข 3049 ใกล้เคียง กับ ตลาดอินโดจีน ชมความน่ารักแสนรู้ของเหล่าฝูงแกะ ฝูงกระต่าย และปลาคาร์ฟสีสวย นอกจากนี้ ยังมีมุมดอกไม้แสนเก๋ไว้ถ่ายรูป บริเวณด้านหน้าฟาร์มมีร้านกาแฟและเบเกอรี่ค่าเข้าชมคนละ 50 บาท

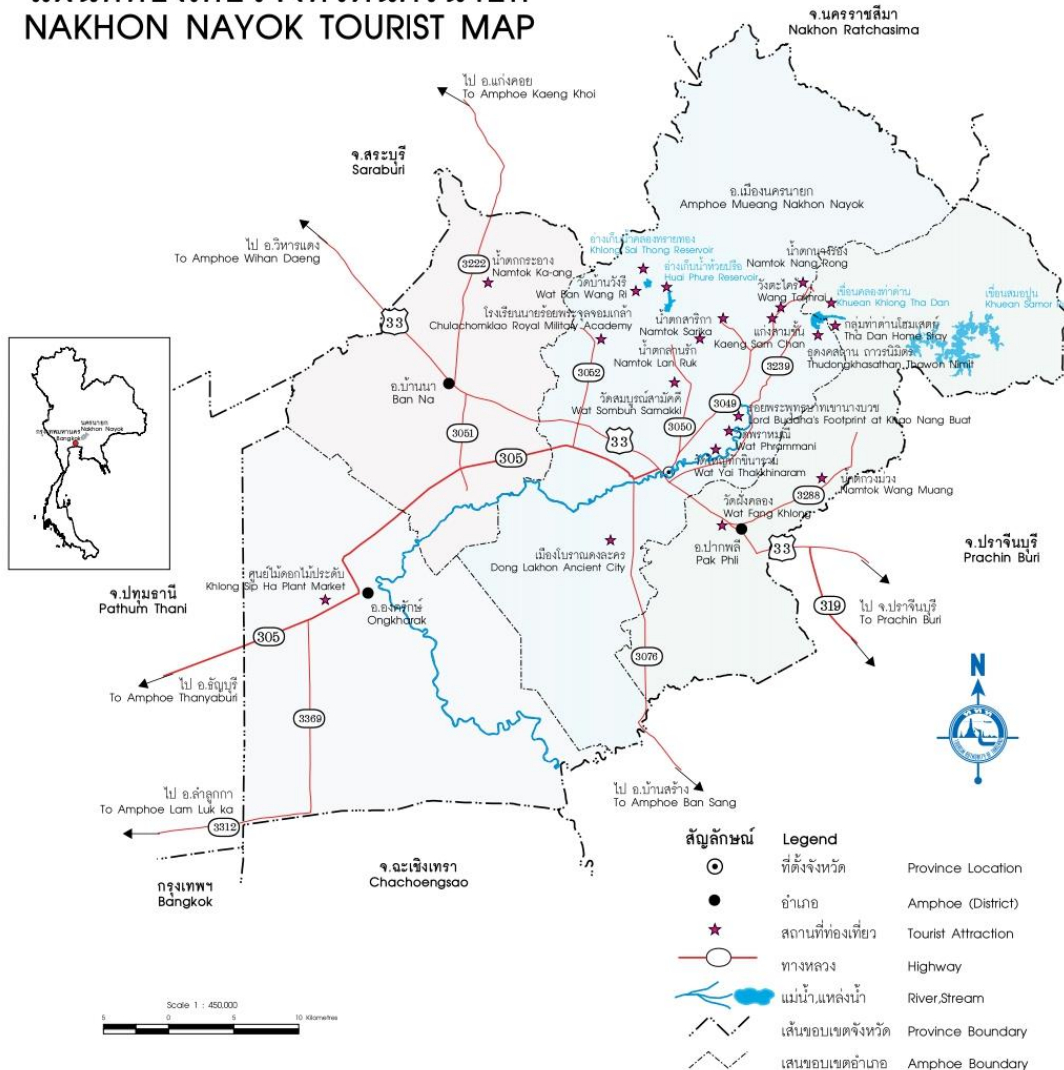
รอยพระพุทธรูปท่าจำลองนางบวช อยู่ในมณฑปบนยอดเขานางบวชสูง 100 เมตร ตำบล สารีกา ห่างจากตัวจังหวัด 9 กิโลเมตร สร้างขึ้นในวันแรม 8 ค่ำเดือน 12 ปีระกา (พ.ศ. 2041) ทางขึ้น เป็นบันไดคอนกรีตจากเชิงเขาถึงมณฑป 227 ขั้น และจะมีงานนมัสการรอยพระพุทธรูปท่า กลางเดือน 5 ของทุกปี

เมืองโบราณดงละคร ตั้งอยู่ที่ตำบลดงละคร ห่างจากตัวจังหวัด 9 กิโลเมตร ไปตามทาง หลวงหมายเลข 3076 เลี้ยวขวาเข้าไป 6 กิโลเมตร ผ่านวัดเจติยทัตถ์แล้วเลี้ยวไปทางเดียวกับวัดดง ละคร เดิมเรียกว่า “เมืองลับแล” เป็นสถานที่ตั้งเมืองโบราณสมัยทวารวดีและขอม เนินดินดงละคร หรือดงใหญ่ มีพื้นที่ 6 ตารางกิโลเมตร ภายในมีเมืองโบราณ หรือดงเล็กลักษณะเป็นรูปไข่อยู่ก่อน ไปทางทิศตะวันตกของเนินดิน มีคันดินเป็นกำแพง 2 ชั้น ชาวบ้านเรียกกันว่า “สันคูเมือง” และมีคู น้ำล้อมรอบ ลักษณะเดียวกับเมืองโบราณทั่วไปในสมัยทวารวดี

อ่างเก็บน้ำห้วยปรือ อยู่ที่ตำบลเขาพระ แยกซ้ายมือจากถนนที่ไปน้ำตกสาริกา-นางรอง กิโลเมตรที่ 1 ไปตามถนนเขาทุเรียน ระยะทาง 11 กิโลเมตร (ทางไปบ้านวังรี) เป็นอ่างเก็บน้ำขนาดเล็กที่มีทิวทัศน์สวยงาม มีถนนลาดยางรอบอ่างเก็บน้ำอ่างเก็บน้ำทรายทอง อยู่ที่ตำบลเขาพระ แยก ซ้ายจากถนนที่ไปน้ำตกสาริกา-นางรอง กิโลเมตรที่ 1 ไปตามถนนเขาทุเรียน ระยะทาง 15 กิโลเมตร เป็นอ่างเก็บน้ำขนาดเล็ก ภูมิประเทศโดยรอบเป็นภูเขา เหนืออ่างเก็บน้ำขึ้นไป 2 กิโลเมตร มี “น้ำตก ทรายทอง” ที่มีน้ำเกือบตลอดปี การเดินทางไปยังน้ำตกทรายทองต้องเดินจากตัวเขื่อนเข้าไป ใช้ เวลา 30 นาที

อุทยานพระพิฆเนศ ตั้งอยู่เลขที่ 24/4 หมู่ที่ 11 ตำบลสาริกา จากตัวเมืองไปทางถนนสาริกา- นางรอง ถึงสี่แยกประชาเกษม เลี้ยวซ้ายไปทางน้ำตกลานรัก 300 เมตร ภายในอุทยานมีองค์พระ พิฆเนศปางประทานพรที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และอาคารพิพิธภัณฑที่รวบรวมองค์พระ พิฆเนศจำนวน 108 ปาง

แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก NAKHON NAYOK TOURIST MAP



ภาพประกอบที่ 2.4 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก, 2552)

น้ำตกลานรัก หรือ น้ำตกตาดหินกอง ตั้งอยู่ในตำบลสาริกา ใช้เส้นทางเดียวกับทางไปน้ำตกลานรักและน้ำตกนางรอง โดยเลี้ยวซ้ายที่สี่แยกประชาเกษมบริเวณกิโลเมตรที่ 8 เข้าไป 5 กิโลเมตร ก็จะถึงบริเวณตัวน้ำตกซึ่งเกิดจากธารน้ำไหลผ่านลานหินโดยจะมีน้ำเฉพาะในฤดูฝน ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน

วัดถ้ำสาริกา ตั้งอยู่ใกล้กับน้ำตกสาริกา เป็นสถานที่ที่พระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต มาบำเพ็ญ ศาสนกรรมระหว่าง พ.ศ. 2460-2463 ภายในวัดซึ่งตั้งอยู่บนเนินเขาประกอบด้วยกุฏิสงฆ์ เรือนบูชา หลวงปู่มั่นและโบสถ์ซึ่งอยู่สุดทางเดินเท้าขึ้นเขา มีพระบรมสารีริกธาตุที่สมเด็จพระสังฆราช พระราชทานให้เมื่อพ.ศ. 2535 บรรจุที่มณฑปบนยอดเขา มีหอพระธาตุและศาลาปฏิบัติธรรม สำหรับผู้ที่สนใจน้ำตกสาริกา เป็นน้ำตกในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ตั้งอยู่ที่ตำบลสาริกา จากตัว เมืองไปตามทางหลวงหมายเลข 3049 ระยะทาง 12 กิโลเมตร แล้วแยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 3050 อีก 3 กิโลเมตร เป็นทางลาดยางตลอดสาย

น้ำตกสาริกา เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ สายน้ำไหลตกจากหน้าผา 9 ชั้นสูงประมาณ 100 เมตร แต่ละชั้นมีแอ่งน้ำขนาดใหญ่รองรับ มีบันไดคอนกรีตขึ้นไปถึงบริเวณชั้นสองได้ในช่วงฤดูฝนเป็น ช่วงที่เหมาะสมในการเที่ยวชม บริเวณด้านล่างของน้ำตกยังมีบริการห้องอาบน้ำ ร้านอาหารและร้าน ขายของที่ระลึก บริเวณทางขึ้นน้ำตกสาริกามีศาลของเจ้าพ่อปลัดจ่างซึ่งด้านในศาลประดิษฐานองค์ เจ้าพ่อปลัดจ่างที่แกะสลักจากไม้คูน เชื่อกันว่าเจ้าพ่อปลัดจ่างเป็นประมุขของเทพเจ้าในพื้นที่แห่งนี้ ชาวจังหวัดนครนายกและจังหวัดใกล้เคียงจึงให้ความเคารพนับถือเป็นอย่างมากอัตราค่าเข้าอุทยาน ฯ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใหญ่ 40 บาท เด็ก 20 บาท ชาวต่างชาติ ผู้ใหญ่ 200 บาท เด็ก 100 บาท

พุทธอุทยานมาฆบูชาอนุสรณ์ สวนพุทธชยันตี 2600 ปี ตั้งอยู่ หมู่ 2 ตำบลสาริกา อำเภอ เมือง จังหวัดนครนายก ภายในมีพระพุทธรูปสีทองขนาดใหญ่ปางแสดงโอวาทปาติโมกข์เด่นเป็น สง่าและรูปปั้นอรหันต์สาวก 1,250 องค์ เป็นตัวแทนพุทธสาวกแสดงถึงเหตุการณ์สำคัญเมื่อครั้ง พุทธกาล พร้อมชมประติมากรรมทรายขนาดใหญ่เกี่ยวกับพระพุทธเจ้า

อุทยานวังตะไคร้ ตั้งอยู่ที่ตำบลหินตั้ง ห่างจากตัวเมือง 16 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 3049 อุทยานวังตะไคร้เป็นของกรมหมื่นนครสวรรค์ศักดิพินิจและหม่อมราชวงศ์หญิงพันธุ์ทิพย์ บริพัตร ภายในอุทยานมีพื้นที่ 2.4 ตารางกิโลเมตร ตกแต่งด้วยพันธุ์ไม้ดอกและไม้ประดับ ร่มรื่น สวยงาม สามารถนำรถยนต์เข้าชมบริเวณได้ เปิดรับนักท่องเที่ยวประเภทเข้าไปเย็นกลับ และพักค้าง แรม โดยคิดค่าผ่านประตูดังนี้ อัตราค่าเข้าอุทยานฯ รถทุกประเภท คันละ 150 บาท ผู้โดยสารเกิน 8 คน คิดเพิ่มคนละ 10 บาท รถจักรยานยนต์ต้องจอดไว้บริเวณด้านหน้าทางเข้าชำระค่าจอดคันละ 10 บาท และค่าบริการผ่านประตูคนละ 10 บาท

วัดนางรอง ตั้งอยู่บนเนินเขาน้อย เลขที่ 84 หมู่ที่ 3 ตำบลหินตั้ง สิ่งที่น่าสนใจภายในวัด ได้แก่ รูปหล่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระ เจ้าอยู่หัวอานันทมหิดล สร้างขึ้นเมื่อวันที่ 6 เมษายน 2514 โดยสมเด็จพระอริยวงศาคตญาณ สมเด็จพระสังฆราช (จวน อุฏฐายี) เป็นองค์ประธาน ปัจจุบันวัดนางรองได้สร้างมณฑปทรงยุโรปหลังคา 8

เหลี่ยม กว้าง 8 เมตร ยาว 8 เมตร และมีจุดชมทิวทัศน์บนวิหารระฆังที่สูงจากพื้นดิน 18 เมตร แบ่งเป็น 5 ชั้น สามารถมองเห็นเขื่อนขุนด่านปราการชลได้อย่างชัดเจน

น้ำตกนางรอง ตั้งอยู่ที่ตำบลหินตั้ง ห่างจากตัวเมือง 20 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 3049 น้ำตกนางรองอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นน้ำตกขนาดกลางที่ไหลลดหลั่นเป็นชั้นสวยงาม ในช่วงฤดูฝนกระแสน้ำจะไหลเชี่ยวมาก จึงต้องระวังในการลงเล่นน้ำ บริเวณน้ำตกเป็นระเบียบสะอาดตาและมีบ้านพักบริการ อัตราค่าเข้าอุทยานฯ สำหรับนักท่องเที่ยว การเข้าชม น้ำตกนางรองมีค่าบำรุงสถานที่ดังนี้ รถบัส 200 บาท รถตู้ 100 บาท รถยนต์เล็ก 50 บาท รถจักรยานยนต์ 10 บาท นักท่องเที่ยวคนละ 10 บาท

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีเนื้อที่ 2,165.55 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ของ 4 จังหวัด ได้แก่ นครนายก นครราชสีมา ปราจีนบุรี และสระบุรี ภูมิประเทศประกอบด้วยป่าดิบ ป่าโปร่ง ธารน้ำ น้ำตก สัตว์ป่า และพันธุ์ไม้ป่านานาชนิด ยอดเขาที่สูงที่สุด คือ ยอดเขาแหลม มีความสูงจากระดับทะเล 1,292 เมตร ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทย และองค์การยูเนสโก ประกาศเป็นมรดกโลกเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2548 การเดินทาง สามารถใช้เส้นทางได้ 2 เส้นทาง เส้นทางแรก จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางถนนพหลโยธินผ่านรังสิต ประตูน้้าพระอินทร์ สระบุรี เลี้ยวขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 2 หรือถนนมิตรภาพ ก่อนถึงอำเภอปากช่อง บริเวณกิโลเมตรที่ 56 ชิดซ้ายขึ้นสะพานลอยไปตามถนนชนระริชต์ (ทางหลวงหมายเลข 2090) ถึงกิโลเมตรที่ 23 จะพบด่านศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่เดินทางต่อไปอีก 15 กิโลเมตร ก็จะถึงที่ทำการอุทยานฯ รวมระยะทางประมาณ 205 กิโลเมตร เส้นทางที่ 2 จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางพหลโยธินเลี้ยวขวาบริเวณรังสิต เข้าทางหลวงหมายเลข 305 สู่ตัวเมืองนครนายก แล้วเข้าทางหลวงหมายเลข 33 (ถนนสุวรรณศร) ถึงสี่แยกศาลนเรศวรเลี้ยวซ้ายตามเส้นทางปราจีนบุรี-เขาใหญ่ ผ่านด่านตรวจค่าธรรมเนียมบริเวณเชิงเขาแล้วเดินทางต่อ จนถึงที่ทำการอุทยานแห่งชาติ รวมระยะทางประมาณ 109 กิโลเมตร สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของอุทยานแห่งชาติได้แก่ น้ำตกเหวนรก น้ำตกกองแก้ว น้ำตกเหวสุวัต และน้ำตกเหวไทร

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในอำเภอบ้านนา

พ. ฟาร์ม ตั้งอยู่เลขที่ 8 ตำบลเขาเพิ่ม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปลูกเมล็ดแบบปลอดสารพิษ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเที่ยวชมสวนและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากเมล็ดที่ได้ ไม่ว่าจะเป็นผลไม้สดหรือผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปแล้วจากผลเมล็ด อาทิ ซาลาเปาไส้เมล็ดอ่อน ไอศกรีมเมล็ดอ่อน พายเมล็ดอ่อน ฯลฯ

ฟาร์มเห็ดยายฉิม เป็นศูนย์การเรียนรู้เรื่องเห็ด 9 สายพันธุ์ ปลอดสารพิษ อาทิ สายพันธุ์โคนญี่ปุ่น (ขานางิ) เป้าฮือ ภูฐาน ฮังการี ฯลฯ พร้อมทั้งจัดจำหน่ายและสอนการจัดทำก้อนเชื้อ-ดอกเห็ดทุกสายพันธุ์

น้ำตกกะอาง ตั้งอยู่ที่ตำบลศรีกะอาง จากตัวเมืองไปตามถนนสุวรรณศร ถึงอำเภอบ้านนา เชื่อมกับสถานีตำรวจภูธรบ้านนา มีถนนแยกไปน้ำตกกะอาง ระยะทาง 11 กิโลเมตร เป็นน้ำตกขนาดเล็กที่ไหลผ่านลานหินกว้าง ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวคือช่วงฤดูฝน บริเวณใกล้เคียงมีสถานีเพาะชำกล้าไม้ของกรมป่าไม้ บนเนินเขาเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางมารวิชัย

วัดศรีกะอาง ตั้งอยู่เลขที่ 99 หมู่ที่ 9 ตำบลศรีกะอางประดิษฐาน “พระสัมพุทธสาวกมุณีโลกนาถ” พระพุทธรชินราชจำลองที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย สร้างด้วยอิฐถือปูนมีขนาดหน้าตักกว้าง 18 เมตร สูง 30 เมตร สร้างอยู่บนยอดเขาสูงจากพื้นดิน 150 เมตรและยังมีพระประธาน “พระพุทธรูปพิชิตมาร (อูสส.)” อยู่ภายในอุโบสถที่สร้างบนยอดเขาริมแนวป่าเขาใหญ่สถาปัตยกรรมเลียนแบบสมัยรัชกาลที่ 3 โดยได้ต้นแบบจากวัดนางนอง กรุงเทพมหานคร นำมาปรับเป็นแม่แบบในการก่อสร้างผสมผสานระหว่างสถาปัตยกรรมแบบไทยและจีน

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในอำเภอปากพลี

พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านไทยพวน วัดฝั่งคลอง ตั้งอยู่ภายในวัดฝั่งคลอง 84 หมู่ที่ 4 ตำบลเกาะหวาย ริมทางหลวงหมายเลข 33 เป็นที่รวบรวมเครื่องใช้ของชาวไทยพวน อายุราว 200 ปี เช่น ผ้าซิ่นไทยพวน โม่หิน ถังตุ้มกาแพโบราณ อุปกรณ์ในการทำนา เครื่องมือในการทอผ้า เป็นต้น นอกจากนี้ภายในบริเวณวัดยังมีกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง ลานแสดงวัฒนธรรมการทำไข่เค็มสูตรโบราณแบบโบราณ เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00-17.00 น.

น้ำตกวังม่วง ตั้งอยู่ที่ตำบลนาหินลาด เดินทางไปตามถนนสุวรรณศร ทางหลวงหมายเลข 33 แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 3288 ระยะทาง 16 กิโลเมตร เส้นทางสะดวกไปจนถึงบริเวณน้ำตกเป็นน้ำตกขนาดเล็ก มีน้ำไหลผ่านแนวหินเป็นระยะๆ ลงมายังอ่างรับน้ำ บริเวณโดยรอบเป็นป่าร่มรื่น สามารถเดินขึ้นเขาไปถึงต้นน้ำได้ ระยะทาง 2 กิโลเมตร ในฤดูฝนเป็นช่วงที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวที่สุด

วัดป่าศรีถาวรนิมิต ตั้งอยู่ที่บ้านบึงเข้ ตำบลหนองแสงจากตัวเมืองแยกซ้ายจากถนนสุวรรณศรไปตามทางหลวงสายนครนายก-ท่าด่าน (ทางหลวงหมายเลข 3239) ระยะทาง 8 กิโลเมตร มีทางแยกขวาเข้าไปอีก 6 กิโลเมตร บริเวณวัดมีเนื้อที่ 350 ไร่ อยู่ติดกับเทือกเขาใหญ่ที่รายล้อมด้วยภูเขาน้อยใหญ่ บริเวณโดยรอบมีไม้ยืนต้นร่มรื่นและเงียบสงบ มีกุฏิปฏิบัติธรรมนับร้อยหลังสำหรับผู้สนใจปฏิบัติธรรม ในบริเวณนี้ยังมีโครงการเมืองสหกรณ์อันเนื่องมาจากพระราชดำริ มีการทำสวนผักปลอดสารพิษและนาข้าวโดยใช้ระบบเกษตรธรรมชาติ วัดนี้อยู่ในความอุปถัมภ์ของมูลนิธิถาวรจิตตาวโรวงค์มัลย์

อ่างเก็บน้ำวังบอน ตั้งอยู่บ้านวังบอน หมู่ที่ 7 ตำบลนาหินลาด จากตัวเมืองใช้ทางหลวงหมายเลข 33 เลี้ยวซ้ายก่อนถึงอำเภอปากพลี (เส้นทางไปน้ำตกวังม่วง) ระยะทาง 24 กิโลเมตร บริเวณรอบอ่างเก็บน้ำ เป็นพื้นที่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ซึ่งยังคงความอุดมสมบูรณ์ มี

กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเช่น เดินป่า ดูนก ไรศัวหน้าผา 4 หน้าผา 5 น้ำตก พายเรือแคนูชมความงามของน้ำตกวังบอน เป็นต้น

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในอำเภอองครักษ์

ศาลเจ้าพ่อองครักษ์ ตั้งอยู่ฝั่งแม่น้ำนครนายก ตำบลสันทรายมูล มีเรื่องเล่าว่าเมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จประพาสจังหวัดปราจีนบุรี โดยเสด็จผ่านมาตามแม่น้ำนครนายก และได้ประทับแรม ระหว่างนั้นนายทหารราชองครักษ์ป่วยและเสียชีวิตลง จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างศาลขึ้นเป็นอนุสรณ์ มีชื่อเรียกว่า “ศาลเจ้าพ่อองครักษ์” และเป็นชื่อของอำเภอองครักษ์ในเวลาต่อมา บริเวณหน้าศาลเจ้าพ่อองครักษ์นี้เป็นวังน้ำวน และมีการนำน้ำ ในบริเวณนี้ไปเข้าพิธีสงฆ์ น้ำมูรธาภิเษกเมื่อคราวประกอบพระราชพิธีบรมราชาภิเษกของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช การเดินทาง จากถนนรังสิต-นครนายก เลี้ยวขวาเข้าอำเภอองครักษ์ และเลี้ยวซ้ายเข้าทางไปโรงพยาบาลองครักษ์ ถึงโรงพยาบาลองครักษ์เลี้ยวขวาไปอีก 600 เมตร จากนั้นเลี้ยวซ้ายข้ามแม่น้ำนครนายกก็จะถึงศาล

ศูนย์เพาะพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ ตลอดแนวคลอง 15 เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีทั้งชนิดที่เพาะจำหน่ายกิ่ง ตัดดัดล้อมราก และจัดส่งไปยังแหล่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถแวะชมและเลือกซื้อได้ในราคาขายส่ง และที่ศูนย์สาธิตการตลาด หมู่ที่ 11 มีวิสาหกิจเพาะชำต้นไม้จำหน่ายในราคาขอมเยา

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรัญญา ศรีทอง และคณะ (2561) ได้ศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในจังหวัดนครนายก การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในจังหวัดนครนายก กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว จำนวน 12 คน ใช้ เครื่องมือวิจัยคือ แบบสอบถามซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องต่ำสุด-สูงสุดอยู่ในช่วงระหว่าง .8-1 และค่าความเชื่อมั่น .882 และแบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความต้องการการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในจังหวัดนครนายกในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านการเข้าถึงพื้นที่ ($\bar{X} = 3.19$) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.11$) และด้านการบริการและการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.06$) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว และเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ควรมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนผู้ประกอบการ และชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

อย่างยั่งยืน การประชาสัมพันธ์ให้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เป็นที่รู้จัก ส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว การสร้างรูปแบบการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสมาชิกในครอบครัวทุกวัย การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวแก่ผู้สูงอายุ และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของประชาชนและนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว

วาสนา จรูญศรี โชติกาจร (2560) ได้ศึกษาประสิทธิภาพการจัดการ โลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบเชิงผสมผสาน (Mixed Methodology) ของบริบทแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบทและระบบการจัดการ โลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยการจัดการ โลจิสติกส์ และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการ โลจิสติกส์ ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบทฤษฎี การสัมภาษณ์เชิงลึก การอภิปรายกลุ่ม และการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 400 ชุด โดยใช้สถิติแบบบรรยาย คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา จากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับหน่วยงานและภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม 5 ลำดับแรก คือ 1) บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง (บึงสาป) 2) อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร 3) อุทยานแห่งชาติคลองลาน 4) อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ 5) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกำแพงเพชร ซึ่งระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวม มีความคิดเห็นในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยการจัดการ โลจิสติกส์ด้านการบริการลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด และปัจจัยการจัดการ โลจิสติกส์ด้านการไหลทางสารสนเทศมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ข้อเสนอแนะที่ได้ พบว่า ควรมีการพัฒนาสภาพเส้นทางจราจรให้ดีขึ้น พัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและป้ายบอกทางให้ชัดเจน รวมถึงการพัฒนาระบบการขนส่งมวลชนที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว โดยมีหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้รับผิดชอบให้การสนับสนุนทั้งด้านสาธารณูปโภคและด้านงบประมาณ

ปณิชา ดันสุติชล (2560) ได้ศึกษาการจัดการ ไซ่อุปทานการท่องเที่ยวในเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อองค์ประกอบการจัดการ ไซ่อุปทานของการท่องเที่ยวในเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เสนอแนวทางการจัดการ ไซ่อุปทานของการท่องเที่ยวในเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณด้วยการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 6 คน ผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพศชาย เป็นวัยกลางคน รายได้ปานกลาง มีวัตถุประสงค์ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน / พักผ่อนหย่อนใจ ชอบการเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน /

หมู่คณะ มีค่าใช้จ่ายต่อทริปเฉลี่ยต่ำกว่า 500 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ ผลการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ในเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ยกเว้นด้านเพศ รายได้ ภูมิลำเนา ที่ไม่แตกต่างกัน และองค์ประกอบการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และหลังการเดินทางมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ในส่วนของแนวทางการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นว่าการจัดการการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flows) เช่น การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน (ท่าเรือ ถนน ไฟฟ้า และน้ำ) ขยะเป็นต้น การจัดการการไหลเวียนทางข้อมูลข่าวสาร (Information flows) เช่น การประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยวเกาะเต่า และการจัดการการไหลเวียนทางการเงิน (Financial flows)

ฉัตร ทิพย์ศรี (2558) ได้ศึกษาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของบริษัท นำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและ (2) เปรียบเทียบการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาการดำเนินงาน และ จำนวนพนักงานประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 127 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่าคะแนนสูงสุด คือ ด้านการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ รองลงมาคือด้านการให้บริการการรับ จ่ายเงิน และต่ำที่สุดคือ ด้านการสร้างความปลอดภัยระหว่างการเดินทาง สำหรับผลการเปรียบเทียบ การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานในธุรกิจ พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีลักษณะของธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานในธุรกิจต่างกัน มีการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวต่างกัน โดยสรุป ผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการจัดการระบบการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดบริการต่อไป

เกกิงศักดิ์ ชัยชาญ (2555) ได้ศึกษาการจัดการ โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในอำเภอลำปาง จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอลำปาง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบและการจัดการ โลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่ปรับปรุงจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำในอำเภอลำปาง จังหวัดนครราชสีมา และเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง 4 กลุ่มคือ นักท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน ในตำบลวังน้ำเขียว ตำบลไทยสามัคคี ตำบลอุดมทรัพย์ ตำบลวังหมี ตำบลระเริง รวม 5 พื้นที่ รวมทั้งสิ้น 570 ตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภาพรวมมีอายุช่วง 30-34 ปี ทางด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ใช้เวลาท่องเที่ยว 2 วัน วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยวคือเพื่อพักผ่อน กิจกรรมนันทนาการที่ทำพร้อมกับการท่องเที่ยวคือชมทิวทัศน์ และเกือบทั้งหมดต้องการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอลำปาง จังหวัดนครราชสีมา อีก สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) ต่อองค์ประกอบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวม โดยด้านการไหลทางกายภาพได้รับความพึงพอใจต่ำสุดในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.20) ความคิดเห็นด้านความพร้อมและแนวทางการพัฒนาการจัดการ โลจิสติกส์การท่องเที่ยวให้ดีขึ้นนั้นควรมีความพร้อมด้านการทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย นอกจากนี้ในพื้นที่ควรมีการรวมกลุ่มต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่และบทบาทดังกล่าวร่วมกัน