

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนั้น ประกอบด้วย

1. ประวัติเมืองเชียงใหม่
2. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
5. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน
6. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติเมืองเชียงใหม่

เมืองเชียงใหม่ตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของที่ราบลุ่มเชียงใหม่ทางทิศตะวันตกของแม่น้ำโขง ทิศเหนือและทิศตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นที่ดอนสลับกับกลุ่มภูเขาเตี้ย ๆ ได้แก่ ดอยมด ดอยป่าแดง ดอยจอมกิตติ กลุ่มดอยสะโจ้ ติดต่อกับเขตอำเภอแม่สายและสาธารณรัฐสังคมนิยมแห่งสหภาพพม่า โดยมีแม่น้ำรวกเป็นเส้นกั้นพรมแดนตามธรรมชาติ, ทิศใต้เป็นที่ราบลุ่ม มีบึงขนาดใหญ่ล้อมรอบด้วยภูเขาเตี้ย ๆ ได้แก่ ดอยจัน ดอยหนองแสงแก้ว หนองบงกาย หนองล่อม มีแม่น้ำคำและแม่น้ำกกไหลมารวมกับแม่น้ำโขง, ทิศตะวันออกติดกับแม่น้ำโขง พรมแดนธรรมชาติระหว่างไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว, ทิศตะวันตกเป็นที่ราบลุ่ม มีลำน้ำเล็กๆ เกิดจากเทือกเขาด้านนี้ไหลมารวมกับแม่น้ำคำ

เมืองเชียงใหม่มีลักษณะเป็นเมืองโบราณรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีแนวคูน้ำและกำแพงล้อมรอบทั้งสามด้านเว้นแต่ด้านที่ติดกับแม่น้ำโขง พงศาวดารโยนกกับพงศาวดารภาคที่ 61 กล่าวว่าทางด้านตะวันตกติดกับริมน้ำโขงมีประตูเมืองอยู่อีก 6 ประตู รวมมีประตูเมืองทั้งสิ้น 11 ประตู สันนิษฐานว่าคงเป็นประตูทำน้ำ อาจจะถูกระแสน้ำทำลายไปจนไม่มีร่องรอยให้เห็น กำแพงเมืองมีเพียงชั้นเดียว สูงประมาณ 4 เมตร เกิดจากการนำดินจากการขุดคูเมืองไปปูนไว้ ลักษณะกำแพงที่เหลือค่อนข้างสมบูรณ์ พบร่องรอยของประตูเมืองและป้อมปากประตูจำนวน 5 แห่งและป้อมมุมกำแพงเมืองด้านตะวันตกเฉียงเหนืออีก 1 แห่ง

ภายใต้ตัวเมืองเชียงแสนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบ มีหนองน้ำปรากฏอยู่ทาง ตะวันออกเฉียงเหนือของตัวเมือง เรียกว่าหนองกลางเวียง ระหว่างหนองกลางเวียงกับแม่น้ำโขงมีคูน้ำ ขนาดเล็กเชื่อมถึงกัน ตามตำนานและประชุมพงศาวดารกล่าวว่า มีวัดนอกเมือง 63 แห่ง ในเมืองเชียงแสนมีวัดอยู่ 76 แห่ง แต่จากการสำรวจใน พ.ศ.2530 พบร่องรอยของโบราณสถานในเมืองเพียง 69 แห่ง นอกเมือง 5 แห่ง โบราณสถานที่ไม่พบอาจจะถูกทำลายไปจนไม่ปรากฏหลักฐานอยู่ก็เป็นได้ ไม่พบร่องรอยของที่ตั้งพระราชวัง เป็นไปได้ว่าวังของกษัตริย์สร้างด้วยเครื่องไม้ผุพังสลายไปหมดสิ้น

คำว่า "เชียง" นั้นเป็นภาษาของชนเผ่าไตโบราณ ที่เรียกชื่อเมืองหรือมีขนาดใหญ่ระดับ เมืองว่า "เวียง" หรือ "เชียง" เช่น เชียงขวาง, เชียงลຸ່ງ, เชียงตุง, เชียงม่วนเหล่านี้เป็นต้น ดังนั้นคำว่า "เชียงแสน" น่าจะมีความหมายว่า "เมืองของแสน" และคำว่า "แสน" นั้นน่าจะมาจากพระนามของ พระเจ้าแสนภู ผู้เป็นพระราชนัดดาของพญามังราย ซึ่งใน "พงศาวดารโยนก" ของพระยาประจักษ์ จักร (แซ่ม บุญนาค) ฉบับพิมพ์เมื่อปี พ.ศ.2504 หน้า309 มีความว่า "ให้ชุดคูและก่อปราการพระ นครสามด้าน แต่ด้านตะวันออกเว้นไว้ เอาแม่น้ำเป็นคูของปราการเวียงตั้งพิธีฝังหลักเมืองในวันศุกร์ เดือน 7 ขึ้น 2 ค่ำ ปีมะโรง จุลศักราช 690 ยามแตรคำ ไร่คณาราศีตุล วงปราการด้านหลัง 700 วา ด้านยาวไปตามแม่น้ำของ (โขง) 1500 วา"

บริเวณใกล้เคียงเมืองเชียงแสนพบร่องรอยเมืองโบราณ หรือกลุ่มโบราณสถานทั้งทางฝั่ง ไทยและฝั่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจำนวน 3 แห่งด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มโบราณสถานที่ บริเวณดอยเชียงเมียง สามเหลี่ยมทองคำ จากตำแหน่งที่ตั้งน่าจะเป็นเมืองหน้าด่านของเมืองเชียงแสน กลุ่มโบราณสถานที่เวียงปรีกษาบริเวณที่แม่น้ำกกบรรจบกับแม่น้ำโขง หรือสบกก อยู่ห่างจาก เมืองเชียงแสนมาทางใต้ประมาณ 7 กิโลเมตร ลักษณะที่ตั้งน่าจะเป็นเมืองหน้าด่านทางทิศใต้ของ เมืองเชียงแสน แห่งสุดท้ายได้แก่ เมืองโบราณริมฝั่งแม่น้ำโขงด้านตะวันออกในเขตสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว เยื้องไปทางใต้ของเมืองเชียงแสน

เมืองเชียงแสนปัจจุบันเป็นที่ตั้งของบริเวณอำเภอเชียงแสน จึงมีอาคารสถานที่ทางราชการ เอกชน และบ้านเรือนตั้งอยู่อย่างหนาแน่นบริเวณริมฝั่งแม่น้ำโขงและกระจายอยู่ทั่วไปในเมือง พื้นที่ ว่างที่เหลือเป็นพื้นที่ทางการเกษตรหรือแหล่งโบราณสถาน ภายนอกเมืองเชียงแสนเป็นพื้นที่ เกษตรกรรม พื้นที่ป่ากร้าง ชุมชนที่พบเป็นชุมชนขนาดเล็กกระจายตัวไปตามแนวถนนหรือน้ำ โบราณสถานนอกเมืองเชียงแสนที่อยู่ในพื้นที่ราบคงถูกรุกทำลายการทำเกษตรกรรม การตั้งบ้านเรือน และการครอบครองของวัด สำนักสงฆ์ ทำให้ส่วนใหญ่ของโบราณสถานนอกเมืองถูกทำลายไปหมดสิ้น

ภาคเหนือตอนบนเป็นพื้นที่ราบลุ่มสลับกับเทือกเขาสูงที่มีความอบอุ่นสมบูรณ์ด้วย ทรัพยากรธรรมชาติมากมาย เป็นที่ตั้งบ้านเมืองของมนุษย์อย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยเฉพาะในบริเวณ พื้นที่ราบลุ่มเชียงแสน หากยึดถือตามตำนานโบราณนับเป็นดินแดนของอาณาจักรโยนกบริเวณพื้นที่

เก่าแก่อาณาจักรใดในภาคเหนือตอนบนซึ่งล่มสลายไปเพราะแผ่นดินไหว พื้นที่ราบลุ่มที่อุดมสมบูรณ์ อันรู้จักกันในชื่อที่ราบลุ่มเชียงแสนนี้ ไม่อาจกล่าวได้ว่าเป็นที่ราบลุ่มของแม่น้ำสายใดได้ เพราะมีแม่น้ำหลายสายไหลผ่าน ล้วนแต่ให้ความอุดมสมบูรณ์ด้านเกษตรกรรมและความเป็นอยู่ของประชาชนทั้งสิ้น

ที่ราบลุ่มเชียงแสนมีลักษณะเป็นรูปสามเหลี่ยม โดยบริเวณอำเภอแม่จันเป็นมุมฐานทางด้านตะวันตก มีลำน้ำแม่จันไหลผ่านเทือกเขาทางตะวันตกเฉียงใต้ผ่านขึ้นไปทางตะวันออกเฉียงเหนือผ่านบ้านกัวพร้าวขึ้นไปสบทบลำน้ำแม่คำซึ่งไหลผ่านดอยแม่สะแลบทางตะวันออก รวมเรียกว่าแม่น้ำคำไหลไปยังอำเภอเชียงแสนแล้วไหลวกออกแม่น้ำใต้เมืองเชียงแสนเล็กน้อย จากเขตอำเภอแม่จันไปยังอำเภอแม่สาย ภูมิประเทศทางด้านตะวันตกเป็นเทือกเขาที่กั้นเขตแดนไทยพม่า มีดอยสำคัญเช่น ดอยตุง ดอยจ้อง ดอยเวา เป็นต้น มีลำน้ำเล็กๆ อีกหลายสายที่ไหลลงจากเทือกเขานี้มาทางตะวันออกหล่อเลี้ยงที่ราบลุ่มทางตะวันออกให้ชุ่มชื้น ลำน้ำบางสายก็มารวมกับลำน้ำคำ แต่บางสายก็ไปทางตะวันออกเฉียงเหนือไปรวมเข้ากับแม่น้ำรวกไหลลงสู่แม่น้ำโขงที่บริเวณสบรวกเหนือเมืองเชียงแสนขึ้นไป ซึ่งพื้นที่นี้เป็นที่รู้จักกันในนามสามเหลี่ยมทองคำ

นอกจากลำน้ำธรรมชาติแล้วยังมีลำน้ำที่เป็นลำเหมืองที่คนขุดขึ้นเพื่อใช้ในการนำน้ำเข้ามาสู่ไร่นาจำนวนมาก เช่น ลำเหมืองแดงในเขตอำเภอแม่สายซึ่งขุดชักน้ำผ่านไร่นาไปสมทบกับแม่น้ำรวก เป็นต้น

บริเวณยอดสุดที่ราบลุ่มเชียงแสนก็คือบริเวณอำเภอแม่สาย ซึ่งมีแม่น้ำสายไหลผ่านลงมาเป็นเส้นพรมแดนระหว่างไทยกับพม่า ลำน้ำนี้ไหลไปรวมกับแม่น้ำรวกซึ่งไหลมาจากทางด้านเหนือของพม่าแล้วรวมกันเป็นลำน้ำรวกไหลลงไปทางตะวันออกเฉียงใต้ไปออกแม่น้ำโขงที่สบรวกต่อจากนั้นแม่น้ำโขงก็ทำหน้าที่เป็นเส้นพรมแดนระหว่างไทยกับลาวไปจนถึงที่อำเภอเชียงแสน ซึ่งเป็นมุมฐานทางด้านตะวันออก

ที่ราบลุ่มเชียงแสนนี้ถูกแบ่งออกจากที่ราบลุ่มแม่น้ำกกทางตอนใต้โดยบริเวณที่ลุ่มแม่น้ำในบริเวณเวียงหนองล่องซึ่งเป็นบริเวณที่มีเทือกเขาล้อมรอบ มีหนองน้ำและบริเวณที่ชื้นแฉะอยู่ระหว่างกลาง เมืองโบราณที่พบในพื้นที่นี้อยู่บริเวณที่เป็นขอบ คือที่อำเภอแม่จัน พบอยู่บนเนินเขาทางทิศตะวันออกของอำเภอในเขตบ้านห้วยเวียงหวายแห่งหนึ่ง ถัดไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือประมาณ 9 กิโลเมตร ก็พบเวียงมนโรรห์ ซึ่งตั้งอยู่บนเนินเขาลูกหนึ่งในเขตบ้านหนองครกและบ้านกัวพร้าว ต่อจากนั้นก็มาถึงเมืองเชียงแสนซึ่งเป็นเมืองสำคัญ

บริเวณริมฝั่งแม่น้ำโขงขึ้นไปทางสบรวกเมืองโบราณเวียงเชียงเมียงและเมืองเวียงแก้วหรือเวียงสีทวง ตั้งอยู่บนเนินเขา ต่อจากนั้นพบเมืองโบราณในเขตพื้นที่อำเภอแม่สาย คือ เวียงปางคำ บนเนินเขาดอยเวาริมแม่น้ำสายเป็นเมืองใหญ่ และมีร่องรอยที่มีเมืองขนาดเล็กอยู่บนที่ราบลุ่มในเขต

บ้านป่าเหมือดทางตอนใต้ของเวียงพางคำอีกแห่งหนึ่ง บริเวณที่ราบลุ่มเชียงแสนที่กล่าวมานี้เท่าที่ศึกษาจากการกระจายลำน้ำเหมือง แสดงให้เห็นว่าเป็นบริเวณที่อุดมสมบูรณ์ที่สุดในเขตเมืองเชียงราย เป็นแหล่งเพาะปลูกมาตั้งแต่สมัยโบราณ

ที่ราบลุ่มเชียงแสนเป็นบริเวณที่ปรากฏร่องรอยการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ ตั้งแต่กลุ่มสังคมล่าสัตว์ต่อเนื่องลงมาจนถึงสมัยสังคมเกษตรกรรม ในแผนที่ธรณีวิทยา ระหว่างจังหวัดเชียงราย ระบุถึงรอยเลื่อน (FAULT) จำนวน 2 รอย ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อบริเวณที่ราบลุ่มเชียงแสน คือ รอยเลื่อนที่พาดยาวจากอำเภอฝางจังหวัดเชียงใหม่ ผ่านทางตอนใต้ของแอ่งแม่สาย ผ่านเชียงแสนไปบรรจบกับแม่น้ำโขง และอาจจะเลยเข้าไปในเขตประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รอยเลื่อนพาดยาวจากจังหวัดแม่ฮ่องสอน ผ่านทางตอนเหนือของแอ่งเชียงใหม่ ต่อเนื่องกับตอนเหนือของแอ่งเชียงรายไปบรรจบแนวที่ 1 บริเวณทิศตะวันตกเฉียงใต้ของอำเภอแม่จันใกล้เวียงหนองล่อง ทำให้บริเวณนี้เกิดแผ่นดินไหวหลายครั้งมีปรากฏในตำนานพงศาวดาร

ตามที่กล่าวมา ที่ราบลุ่มเชียงแสนคือ บริเวณที่ราบลุ่มอันเป็นที่ตั้งของบ้านเมืองแคว้นโยนกโบราณก่อนที่พญามังรายจะตีได้แคว้นหริภุญไชยและรวมที่ราบลุ่มเชียงใหม่เข้าเป็นเขตแคว้นล้านนา อย่างไรก็ตามยังมีที่ราบลุ่มตามหุบเขาต่างในบริเวณใกล้เคียงที่มีความสัมพันธ์ หรือเป็นส่วนหนึ่งของแคว้นโยนกมาก่อน และที่ราบลุ่มในหุบเขาเมืองพร้าวที่มีความสัมพันธ์หรือเป็นส่วนหนึ่งของแคว้นโยนกมาก่อน เช่น ที่ราบลุ่มแม่น้ำจาง จังหวัดลำปาง ที่ราบลุ่มในเขตแม่น้ำฝาง อำเภอฝาง และที่ราบลุ่มในหุบเขาเมืองพร้าว ที่มีความสัมพันธ์กันกับบ้านเมืองในบริเวณที่ราบลุ่มเชียงแสนเป็นบริเวณที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้ สัตว์ป่าและสัตว์น้ำเป็นสถานที่ตั้งถิ่นฐานสำคัญของมนุษย์ในยุคก่อนประวัติศาสตร์และสมัยประวัติศาสตร์ นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังปรากฏหลักฐานทางโบราณคดีที่ได้จากการขุดค้นขุดแต่ง ประกอบกับหลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษร ได้แก่ ศิลาจารึก พับสา จารึกใบลาน เป็นต้น การตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ในบริเวณที่ราบลุ่มเชียงแสน เริ่มตั้งแต่

1. ระยะสังคมล่าสัตว์ หรือระยะก่อนสังคมเกษตรกรรม เดิมเรียกว่าสมัยหินเก่าและสมัยหินกลาง อายุราว 15,000-7,000 ปีมาแล้วเป็นกลุ่มมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ในสังคมขนาดเล็ก ดำรงชีวิตด้วยการจับปลา ล่าสัตว์ เก็บพืชพันธุ์ตามธรรมชาติเป็นอาหาร ไม่มีการเพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์ ไม่มีการตั้งหลักแหล่งที่แน่นอน แต่จะเร่ร่อนไปเรื่อยๆ ตามความอุดมสมบูรณ์ของอาหารและฤดูกาล มนุษย์ในสังคมก่อนรู้จักการทำเกษตรกรรมรู้จักการทำเครื่องมือหิน และสันนิษฐานว่ารู้จักทำเครื่องมือใช้จากไม้ด้วย เคยมีการขุดค้นที่ดอยคำ ริมแม่น้ำคำ ห่างจากเมืองเชียงแสนไปทางใต้ราว 3 กม. โดยอาจารย์และนักศึกษาคณะโบราณคดี พบเครื่องมือหินกะเทาะและหินขัดเป็นจำนวนมาก และได้ให้ความเห็นว่าเป็นแหล่งโบราณคดีสมัยหินเก่าและหินใหม่ที่สำคัญแห่งหนึ่งในภาคเหนือ

หลักฐานเครื่องมือหินทั้งหินกะเทาะและหินขัดที่ในเขตรากลุ่มเชียงแสน พบบริเวณที่ราบริมฝั่งแม่น้ำโขงและหาดกรวดริมแม่น้ำไปจนถึงสบคำและที่ราบเชิงดอยคำ ดอยจัน ทางทิศใต้ของเมืองเชียงแสน เครื่องมือหินดังกล่าวทำขึ้นจากหินกรวดที่พบมากตามหาดกรวดในแม่น้ำโขง เป็นหินแอนีไซด์และหินไรโอไรต์ มีเครื่องมือสับตัด เครื่องมือหินกะเทาะขอบคมโดยรอบเรียกว่า “สุมาตราลิจ” มีรูปร่างคล้ายกับเครื่องมือหินแบบ “ฮัวบินเนียน” ที่พบทั่วไปในประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2. ระยะสังคมเกษตรกรรม เดิมเรียกว่าสมัยหินใหม่ อายุราว 7,000-1,000 ปีมาแล้ว มนุษย์ในระยะนี้รู้จักการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ ตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอยู่รวมกันบริเวณริมฝั่งแม่น้ำหรือเนินดินใกล้แหล่งน้ำ มีการผลิตภาชนะดินเผา อย่างไรก็ตามยังคงพบเครื่องมือหินแต่มีเทคนิคการผลิตที่ประณีตขึ้น การขัดฝนอย่างสวยงามและมีขอบคมชัดเจน รูปร่างคล้ายขวาน มีทั้งแบบมีบ่าและแบบเรียบๆ เรียกกันโดยทั่วไปว่า “ขวานหินขัด”, “ขวานฟ้า” หรือ “เสียมตุน”

หลักฐานทางโบราณคดีของระยะสังคมเกษตรกรรม พบในพื้นที่เมืองเชียงแสน ตามที่ลาดไหล่ดอยเชิงดอยและที่ราบรอบๆ เมืองเชียงแสน เช่นที่ราบเชิงดอยจอมกิตติ ที่ราบเชิงดอยจำปีและที่ราบเชิงดอยคำ โดยพบปะปนกับเครื่องมือหินระยะสังคมล่าสัตว์ และในการขุดค้นบริเวณเชิงดอยคำ พบขวานหินขัด และเศษภาชนะดินเผาลายเชือกทาบบนชั้นดินเหนียวชั้นที่มีเครื่องมือหินกะเทาะ แสดงให้เห็นว่าพื้นที่บริเวณดอยคำเป็นที่อาศัยต่อเนื่องของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ในที่ราบกลุ่มเชียงแสน

ปัจจุบันยังไม่พบหลักฐานการหล่อโลหะในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ในบริเวณที่ราบกลุ่มเชียงแสน แต่เชื่อว่าน่าจะมีมนุษย์อาศัยอยู่ในพื้นที่นี้ต่อเนื่องมาจนถึงพุทธศตวรรษที่ 18 และได้พัฒนาไปเป็นชุมชนขนาดใหญ่และยกฐานะขึ้นเป็นบ้านเป็นเมืองในราวพุทธศตวรรษที่ 19-20 แสดงให้เห็นว่าพื้นที่นี้มีความสำคัญในฐานะแหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์และประวัติศาสตร์ ภาคเหนือตอนบน

ตำนานและพงศาวดารการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ในเขตที่ราบกลุ่มเชียงแสนมีหลายฉบับด้วยกันซึ่งการตั้งถิ่นฐานของชุมชนในตำนานพงศาวดาร และเอกสารโบราณถูกรวบรวมเรียบเรียงขึ้นโดยนักปราชญ์ในท้องถิ่น มีอายุไม่เก่าไปกว่าพุทธศตวรรษที่ 21 ก่อนรัชกาลของพญามังรายขึ้นไป แต่มักอ้างอิงถึงพุทธประวัติ และพุทธทำนาย เพื่อทำให้เรื่องราวเกิดความน่าเชื่อถือเลื่อมใส โดยย้อนไปก่อนสมัยพุทธกาลและมักกล่าวว่าบ้านเมืองมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสิ่งเหนือธรรมชาติซึ่งเป็นผู้บันดาลให้เกิดผืนแผ่นดิน สายน้ำต่างๆ และบ้านเมือง อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่ามีการตั้งบ้านเมืองโบราณเก่าแก่เทียบได้กับปีที่ระบุในตำนาน พงศาวดารแต่อย่างใด

ตำนานและพงศาวดารที่ถูกรวบรวมและสรุปไว้โดยพระยาประชาภิจักรจรรกล่าวถึงสมัยปลายศาสนาของพระกัสสปะ ชาวโพธิสารหลวงที่อยู่ในแคว้นแคว้นขอมโบราณได้อพยพเคลื่อนย้ายจากที่ราบลุ่มตอนล่างแม่น้ำโขง ขึ้นมาตั้งบ้านเรือนที่เกาะดอนทรายกลางแม่น้ำโขงบริเวณปากแม่น้ำ

กก ได้แก่ “เมืองสุวรรณโคฒคำ” จากนั้นกลุ่มชนจากโพธิสารหลวงกรุงรัตนโกสินทร์ได้อพยพเข้ามาตั้ง “เมืองอุโมงคเสลา” ขึ้นที่บริเวณริมฝั่งตะวันตกของปากแม่น้ำกก ต่อมาเมืองสุวรรณโคฒคำได้ถล่มล่มลงไปใ้ในสายน้ำ เนื่องจากกษัตริย์ผู้ปกครองไม่ตั้งอยู่ในศีลธรรม พญานาคจึง “...ให้พลโยธานาคมาขุดควักฝั่งแม่น้ำชลະหนီ พังเมืองสุวรรณโคฒคำให้ทลายจมลงไปใ้ในแม่น้ำชลະหนีในเวลาราตรี...”

ตำนานที่สำคัญได้แก่ตำนานสิงหนวัติ (ตำนานเมืองโยนกหรือตำนานสิงหนวัติ) และตำนานลวงจักราช (เมืองหิรัญนครเงินยาง) กล่าวถึงสถานที่ในบริเวณที่ราบลุ่มเชียงแสนและที่ราบลุ่มแม่น้ำกก

ตำนานสิงหนวัติระบุว่าสิงหนวัติกุมารออกจากเมืองราชคฤห์ข้ามแม่น้ำสระพุไปทางทิศอาคเนย์ สันนิษฐานว่าสิงหนวัตินำไพร่พลมาจากเมืองในเขตรัฐฉาน (ไทยใหญ่) ของพม่า มาตั้งบ้านเรือนอยู่ในบริเวณลุ่มแม่น้ำกกซึ่งเดิมเป็นที่ตั้งของเมืองสุวรรณโคฒคำที่ร้างไปแล้ว ตั้งชื่อเมืองว่า “เมืองนาคพันธ์สิงหนวัติ” ตามชื่อของสิงหนวัติผู้สร้างเมืองโดยมีพญานาคมาช่วยในการสร้าง ต่อมาในรัชการพญาพันธุราษหรือต้นแผ่นดินพญาอชุตราช โบราณศักราชได้ 148 ปี มีการเปลี่ยนชื่อเมืองเป็น “โยนกนครไชยบุรีช้างแสน” หรือ “โยนกนคร” มีกษัตริย์ปกครองสืบมาอีกหลายพระองค์ ต่อมาเมืองได้ถล่มลงเป็นหนองน้ำเพราะชาวเมืองโยนกกินปลาไหลเผือกกันทั้งเมืองเป็นเหตุให้เมืองโยนกถล่มลงเป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ ปัจจุบันเรียกหนองน้ำนั้นว่า “หนองล่อม” “หนองบงกาย” อยู่ในท้องที่ตำบลจันจว้า อำเภอแม่จัน ติดต่อกับตำบลโยนก อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งทะเลสาบเชียงแสนเป็นบริเวณส่วนหนึ่งของหนองล่อมและได้พบกลุ่มโบราณสถานกระจายตัวอยู่รอบทะเลสาบเชียงแสน

จากตำนานสิงหนวัติมีการกล่าวถึง “เวียงไชยนารายณ์” อันเป็นเมืองหน้าด่านทางใต้ของอาณาจักรโยนกสร้างขึ้นโดยพระเจ้าไชยนารายณ์ โอรสของพระเจ้ามังรายนราช องค์ที่ 2 ใน พ.ศ. 1131 เรียกชื่อเมืองว่า “ไชยนารายณ์เมืองมูล” ตามนามผู้สร้างเมือง ต่อมาถูกทิ้งร้าง ถึง พ.ศ.1805 (จ.ศ. 624) พระยามังรายได้สร้างเมืองเชียงรายทับสถานที่เมืองไชยนารายณ์

นักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับราชวงศ์สิงหนวัติว่าเป็นเรื่องของการอพยพเคลื่อนย้ายของชนเผ่าไทยกลุ่มหนึ่ง จากเขตมณฑลยูนนานทางตอนใต้ของประเทศจีนลงมาตามลำน้ำโขง เข้ามาตั้งหลักแหล่งเป็นบ้านเมืองในเขตที่ราบลุ่มเชียงแสน ได้ทำสงครามสู้รบกับพวกกล่อมหรือขอม ได้ชัยชนะแล้วตั้งเมืองหลวงที่เมืองโยนกนาคพันธ์ บริเวณหนองล่อม ต่ำจากเมืองเชียงแสนลงมาทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ กษัตริย์ในราชวงศ์สิงหนวัติ ปกครองเมืองโยนกเรื่อยมาหลายสมัยได้มีกลุ่มกษัตริย์ต้องหลบหนีอยู่ ณ เวียงศรีทวงในย่านของชนพื้นเมืองตระกูลลาวจก และต้องส่งเครื่องราชบรรณาการให้แก่กล่อม

ต่อมาพรหมกุมารโอรสพระเจ้าพังคราชสามารถปราบปรามพวกกล่อมได้สำเร็จ และขยายดินแดนลงมาถึงทางใต้จนถึงเมืองกำแพงเพชร ตั้งแต่รัชกาลของพระเจ้าพรหมลงมา มีการขยาย

บ้านเมืองเข้ามาตั้งแต่ในเขตเมืองเชียงราย มีเมืองสำคัญเกิดขึ้นคือชัยนารายณ์และชัยปราการ ถึงสมัยของพระเจ้าชัยศิริ แคว้นโยนกนาคพันธ์ก็ถูกรุกรานถูกพวกไทยใหญ่ พระเจ้าชัยศิริเลยต้องเสด็จลี้ภัยลงมาทางใต้ในเขตเมืองไตรตรึงส์(และเชื้อสายของพระองค์ก็คือ พระเจ้าอู่ทอง ซึ่งต่อมาได้สร้างพระนครศรีอยุธยาขึ้น เหตุนี้บรรดานักประวัติศาสตร์แต่ก่อนจึงเรียกราชวงศ์พระเจ้าอู่ทองว่าราชวงศ์เม็งราย) ส่วนในแคว้นโยนกเดิมนั้นมีกษัตริย์ปกครองต่อมาไม่นานก็ถึงแก่ความวิบัติ อันเนื่องมาจากบ้านเมืองขาดศีลธรรม และเป็นเหตุให้สิ่งนอกเหนือธรรมชาติ ลงโทษบันดาลให้บ้านเมืองจมหายกลายเป็นเวียงหนองล่องจนทุกวันนี้

ตำนานลวจังกราช (หิรัญนครเงินยาง) กล่าวถึงเมืองหิรัญนคร หรือเมืองเงินยาง ปรากฏในตำนานและพงศาวดารพื้นเมืองหลายเล่มว่า สร้างโดยลวจังราชซึ่งคงเป็นผู้นำชุมชนที่ตั้งถิ่นฐาน ณ บริเวณดอยตุง ลวจังราชเป็นปฐมกษัตริย์ในราชวงศ์นี้ ศูนย์กลางแห่งแรกของราชวงศ์ลาวเข้าใจว่าอยู่ที่เมืองหิรัญนครหรือเงินยาง ซึ่งตั้งอยู่ริมฝั่งลำน้ำแม่สาย บริเวณตัวอำเภอแม่สายในปัจจุบัน การขยายตัวของราชวงศ์ลวจังกราช หรือลาวจกกว้างขวางทั่วไปในเขตลุ่มแม่น้ำกก และอาจเลยไปถึงสิบสองปันนา

การเริ่มต้นของราชวงศ์ลวจังราชนี้ในตำนานพื้นเมืองเชียงใหม่ระบุว่าราว พ.ศ.1182 หรือในช่วงพุทธศตวรรษที่ 12 นักประวัติศาสตร์บางท่านก็เชื่อถือศักราชตามตำนาน แต่บางท่านเชื่อว่าน่าจะอยู่ในช่วงประมาณพุทธศตวรรษที่ 16 หรือ 17 ราชวงศ์ลวจังกราช ขยายอำนาจออกไปอย่างกว้างขวางในรัชสมัยของขุนเจืองซึ่งคาดว่าน่าจะอยู่ในพุทธศตวรรษที่ 17 ขุนเจืองเป็นกษัตริย์ลำดับที่ 19 ทรงขยายอาณาเขตของแคว้นหิรัญนครเงินยางออกไปอย่างกว้างขวาง ทางตะวันออกจรบชนะเมืองแกว (เวียดนามทางตอนเหนือ) ทรงได้ธิดาเมืองแกว และครองเมืองแกว ขุนเจืองส่งโอรสไปครองเมืองต่างๆ คือ เมืองเงินยางไชยนารายณ์ สามช้าง เมืองแกว และเชียงรุ่ง สิบสองปันนาไปครองเมืองต่างๆ คือ เมืองเงินยางมาจนถึงพุทธศตวรรษที่ 19 เมื่อพระยามังราย โอรสของลาวเมงสร้างเมืองเชียงราย เป็นเมืองหลวงในปี พ.ศ.1805 นับได้ว่าเมืองเงินยาง หรือ แคว้นหิรัญนครเงินยางเป็นแคว้นที่มีความเป็นปึกแผ่นมั่นคงในบริเวณลุ่มแม่น้ำกก และลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ตั้งแต่ช่วงปลายพุทธศตวรรษที่ 16 เป็นต้นมาและได้ขยายอำนาจสู่ที่ราบลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนในรัชสมัยพระยามังราย ซึ่งเป็นผู้รวบรวมอาณาจักรล้านนาขึ้นในที่สุด

ราชวงศ์ลวจังราชนั้นหากยึดตามตำนานคือชาวพื้นเมืองในเขตดอยตุง อำเภอแม่สาย เชื่อว่าเป็นชาวละว้า ต้นตระกูลคือลาวจกอาศัยอยู่บนดอยตุง นับถือผี มีพิธีตั้งเสาสะก้าง รู้จักการถลุงโลหะ ทำจอบ สมัยต่อมาได้เคลื่อนย้ายลงสู่พื้นที่ราบ สร้างเมืองหิรัญนครเงินยางที่บริเวณเมืองเชียงแสน กษัตริย์องค์แรกของราชวงศ์คือลวจังกราช ทรงมีราชโอรส 3 องค์คือ ลาวก่อ ลาวเก้อ ลาวเก้า โอรสองค์ที่ 2 องค์อิจฉาน้อง พระราชบิดาจึงโปรดให้ไปสร้างบ้านเมืองอยู่ ณ ดินแดนไกล คือ ลาวก่อไปตั้ง

รกรากอยู่ในเขตจังหวัดน่าน ลาวเก้อไปอยู่เมืองเผาลานเผापวง ส่วนลาวเก้านั้นโปรดให้สืบราชสมบัติในเวียงหิรัญนครเงินยางทรงพระนามว่าลาวเก้าแก้วมาเมือง มีกษัตริย์ปกครองเรื่อยมา จนถึงรัชกาลขุนลาวเงิน ก็โปรดให้ราชโอรสองค์หนึ่ง ทรงพระนามว่าขุนจอมธรรม ไปสร้างเมืองใหม่ขึ้น ณ เชียง ขุนภูเขหรือดอยตัวนไถ้แม่น้ำสายตา (หรือแม่น้ำอิง) เรียกเมืองนี้ว่า ภูกามยาวหรือพะเยา ขุนจอมธรรมมีโอรส 2 องค์ ขุนเจืองเป็นพี่ ขุนซองหรือจอมเป็นน้อง ขุนเจืองได้ครองราชย์สมบัติต่อมา โดยขุนเจืองเป็นที่ยอมรับในหมู่พวกลาว พวกแคว พวกข่า ข่าจราย ข่าเจือง ซึ่งอยู่ทางทิวเขาบรรทัด ทรงเป็นกษัตริย์ที่มีอำนาจมาก สามารถปราบบ้านเล็กเมืองน้อยในเขตแม่น้ำกก แม่น้ำสาย แม่น้ำวัง และลุ่มแม่น้ำโขงทางปากตะวันออก รวมพวกแควญวนเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทรงย้ายมาปกครองเมืองหิรัญนครเงินยางส่วนเมืองภูกามยาวโปรดให้ขุนซองปกครองแทน ในสมัยโบราณอ้างว่าขุนเจืองจะกลับมาเกิดใหม่สมัยพระศรีอารีย์ และที่ทุ่งเมืองเชียงคำ ไกลๆ เมืองเชียงขวางในลาวเต็มไปด้วยไผ่หนขนาดใหญ่สูงประมาณ 1-2 เมตร มีเรื่องเล่ากันว่าเป็น “ไผ่เหล้าของท้าวเจือง” ไผ่หนเหล่านี้ อาจจะสร้างขึ้นเพื่อใช้ในพิธีศพมนุษย์เมื่อราว 3,000 ปีมาแล้ว พบเศษกระดูกมนุษย์ที่ถูกเผาไฟ ขวาน กินขัด ลูกปัดแก้ว เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับสำริด และเครื่องมือเหล็กในบริเวณโดยรอบด้วย

ต่อมาขุนเจืองได้รับการยกย่องให้เป็นเทพ ดังปรากฏในการบวงสรวงศาลหลักเมืองประกาศชื่อขุนเจืองเป็นลำดับที่แปด จากบรรดาเทพเจ้าทั้งหลายที่ได้รับการบวงสรวง ตำนานราชวงศ์ต่างๆ ริมแม่น้ำโขงอ้างความเกี่ยวข้องกับขุนเจืองทั้งสิ้น โดยเฉพาะ ล้านช้าง ล้านนา แคว ซึ่งนักวิชาการบางกลุ่มเชื่อว่าตำนานเรื่องขุนเจืองมีลักษณะเป็น Culture Hero คือผู้นำทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะกึ่งความจริง เผยแพร่ความคิดความเชื่อต่างๆ ไปในหมู่คน บางครั้งก็เป็นบุคคลที่สมมุติขึ้นประกอบสถานการณ์ ที่ไม่สามารถหาเหตุผลทางวิทยาศาสตร์มารับได้ เช่นเดียวกับบรรดาพระอรหันตสาวกที่เข้ามาเผยแพร่ศาสนา และในตำนานต่างๆ ฤๅษีทั้งหลายเป็นผู้ก่อตั้งเมือง บุคคลเหล่านี้ได้รับการยกย่องนับถือโดยทั่วไปจนเกือบจะเป็นวีรบุรุษเหนือมนุษย์

เรื่องของขุนเจืองแม้จะไม่เกี่ยวกับเมืองเชียงแสนโดยตรงแต่แสดงให้เห็นว่าตำนานทั้งหลายได้พยายามสร้างความเกี่ยวพันจนอาจจะกล่าวได้ว่ามีราชวงศ์สายหนึ่งที่สืบเนื่องจาก ลวจักราชได้มีอิทธิพลทางการปกครองเหนือดินแดนทางภาคเหนือของประเทศปัจจุบัน และเป็นราชวงศ์ที่เกี่ยวข้องกับพระเจ้ามังรายปฐมกษัตริย์แห่งแคว้นล้านนา

พระเจ้ามังรายเดิมครองเมืองหิรัญนครเงินยาง ต่อมาได้สร้างเมืองเชียงราย พ.ศ.1805 โดยเอาดอยจอมทองเป็นศูนย์กลางเมือง ยกเวินเชียงรายเป็นเมืองสำคัญในการที่จะใช้เป็นฐานกำลังรวบรวมบ้านเล็กเมืองน้อยที่กระจัดกระจายอยู่เข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีการนำเอาเรื่องของขุนเจืองเมื่อ 4 ชั่วคนก่อนมาอ้างอิงเป็นบรรพบุรุษของพระองค์เพื่อสร้างความชอบธรรมในการรวบรวม

บ้านเมืองเข้ามาอยู่ใต้การปกครองของพระองค์ แต่เกิดความวุ่นวายภายในเมืองเชียงรายนาน พ.ศ.181-1819 เพราะขุนเครื่องโอรสของพระเจ้ามังรายคิดการกบฏ พระเจ้ามังรายจึงให้ประหารชีวิต

อย่างไรก็ตามการรวมอำนาจการปกครองภายนอกของขุนมังรายไม่มีอุปสรรคจากบ้านเมืองที่อยู่รอบ เพราะทรงอ้างว่ากษัตริย์เมืองต่างๆ ล้วนแต่เป็นเครือญาติกับพระองค์ โดยสืบเชื้อสายมาจากขุนเจืองทั้งสิ้น ขุนจำเมืองพะเยาเป็นกษัตริย์เข้มแข็งและเป็นมิตรกับพระร่วงแห่งเมืองสุโขทัย แต่พระองค์ก็ไม่ขัดขวางการรวมบ้านเมืองของพระเจ้ามังราย เพราะขุนจำเมืองผู้ครองเมืองพะเยาก็กินเชื้อสายของขุนของอนุชาของขุนเจือง โดยเหตุนี้พระเจ้ามังรายจึงทรงมีกำลังกล้าแข็งและในที่สุดก็สามารถยึดแคว้นหริภุญไชยที่เป็นศูนย์กลางความเจริญของกลุ่มแม่น้ำปิงตอนบน ดังปรากฏหลักฐานในตำนานและพงศาวดาร กล่าวถึงเหตุผลที่พญามังรายต้องการครอบครองเมืองหริภุญไชย เพราะเป็นเส้นทางผ่านของสินค้าจากเมืองทางตอนบนขึ้นไป คือฝาง ลงมาสู่เมืองทางตอนใต้ได้แก่อยุธยา หรืออยุธยา โดยที่มีเมืองเขลางค์ในลุ่มแม่น้ำวังมีความสำคัญรองลงมา อีกประการหนึ่งคือ ในช่วงเวลาดังกล่าว สุโขทัย และล้านนา ต้องการขจัดความยิ่งใหญ่ของพวกขอม และมอญในพื้นที่ภาคกลาง, ภาคเหนือ จึงร่วมมือกันตีบ้านเมืองต่างๆ ที่เคยเป็นดินแดนของขอม, มอญ มาก่อน ถือเป็นความร่วมมือในด้านการทหารที่สำคัญยิ่งในประวัติศาสตร์สองแคว้น เมื่อผนวกดินแดนของหริภุญไชย เข้ากับเชียงรายนแล้ว ทรงสถาปนาเมืองเชียงใหม่ขึ้นเป็นเมืองหลวงแห่งแคว้นล้านนา ใน พ.ศ. 2839 โดยที่มีการเจริญสัมพันธ์ทางไมตรีกับเมืองที่อยู่ทางใต้ โดยเฉพาะเมืองสุโขทัย ดังปรากฏว่าพบการกระจายตัวของเครื่องปั้นดินเผาแบบสังคโลกในเขตภาคเหนือตอนบน การสร้างเตาเผาเครื่องถ้วยที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับเครื่องถ้วยสุโขทัยอันอาจจะเป็นผลมาจากความร่วมมือทางการทหารในขั้นแรก ดังนั้นเมืองเชียงรายนถูกลดความสำคัญลงเป็นเมืองหน้าด่านทางตะวันตกฐานะเป็นเมืองลูกหลวงมีขุนเครื่องปกครองต่อมา เนื่องจากพระเจ้ามังรายเสด็จไปประทับที่เมืองเชียงใหม่

ต่อมา พระเจ้าแสนภูพระราชนัดดาของพระเจ้ามังราย โอรสของขุนเครื่องขึ้นครองเมืองเชียงรายน ใน พ.ศ.1882 ทรงฟื้นฟูเมืองเก่าริมแม่น้ำโขงปากตะวันตกเรียกว่าเมืองรอย เชื่อว่าเป็นเมืองเก่าสมัยโยนกแล้วให้ชื่อว่าเมืองเชียงแสน ซึ่งกลายเป็นเมืองลูกหลวงแทนที่ เมืองเชียงรายนประวัติศาสตร์เมืองแสนเริ่มต้นขึ้นนับแต่นั้น

2.2 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

นิยามและความหมายของการท่องเที่ยว

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยว มีผู้ศึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง "การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ " (ออนไลน์, 2555, <http://tourismatbuu.wordpress.com>) ส่วนประกอบ ผลงาม และ ภัทรธิดา ผลงาม (2545) ได้สรุปไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังสถานที่ต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือศึกษาหาความรู้ รวมถึงจอมขวัญ ลอยศักดิ์วงศ์ (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง โดยมีจุดหมายปลายทางและพักค้างคืนในสถานที่ต่างๆ นั้น ซึ่งเป็นการพักค้างคืนชั่วคราว ไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวร การประกอบอาชีพหรือการทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือท่องเที่ยว และ วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2552) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้ องค์การการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ (World Tourism Organization-WTO) กำหนดไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางโดยระยะทางมากกว่า 80 กิโลเมตรจากบ้าน เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ

จากความหมายต่างๆ ดังกล่าว พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติ เพื่อเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ และมีได้ถูกบังคับ ซึ่งการเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์เดียวหรืออาจมีหลายวัตถุประสงค์ ซึ่งเป็นการเดินทางไปเพียงชั่วคราว เมื่อเสร็จสิ้นก็จะเดินทางกลับมายังที่อยู่อาศัยเดิม โดยวัตถุประสงค์ของการเดินทาง คือ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือการท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ การเดินทางเพื่อทำธุรกิจ การประชุมสัมมนา และการเยี่ยมญาติหรือเพื่อน

นิยามและความหมายของนักท่องเที่ยว

ผุสสดี วัฒนเมธา, อรุณี พึ่งวัฒนานุกุล, สุนทรี สุวรรณสมบูรณ์, และจารุณี กมลขันติธร (2552) ได้ทำการสรุปความหมายของนักท่องเที่ยวที่องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งองค์การสหประชาชาติได้กำหนดไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวนานาชาติ (Inbound Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปพำนักอยู่ในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่ของตนในระยะเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งคืน แต่ไม่เกินหนึ่งปี ด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปหารายได้ และบุคคลใดที่เดินทางตามลักษณะดังกล่าวแต่พำนักในสถานทีนั้นๆ น้อยกว่าหนึ่งคืน เรียกว่า นักทัศนจร (International Excursionists)

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง บุคคลใดก็ตามที่พำนักอยู่ในประเทศหนึ่งและจะเป็นคนสัญชาตินั้นหรือไม่ก็ตาม เดินทางไปสถานที่อื่นภายในประเทศนั้น นอกเหนือจากการเป็นอยู่ตามปกติของเขาในช่วงระยะเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงหรือหนึ่งคืน โดยมีวัตถุประสงค์อื่นๆ ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เป็นรายได้จากสถานทีนั้น โดยมีแรงจูงใจในการเดินทางเพื่อเหตุผลดังนี้

2.1 การเดินทางที่ใช้เวลาเพื่อการพักผ่อน วันหยุด สุขภาพ การศึกษา ศาสนา และการกีฬา

2.2 การเดินทางเพื่อธุรกิจ และเพื่อวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

ส่วนนักทัศนจร (Excursionists) เป็นบุคคลที่เดินทางตามลักษณะดังกล่าวแล้ว แต่พำนักในสถานทีนั้น ๆ น้อยกว่าหนึ่งคืน

และ จิราภรณ์ พรหมเทพ (2554) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยว จำแนกเป็น

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourist or International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นอยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรนั้น

3. นักทัศนจร (Excursionists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่ค้างพักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักทัศนจร ซึ่งนักทัศนจร จำแนกเป็น

3.1 นักทัศนาจรชาวต่างประเทศ (Foreign Excursionists) หมายถึง นักทัศนาจรชาวต่างประเทศ ที่เดินทางมาจากต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

3.2 นักทัศนาจรในประเทศไทย (Domestic Excursionists) หมายถึง นักทัศนาจรที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทย ซึ่งอาจเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรอยู่ในประเทศไทย หรือในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งก็ได้ เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวร

นอกจากนั้นยังจะพบคำว่า "ผู้มาเยือน" (Visitors) ซึ่งหมายถึง รวมถึงผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยจะจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักทัศนาจรก็ได้ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติหรือนิยามในข้อใด

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2549) ได้กล่าวไว้ในคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ดังนี้

1. ความสำคัญของมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้น แต่มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นประเภทอื่น เนื่องจากมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม รวมถึงความผูกพันทางจิตใจต่อชนรุ่นหลัง ประเทศไทยมีแหล่งประวัติศาสตร์จำนวนมาก กระจายอยู่ตามภาคต่างๆ ทั่วประเทศไทย และและมีความเป็นเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดดึงดูดสำคัญด้านการท่องเที่ยว แต่การเปิดแหล่งประวัติศาสตร์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยขาดการจัดการที่ดีอาจทำให้โบราณสถานและสภาพแวดล้อมของแหล่งประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรมได้ จนบางครั้งยากต่อการฟื้นฟูแก้ไขให้กลับคืนสู่สภาพเดิม และส่งผลกระทบทางลบต่อการท่องเที่ยวในที่สุด ดังนั้น การกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนสำหรับให้หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เพื่อยกระดับมาตรฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทย และยังสามารถใช้เป็นสิ่งบ่งบอกให้นักท่องเที่ยวรับรู้ในคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่ง

หมายถึงการเพิ่มขึ้นของรายได้ทางการท่องเที่ยวของประเทศด้วย รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

2. นิยามของคำสำคัญ

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของไทย ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ปราสาทหินพิมาย และอนุสาวรีย์ชาวบ้านบางระจัน สะพานข้ามแม่น้ำแคว เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้ มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อาจจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ต่างๆ อาทิ ทัวร์เส้นทางศิลปะขอม ตามรอยพ่อขุนเม็งราย เที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ต่างๆ เป็นต้น

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพ และความมีคุณภาพเพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์นั้นด้วย

ดัชนี (Index) หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้กำหนดคุณลักษณะขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

ตัวชี้วัด (Indicator) หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่กำหนดขึ้นเพื่อแสดงถึงคุณสมบัติของแต่ละดัชนีซึ่งตัวชี้วัดในการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มีทั้งที่อยู่ในรูปของค่าเชิงคุณภาพหรือในรูปของค่าเชิงปริมาณ

3. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในที่นี้ประกอบด้วย

- 1) อุทยานประวัติศาสตร์ (Historical Park)
- 2) ซากอารยธรรม แหล่งโบราณคดี เมืองโบราณ (Dead Monuments/Archaeological Sites/ Old Town)
- 3) พระราชวัง วัง พระตำหนัก ดำหนัก พระที่นั่ง คุ่ม (Palace/Residence of royalty)
- 4) ศาสนสถาน (Religious Place)
- 5) ปราสาทหิน ปรางค์ กู่ (Sandstone Sanctuary)
- 6) อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาลวีรชน สุสาน (Monument)
- 7) พิพิธภัณฑ์ทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและศิลปะร่วมสมัย (Historical and Cultural Museum)
- 8) ป้อมปราการ กำแพงเมือง ประตูเมือง คูเมือง (Fortress/City Wall / City Gate/Moat)
- 9) สิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรม (Other Historical and Cultural Elements)

- 10) สิ่งปลูกสร้างที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม (Architectural Building)

4. กรอบแนวคิดและการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเข้าไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวใดนั้น แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความดึงดูดใจและความน่าสนใจอยู่ในระดับที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งศักยภาพในการดึงดูดใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประกอบด้วยหลายปัจจัย ได้แก่ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง ความปลอดภัย และความสามารถในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวควรมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวด้วย ไม่ว่าจะเป็นในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และการสนับสนุนทางด้านนโยบาย ด้านงบประมาณ และด้านบุคลากร จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การที่แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถดำรงอยู่ได้นั้น การบริหารจัดการเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญ ทั้งในด้านการจัดการด้านการอนุรักษ์ การฟื้นฟูสภาพของแหล่งท่องเที่ยว การมีมาตรการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดการด้านการท่องเที่ยว เช่น การบริการและการจัด

กิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม นอกจากนี้ จากเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อการรักษาวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวนั้น ทำให้การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในครั้งนี้จึงให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก รวมทั้งการจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นด้วย

จากแนวคิดในการกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ดังกล่าวข้างต้น ทางคณะผู้ศึกษาจึงได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ไว้ 3 ด้าน ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น ความโดดเด่นและความมีเอกลักษณ์ ความงดงามทางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรม รวมถึงความมีชื่อเสียงและความเป็นที่ยอมรับทางประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาอันชาญฉลาดของคนในอดีต อีกทั้งศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

สำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. คุณค่าทางประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย 8 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ 2) หลักฐานทางโบราณคดี 3) ความเป็นเอกลักษณ์ของยุคสมัย 4) ความเป็นเอกลักษณ์ทางกายภาพของแหล่งประวัติศาสตร์ 5) ความสมบูรณ์และความสวยงามทางสถาปัตยกรรม 6) ความสมบูรณ์และความสวยงามทางศิลปกรรม 7) ความมีชื่อเสียงและความเป็นที่ยอมรับของแหล่งประวัติศาสตร์ 8) ความผูกพันต่อท้องถิ่น

2. ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการรองรับด้านท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งประวัติศาสตร์นั้นๆ ให้มีความสำคัญ และมีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แหล่ง

ประวัติศาสตร์อาจมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าไปท่องเที่ยว ส่งผลให้ศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย สำหรับศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
2. ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล การดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดการด้านการท่องเที่ยว

2) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของแหล่งประวัติศาสตร์แก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

3) การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้นๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

เกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มี 2 ด้าน ได้แก่

1. การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ 3) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

2. การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก 4) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 5) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ดวงจันทร์ อาภาวัชรุตม์ เจริญเมือง (2545) กล่าวว่า หลักการการพัฒนาที่ยั่งยืนก็คือความสมดุลระหว่างมิติทางสังคม มิติทางเศรษฐกิจ และมิติทางสิ่งแวดล้อม โดยมีส่วนปลีกย่อยของมิติด้านต่างๆ ดังนี้

1. มิติทางสังคม การพัฒนาที่ยั่งยืนต้องทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีการศึกษาที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และสังคมนั้นต้องเป็นสังคมธรรมรัฐ มีประสิทธิภาพและมีความโปร่งใสในการบริหาร สามารถตรวจสอบได้ ประชาชนมีโอกาสที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในโครงการต่างๆ ของรัฐ ประชาชนมีส่วนร่วมในการคิดโครงการขนาดใหญ่หรือกำหนดแผนการพัฒนาที่มีผลกระทบต่อสังคมตั้งแต่ต้น

2. มิติทางเศรษฐกิจ สังคมที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องเป็นสังคมที่มีระบบเศรษฐกิจที่มั่นคง ไม่พึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก และระบบเศรษฐกิจนั้นมีการเติบโตไม่ใช่หยุดนิ่งอยู่กับที่ แต่ต้องมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมและเสมอภาค

3. มิติทางสิ่งแวดล้อม คุณภาพสิ่งแวดล้อมแต่ละด้านต้องอยู่ในระดับมาตรฐานหรือดีกว่ามาตรฐาน ประชาชนและรัฐใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า มิติทางสิ่งแวดล้อมต้องได้รับการนำไปพิจารณาในฐานะเป็นต้นทุนการผลิต

หากการพัฒนาทั้งสามมิติดำเนินไปอย่างสมดุล ก็จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่คนในยุคต่อไปสามารถมีชีวิตที่มีคุณภาพที่ดีหรือดีกว่าคนในยุคปัจจุบัน

จิราภรณ์ พหรมเทพ (2554) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับการพัฒนาไว้ว่า การพัฒนา คือ สิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อมนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เป็นชุมชน จะต้องมี "ผู้นำกลุ่ม" และ "ผู้ตาม" คือ ประชาชนหรือคนในกลุ่ม ซึ่งในชุมชนย่อมมี ผู้นำกลุ่ม ที่คอยควบคุมและดูแลสิ่งต่างๆ ภายในชุมชน อาจเรียกว่าการบริหารหรือการพัฒนาภายใน เพื่อให้เกิดความสงบเรียบร้อยและความสุข และในบางกรณีการควบคุมดูแลอาจเกี่ยวข้องกับภายนอกด้วย ซึ่งการพัฒนาต้องอาศัยวิวัฒนาการ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความนิยมในทางเศรษฐศาสตร์ การปฏิบัติการทางสังคม และความขัดแย้งทางสังคม เพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้นำในการพัฒนาชุมชนเต็มศักยภาพ

หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

อุษาวดี พูลพิพัฒน์ผล (2545) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีหลักการดังนี้

1. Using Resource Sustainable การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว

2. Reducing Over-consumption and Waste การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็น และการลดของเสีย จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาวและเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวไปในตัว

3. Maintaining Diversity การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

4. Integrating Tourism into Planning การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับ กรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะ ช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว

5. Supporting Local Economic การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมของท้องถิ่นโดย คำนึงถึงราคาและการพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัดแต่ยังป้องกัน สิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดการทำลายอีกด้วย

6. Involving Local Communities เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในด้านการ จัดการผลตอบแทนของประชาชนและสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการท่องเที่ยว

7. Consulting Stakeholders and the Public การประสานความร่วมมือระหว่าง ผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบัน ที่เกี่ยวข้องเพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา

8. Training Staff การฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดคล้องแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการ พัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกๆ ระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

9. Marketing Tourism Responsibly ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยวโดยมุ่ง สร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกทั้งช่วย ยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

10. Undertaking Research การวิจัยและติดตามผลเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพ ปัญหา เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

อุษาวดี พูลพิพัฒน์ผล (2545) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึงความต่อเนื่องของ ทรัพยากรธรรมชาติและความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยวและ สามารถมอบประสบการณ์นันทนาการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) หมายถึงการเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับและคุณภาพ ชีวิตของคนในชุมชน

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) หมายถึง ความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร

หลักการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในการประชุม Globe' 90 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้หลักการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไว้ (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. 2544) ดังนี้

1. เป็นการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainably) โดยเน้นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว

2. ลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสีย (Reducing Over Consumer and Waste) จะช่วยลดความเสี่ยงค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย

3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintaining Diversity) มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น (Supporting Local Economics) โดยที่ได้พิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ซึ่งไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัดแต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย

6. การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นสาขาการท่องเที่ยว (Involving Local Communities) ซึ่งจะไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชากรและสิ่งแวดล้อมโดยรวมแต่ยังจะช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวด้วย

7. การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชน ท้องถิ่นองค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) มีความจำเป็นในอันที่จะร่วมงานกันไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหา และลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

8. การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับของการบริการการท่องเที่ยว

9. การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล (Marketing Tourism Responsibly) จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10. การวิจัยและติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ (Undertaking Research) จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ประภาพร พนมโร และคณะ (2550) ได้ให้ความเห็นว่าเป็นการมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลง (Paradigm Shift) ที่เปลี่ยนจากสังคมบริโภคนิยมสู่สมัยสังคมเป็นใหญ่) ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนาจึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน กล่าวโดยสรุป กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ไม่เสื่อมคลาย กิจกรรมการบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะต้องไม่มีหรือมีน้อยที่สุด มีแต่การจัดการที่ยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

ธนธรณ์ ทองหอม (2548) ได้กล่าวถึง การวางแผนพัฒนาและส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตแบบยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพจะต้องเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์ และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการกำหนดตลาดเป้าหมาย และจุดขายหรือคุณค่าในการตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม จากนั้นจึงมานำมากำหนดเป็นกิจกรรมและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การศึกษาและการพัฒนาอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว

1.1 การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางอุปสงค์ เป็นการศึกษาถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดนักท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งในระดับทั่วไปของภาพรวม การท่องเที่ยวโลก ภาคพื้นเอเชีย-แปซิฟิก และกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย เพื่อเป็นพื้นฐานในการแสวงหาโอกาสทางการตลาด (Market Opportunity) ความต้องการของนักท่องเที่ยว (Tourist Demand) และขนาดของอุปสงค์สำหรับนำไปใช้ในเชิงวิเคราะห์และพัฒนาอุปสงค์ให้สอดคล้องกับอุปทาน (Demand and Supply Configuration)

1.2 การพัฒนาทางด้านอุปทานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการวิเคราะห์ทางด้านอุปทาน เพื่อกำหนดวิธีการในการพัฒนากลยุทธ์ (Strategy Formulation) เพื่อให้สามารถสร้างสิ่งตอบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน การสร้างจุดขาย และการสร้างภาพพจน์ของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยมีแนวทางในการศึกษาในแนวทางหลักที่สำคัญ คือ

1.2.1 การศึกษาหาคุณค่าสำคัญในการตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาหาวิธีสร้างปัจจัยทางคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยพิจารณาจากระดับคุณค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และรายละเอียดของคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวทุกระดับ

1.2.2 การพัฒนาด้านอุปทานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นการจัดการเพื่อพัฒนาโครงสร้างของแหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการพัฒนาประเทศไทยในเชิงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก (Thailand's Destination Analysis)

1.2.3 การกำหนดความรับผิดชอบและการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้เกี่ยวข้องทั้ง 5 ภาคี คือ รัฐบาล เอกชน ส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น เป็นการศึกษาโครงสร้างองค์กร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดบทบาทความรับผิดชอบในการทำงานและการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างภาคี อันจะนำไปสู่ การขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

2. กลยุทธ์การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.1 กิจกรรมเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยว เป็นการเรียนรู้ เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิต โดยไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อการเสื่อมสลายของทางชีวภาพ วัฒนธรรม วิถีชีวิต การท่องเที่ยวมุ่งเน้นการสร้างภูมิปัญญาพร้อมๆ กับการอนุรักษ์และให้เคารพสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.2 การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงคน เสริมสร้างจิตใจ คนในสังคมให้มีคุณธรรม จริยธรรม ความเอื้ออาทรต่อกัน และเสริมสร้างปัญญา/การเรียนรู้

2.3 กิจกรรมการพัฒนาต้องคำนึงถึงกระแสการท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ประกอบด้วย ความปลอดภัย (Security) ความสะอาด (Sanitation) ความพึงพอใจ (Satisfaction)

2.4 คำนึงถึงกระแสโลกาภิวัตน์ ที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม (Participation) และสิทธิมนุษยชน (Human Rights) ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมทั้งในการพัฒนาและการได้รับประโยชน์จากการพัฒนา ความเสมอภาคที่ทุกคนมีโอกาสได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งด้านสินค้า กิจกรรม และการบริการ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับทุกกลุ่มโดยให้ความสำคัญต่อเด็ก สตรี คนชรา คนพิการ โดยไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา

เพศ ภาษา และการได้ประโยชน์อย่างเหมาะสม การจัดกิจกรรมที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ

2.5 การท่องเที่ยวที่มีฐานะเป็นกลไกช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเชื่อมโยงระหว่าง มนุษยชาติ ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม ศาสนา จารีตประเพณี ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลและความยั่งยืนในโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมไทย ฉะนั้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่จัด ขึ้นจะต้องส่งเสริมการรักษาวัฒนธรรมอันดีและเอกลักษณ์ของชาติ

2.6 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะต้องให้การศึกษาแก่เยาวชนและ ประชาชนให้มีความตระหนักต่อการรักษาวัฒนธรรมประเพณี และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมการ ท่องเที่ยวในทิศทางที่เหมาะสม

2.7 การส่งเสริมกิจกรรมที่ช่วยกระจายกระจายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น การเรียนรู้ วัฒนธรรม วิถีชีวิตระหว่างท้องถิ่น

2.8 การท่องเที่ยวมุ่งส่งเสริมให้เกิดคุณภาพชีวิต สังคม และความเป็นอยู่ที่ดี นำ ผลประโยชน์ที่พึงประสงค์สู่ท้องถิ่น

2.9 การพัฒนาการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิทธิของชุมชนในการใช้ประโยชน์จาก สาธารณะสมบัติต่างๆ

2.10 การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงกลยุทธ์ทั้ง 2 มิติ มิติที่ 1 ด้านการรักษา สภาพแวดล้อม และมิติที่ 2 ด้านการจัดการ

ความสำคัญ องค์ประกอบและหลักการของการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (มปป.) ได้กล่าวถึง ความสำคัญ องค์ประกอบและหลักการของการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

การท่องเที่ยวแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งจำเป็นพื้นฐานหรือปัจจัย 4 ของการดำรงชีวิต แต่ก็เป็นเรื่อง ของการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นนันทนาการ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาในการเสริมคุณภาพชีวิตเพราะการ ท่องเที่ยวถือเป็นการผ่อนคลายความเครียด พร้อม ๆ กับได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ได้เห็นความ สวยงาม ได้สัมผัสกับวิถีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปจากที่เคยได้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น และได้สร้างความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วย สำหรับประเทศไทยเรานั้นถือได้ว่ามี ศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปสัมผัส ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource) และ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรม (Cultural Resource) ที่มีคุณค่าทางโบราณคดีและศิลปะ ซึ่ง กระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ จากที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาท สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยว

1.1 ด้านเศรษฐกิจ

1) การท่องเที่ยวทำให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก

2) รายได้ที่ได้มาในรูปแบบเงินตราทั้งในประเทศและต่างประเทศจากการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้ดุลภาพของการชำระเงินได้

3) รายได้จากการท่องเที่ยวจะกระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เมื่อมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นครั้งหนึ่งในระบบเศรษฐกิจจะก่อให้เกิดการใช้จ่ายต่อ ๆ กันไปอีกหลายรอบ เพราะเมื่อมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นครั้งหนึ่งจะก่อให้เกิดรายได้แก่คนบางกลุ่มหรือกิจกรรมบางประเภท บุคคลหรือกิจกรรมที่ได้รับรายได้นี้จะนำรายได้ส่วนหนึ่งใช้จ่ายต่อไปเรื่อย ๆ

4) การท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในการผลิตและการจำหน่าย เนื่องจากการท่องเที่ยวมิได้พึ่งดินฟ้าอากาศเป็นหลักเช่นเดียวกับการเกษตร ผลผลิตที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวได้แก่ ความงดงามตามธรรมชาติ ความเจริญทางด้านวัฒนธรรมของชาติในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มทวีมากขึ้นทุกปี อาจมาจากสาเหตุต่างๆ กัน เช่น ความสะดวกรวดเร็วของการคมนาคม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง

1.2 ด้านสังคม

1) การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่อื่น ได้มีโอกาสพบปะหรือทำกิจกรรมร่วมกันมีส่วนช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดีต่อกัน ก็จะเป็นการลดช่องว่างทางสังคมของประชากรได้เป็นอย่างดี ความสงบสุขย่อมเกิดขึ้นในสังคม

2) การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

3) การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้นไหลและการเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำในเมืองของประชาชนชนบท

1.3 ด้านการสนับสนุน พื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

การสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของชาติ ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ชาติไทยเป็นชาติเก่าแก่ที่มีมรดกทางวัฒนธรรมเป็นของตนเองมาเป็นความภูมิใจและความหวงแหน การฟื้นฟูเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจึงเป็นการรักษาสืบตอดมเหล่านี้ไว้เพื่ออนุชนรุ่นหลังด้วย ดังจะเห็นได้จากงานฟื้นฟูประเพณีต่างๆ ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมมากขึ้นโดยคง

รักษาจุดมุ่งหมายเดิมไว้ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นต้น

1.4 ด้านสุขภาพ

การที่ได้มีโอกาสเดินทางพักผ่อนตามความพึงพอใจไม่จำเป็นที่จะเป็นการท่องเที่ยวธรรมชาติ อันงดงาม การไปยิมนกตกปลา หรือการได้เที่ยวชมความเจริญก้าวหน้าของเมืองใหญ่ๆ ได้พบเห็นสิ่งที่ยังไม่เคยได้เรียนรู้มาก่อน ย่อมทำให้เกิดความเบิกบาน ความสบายใจจะช่วยบรรเทาความเหน็ดเหนื่อยเคร่งเครียดจากการทำงานได้ เป็นผลให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีขึ้น

1.5 ด้านการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้น

เมื่อเกิดการท่องเที่ยวไปยังส่วนต่าง ๆ ของประเทศไปยังชนบทที่ห่างไกล ไปยังป่าเขา แม่น้ำลำธารก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อมเหล่านั้น ทำให้เกิดการปรับปรุงสภาพแวดล้อม ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนร่วมมือกันในการรักษาสภาพต่างๆ ไว้ไม่ให้ถูกทำลายด้วยความตระหนักถึงสำคัญของสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงรักษาสภาพแวดล้อมต่างๆ ให้ดีขึ้น

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญยิ่งทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไปในตัว นอกจากนั้น การท่องเที่ยวยังเป็นผลดีต่อสุขภาพ และเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย

2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว

เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติซึ่งสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด เป็นต้น บางแห่งได้รับการจัดให้เป็นสวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์เปิด เป็นต้น

2) ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man- made Tourism Resource) นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหนและปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออก 3 ชนิด ได้แก่

(1) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง คูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

(2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Culture and Rural Way of Life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีในรอบปี ทั้งประเพณีในราชสำนัก (พระราชพิธีต่างๆ) ประเพณีไทย ประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีกินเจ หรือประเพณีถือศีลอดอาหาร งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น พิธีโกนจุก พิธีแต่งงาน พิธีบวช และพิธีศพ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ได้แก่ การสร้างบ้านเรือน ชุดแต่งกาย อาหารประจำถิ่น การประดิษฐ์ของใช้เพื่อการดำรงชีวิต ภาษาพูดในท้องถิ่นและวรรณคดีพื้นบ้าน เป็นต้น หมู่บ้านที่มีวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะนับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ หมู่บ้านทอผ้าหมู่บ้านท่าแร่ หมู่บ้านช้าง รวมถึงตลาดนัด ตลาดน้ำ เป็นต้น

(3) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์ บันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์การแสดงศิลปะสมัยใหม่ แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า ศูนย์การประชุม เป็นต้น

2.2 การบริการการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) หมายถึง การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการใช้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

อย่างไรก็ดี ความไม่ปลอดภัยอาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา ซึ่งภัยต่างๆ เหล่านั้นอาจเป็นอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว จึงควรมีมาตรการในการสร้างความ

ปลอดภัยอย่างจริงจัง และเป็นหน้าที่ของทุกคนที่จะต้องให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการบริการการท่องเที่ยว

2.3 การตลาดการท่องเที่ยว

การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในนั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยว ทำได้ 2 วิธี

1) การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และการบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น

2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน

กล่าวได้ว่า ในการพิจารณาองค์ประกอบภายในระบบการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกันและมีความสัมพันธ์ต่อกัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ซึ่งความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมนอกระบบที่เกี่ยวข้องเกี่ยวพันเป็นอุปสรรคหรือได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น

3. รูปแบบการท่องเที่ยว

3.1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ สังคมหรือชุมชนตามธรรมชาติ เพื่อชื่นชมและเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม ปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินป่า การดำน้ำ การศึกษาวิถีชีวิต เป็นต้น

3.2 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตรที่

ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและผลิตผลในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่างๆ ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

3.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย นักท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากมาย การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยม คือ “โฮมสเตย์” นักท่องเที่ยวจะได้เข้าไปพักอาศัยกับชาวบ้านในชุมชน และดำเนินชีวิตเช่นเดียวกับชาวบ้าน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมี 2 ประเภท ได้แก่

1) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing) เป็นการท่องเที่ยวที่ผนวกโปรแกรมการทำกิจกรรมบำบัดหรือฟื้นฟูโรค

2) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นการท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และพักในโรงแรมหรือรีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ ร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่สถานที่นั้นๆ จัดขึ้น เช่น การนวดแผนไทย บริการอาบน้ำแร่ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกหรือมีเหตุจูงใจที่จะไปท่องเที่ยว

4. หลักการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว หลักการดำเนินการที่สำคัญมี 5 ประการดังนี้

4.1 เร่งพัฒนา บุคลากร ฟื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริม

บทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

4.2 เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิง

อนุรักษ์การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

4.3 เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

4.4 เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่นๆ โดยรอบ ทั้งทางด้านการตลาด การลงทุน และการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

4.5 บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย

5. การวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นนโยบายที่สำคัญของประเทศ เพราะการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวนมหาศาล ซึ่งถือเป็นรายได้อันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าและบริการอื่นๆ รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีคูณขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ตามภูมิภาค ก่อให้เกิดการสร้างสรรคการพัฒนาภูมิภาคต่อเนื่องกันไปเป็นลูกโซ่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานใหม่ให้กับภูมิภาคเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากร โดยเฉพาะทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม โดยอยู่ในรูปของสินค้าและบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นับได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตสามารถจำหน่ายได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับความเหมาะสม และความสามารถในการจำหน่าย และยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดปัญหาการว่างงาน ประชากรมีรายได้ส่งผลให้รัฐบาลสามารถเก็บภาษีอากรได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย

นอกจากนั้น การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ สันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี ความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน การอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ รู้สึกรักหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัย และที่สำคัญไปกว่านั้น การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้

ทรัพยากรในท้องถิ่น มาประดิษฐ์ของใช้ในรูปสินค้าและบริการพื้นเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ความสำคัญของการท่องเที่ยวดังกล่าว ทำให้การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องมีทิศทางและแนวทางที่เหมาะสม ซึ่งต้องใช้กระบวนการในการวางแผนอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การกำหนดนโยบายที่ชัดเจน มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์หรือแผนแม่บท จากนั้นนำแผนงานและโครงการไปสู่การปฏิบัติ โดยมีการอำนวยการและกำกับติดตามผลจนบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็เช่นเดียวกัน ต้องมีการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีคณะกรรมการหรือคณะทำงานเข้ามารับผิดชอบตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การจัดทำแผนยุทธศาสตร์หรือแผนแม่บท แล้วนำแผนไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังในการจัดทำแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยที่แผนดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่บอกถึงแนวทางในการดำเนินงาน แผนงาน โครงการต่างๆ ที่จะตอบสนองตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยแผนแม่บทควรมีระยะเวลา 3 - 5 ปี ในส่วนของการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจดำเนินการได้ 3 แนวทาง ได้แก่

1) จัดจ้างสถาบันการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวดำเนินการจัดทำแผนแม่บทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

2) ส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดทำแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวหรือการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้แก่เจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถจัดทำแผนฯได้เอง

3) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกแห่งภายในจังหวัดรวมกลุ่มกันเพื่อทำโครงการจัดทำแผนแม่บทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยขอรับการสนับสนุนการดำเนินงานจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นผู้ประสานงานและอำนวยการในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งทั้ง 3 แนวทาง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถเลือกดำเนินการได้ตามความเหมาะสม โดยยึดหลักการของการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา สำรวจข้อมูล และจัดหมวดหมู่ข้อมูล

เป็นขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ข้อมูลที่จำเป็นในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องอาศัยข้อมูลในด้านต่างๆ ประกอบนอกเหนือจากข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ภาพระดับกว้าง และการพัฒนาการท่องเที่ยวจะได้สอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่นๆ ด้วย ข้อมูลที่ต้องทำการศึกษานั้นประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ ด้านทั่วไปด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 สํารวจข้อมูลด้านทั่วไป ได้แก่

- (1) สภาพทางกายภาพของพื้นที่ ได้แก่
 - (1.1) ที่ตั้งและเขตการปกครอง
 - (1.2) สภาพภูมิประเทศ เช่น ความสูงของพื้นที่ แหล่งน้ำ
 - (1.3) สภาพภูมิอากาศ เช่น อุณหภูมิ ปริมาณฝนตก ทิศทางลม ฤดูกาล
 - (1.4) ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ เหมืองแร่
 - (1.5) ภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย วาตภัย ลมมรสุม ปรากฏการณ์สึนามิ
 - (1.6) การใช้ที่ดิน
- (2) สภาพเศรษฐกิจ ได้แก่
 - (2.1) ผลผลิตมวลรวมของพื้นที่
 - (2.2) รายได้ต่อหัวของประชากร
 - (2.3) อาชีพพื้นฐานของประชากร
 - (2.4) โครงสร้างทางเศรษฐกิจ
 - (2.5) การจ้างงานทางตรงและทางอ้อมจากการท่องเที่ยว
- (3) ลักษณะประชากร ได้แก่
 - (3.1) จำนวนและอัตราการเพิ่มประชากร
 - (3.2) อัตราการเกิด การตาย การอพยพของประชากร
 - (3.3) จำนวนแรงงานและสัดส่วนของประชากรที่มีต่อการท่องเที่ยว
- (4) สภาพสังคม ได้แก่
 - (4.1) ประวัติความเป็นมาของพื้นที่
 - (4.2) การนับถือศาสนา
 - (4.3) สภาพการศึกษา
 - (4.4) ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ การละเล่น กีฬาท้องถิ่น
 - (4.5) สภาพทั่วไปด้านสาธารณสุข

1.2 สํารวจข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

- (1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า เขา ถ้ำ น้ำตก ชายหาด เกาะ เป็นต้น
- (2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์/ศาสนา เช่น วัด โบราณสถาน เป็นต้น
- (3) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น งานประเพณี กีฬา การละเล่น เป็นต้น

1.3 สํารวจข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่

- (1) เส้นทางโครงข่ายการคมนาคม

- (2) ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์
- (3) จำนวนร้านค้า ร้านอาหาร สถานบริการ
- (4) จำนวนที่พักค้างแรม จำนวนห้องพัก ราคาค่าบริการ

1.4 สํารวจข้อมูลด้านการตลาดท่องเที่ยว ได้แก่

- (1) จำนวนและที่มาของนักท่องเที่ยว
- (2) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ
- (3) การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว
- (4) โครงสร้างของนักท่องเที่ยว เช่น เชื้อชาติ อายุ ศาสนา
- (5) การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว
- (6) รูปแบบการเดินทาง เช่น ขับรถมาเที่ยวเอง มากับบริษัทนำเที่ยว

ข้อมูลทั้ง 4 ด้านนี้อาจมีวิธีรวบรวมที่แตกต่างกันออกไป เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพพื้นฐานทั่วไป ส่วนใหญ่จะสามารถรวบรวมได้จากเอกสารและส่วนราชการที่เกี่ยวข้องโดยตรง แต่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทั้งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว และความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ต้องอาศัยเทคนิคในการเก็บข้อมูลเพิ่มขึ้น เช่น การสำรวจภาคสนาม เพื่อจะได้รู้จักพื้นที่สัมผัสความรู้สึก และรับรู้ปัญหาที่แท้จริง การสังเกตการณ์และการออกแบบสัมภาษณ์เก็บข้อมูลก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ได้มาซึ่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างเที่ยงตรง

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์และกำหนดข้อได้เปรียบเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยว

เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเบื้องต้นมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น โดยการเปรียบเทียบกับพื้นที่ใกล้เคียงว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ สามารถแข่งขันกับพื้นที่เป็นแบบเดียวกันได้หรือไม่ อย่างไรก็ตามที่ควรนำมาพิจารณาในการวิเคราะห์และกำหนดข้อได้เปรียบเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

2.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การรับรู้ของคนทั่วไปต่อการท่องเที่ยวของท้องถิ่น เช่น เมื่อพูดถึงวัฒนธรรมแบบชาวเหนือ คนก็จะนึกถึง จ.เชียงใหม่ เมื่อพูดถึงหาดใหญ่ คนก็จะนึกถึงแหล่งจับจ่ายซื้อของ เป็นต้น

2.2 ที่ตั้ง หมายถึง ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่ท่องเที่ยวอยู่ในเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวหลักของประเทศ หรือมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจใกล้เคียงหรือไม่

2.3 ความสนใจของท้องถิ่น หมายถึง ทศนคติของคนในท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวว่าเป็นไปในทิศทางใดและมากน้อยแค่ไหน โดยเฉพาะองค์กรพัฒนาเอกชน เช่น ชมรม สมาคมด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น มีความเข้มแข็งเพียงใด

นอกจากประเด็นหลักเหล่านี้แล้ว ประเด็นอื่นๆ เช่น นโยบายระดับชาติ ระดับจังหวัด โครงการพัฒนาด้านอื่นๆ สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น ต่างก็มีส่วนต่อการพิจารณาข้อได้เปรียบเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ทั้งสิ้น ซึ่งการพิจารณาต้องนำประเด็นต่างๆ มาพิจารณาในภาพรวมเพื่อที่จะได้ทราบว่า การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวควรจะไปถึงระดับไหน เช่น ควรได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของภาค หรือเพียงพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

หลังจากที่ได้วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคแล้วจะทำให้มีข้อมูลในการวางแผนและตัดสินใจ ดังนั้น จึงควรมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนของประเทศ ของจังหวัด ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 4 เขียนแผนงานและโครงการ

เมื่อมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มีความชัดเจนและทิศทางที่แน่นอนแล้วจำเป็นที่จะต้องเขียนแผนงานและโครงการ โดยแผนงานและโครงการควรจะสอดคล้องกับนโยบาย และโครงการดังกล่าวต้องคำนึงถึงมาตรฐานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 5 ดำเนินการตามแผนงานและโครงการ

ในขั้นตอนนี้ควรจะดำเนินการให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ มีการใช้งบประมาณได้อย่างเหมาะสม มีการอำนวยความสะดวกและประสานงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการดำเนินการจัดทำแผนแม่บทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้ง 5 ขั้นตอนนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเห็นถึงภาพรวมของพื้นที่ทั่วไป ด้านแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ SWOT ในแง่มุมของจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคตลอดจนข้อได้เปรียบเสียเปรียบทางการท่องเที่ยว สุดท้ายก็จะเกิดแผนงาน โครงการต่างๆ ที่สอดคล้องกัน เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ซึ่งในหลักการนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวจะเน้นหนักไปที่องค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านบริการทางการท่องเที่ยว และ 3) ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งแนวทางการปฏิบัติงานทั้ง 3 ด้านมีรายละเอียดดังนี้

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นกระทำได้ 2 กรณีคือ

1.1 กรณีที่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่แล้ว

กรณีที่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในท้องถิ่นอยู่แล้ว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องดำเนินการบำรุง ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว ตามรายละเอียด ดังนี้

(1) ดำเนินการปรับปรุงด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โครงสร้างเส้นทางเดิน ที่พัก ชุมประตู่ เป็นต้น

(2) ดำเนินการปรับปรุงด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องจำหน่ายบัตร ร้านจำหน่ายสินค้า ห้องน้ำ ป้ายบอกเส้นทาง เป็นต้น

(3) ดำเนินการปรับปรุงด้านการบริหารจัดการ เช่น ผู้รับผิดชอบงบประมาณ เป็นต้น

(4) ดำเนินการปรับปรุงด้านสภาพแวดล้อม เช่น มลพิษทางเสียง ฝุ่นละออง น้ำเสีย ขยะและสิ่งปฏิกูล เป็นต้น

1.2 กรณีที่ยังไม่มีแหล่งท่องเที่ยว

กรณีที่ยังไม่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในท้องถิ่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นต้องดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ตามรายละเอียด ดังนี้

(1) ค้นหาจุดเด่น หรือจุดดึงดูดของท้องถิ่นทางด้านการท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต เป็นต้น

(2) ดำเนินการสร้าง พัฒนาทางด้านกายภาพ เช่น โครงสร้างเส้นทางเดิน ที่พักผ่อน เป็นต้น

(3) ดำเนินการสร้าง พัฒนาทางด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องจำหน่ายบัตร ร้านจำหน่ายสินค้า ห้องน้ำ ป้ายบอกเส้นทาง เป็นต้น

(4) ดำเนินการสร้าง พัฒนาทางด้านการบริหารจัดการ เช่น ผู้รับผิดชอบ งบประมาณ เป็นต้น

(5) ดำเนินการพัฒนาการป้องกันและแก้ไขปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อม เช่น มลพิษทางเสียง ฝุ่นละออง น้ำเสีย ขยะ และสิ่งปฏิกูล เป็นต้น

2. การพัฒนาบริการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ

การดำเนินการพัฒนาบริการการท่องเที่ยวขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ดำเนินการได้โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบของด้านการบริการท่องเที่ยว ทั้ง 8 องค์ประกอบดังนี้

2.1 บริการด้านความปลอดภัย

2.2 บริการภัตตาหารและร้านอาหาร

2.3 บริการสินค้าและของที่ระลึก

2.4 บริการที่พักค้างแรมสำหรับนักท่องเที่ยว

2.5 บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

2.6 บริการด้านบันเทิงและนันทนาการ

2.7 บริการด้านสารสนเทศ

2.8 บริการด้านการขนส่ง

3. การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว

การดำเนินการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ดำเนินการได้โดยการพิจารณาจากการดำเนินงานด้านการตลาดการท่องเที่ยว ทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

3.1 การกำหนดแผนการตลาดท่องเที่ยว

3.2 การสร้างเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยว

3.3 การโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมาย

6. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อชุมชนทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมคือ เกิดการสร้างงาน พัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้อง มีแหล่งรายได้ใหม่ ระบบสาธารณสุขภาคใต้ได้รับการพัฒนา หรือปรับปรุงเนื่องจากระบบการท่องเที่ยว และมีความก้าวหน้าทางสาธารณสุข ปลอดภัยจากโรคภัย แต่ในขณะเดียวกันชุมชนจะได้รับผลกระทบด้านลบด้วย เช่น ชุมชนที่เติบโตเร็วเกินไป โครงสร้างของชุมชนอาจเปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมเดิมและวิถีชีวิตของชุมชนถูกกลืนไปกับอิทธิพลของวัฒนธรรมจากภายนอก ที่ผ่านมาชุมชนแทบไม่ได้รับประโยชน์ที่แท้จริงจากการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้มีโอกาสมากกว่าได้แสวงหาผลประโยชน์จากชุมชนและทรัพยากร โดยให้ประโยชน์ต่อชุมชนเพียงเล็กน้อย และสร้างผลกระทบทางลบไว้มาก การลดผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน การสร้างโอกาสและประโยชน์ที่แท้จริงแก่ชุมชนและท้องถิ่นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อชุมชนมีโอกาสในการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเท่านั้น ดังนั้น การมีส่วนร่วมของชุมชนจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนโดยให้ชุมชนมีส่วนสำคัญในการกำกับดูแล ควบคุมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีศักดิ์ศรี เนื่องจากเป็นเจ้าของท้องถิ่นเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ช่วยกันดูแลความสะอาดเรียบร้อย ความร่มรื่นของท้องถิ่น รวมทั้งมีส่วนร่วมในการดูแลความสงบเรียบร้อย ความปลอดภัย และชุมชนสามารถให้บริการและให้ข้อมูลด้านความเป็นอยู่และวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจะต้องส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนควรต้องมีส่วนร่วมตลอดกระบวนการ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น คือ กระจายรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิต ได้รับผลตอบแทนมาบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว

และสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพมีการรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืน สังคมมีการพัฒนาอย่างเหมาะสม มีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยการพัฒนาของท้องถิ่นเอง

ดังนั้น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงควรมีแนวทางในการเปิดโอกาสให้ชุมชน กลุ่มผู้นำชุมชน และองค์กรต่างๆ มีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งจบกระบวนการในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมีส่วนร่วมดังนี้

6.1 สำรวจศักยภาพของชุมชน

6.2 เตรียมความพร้อมของชุมชน

1) จัดเวทีพบปะพูดคุยและประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้สนใจ วิเคราะห์ผลดีผลเสียของการจัดการท่องเที่ยวต่อท้องถิ่นและชุมชน

2) ให้ความรู้แก่ชุมชนถึงกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการจัดอบรม ประชุมเชิงปฏิบัติการและศึกษาดูงาน

3) จัดกิจกรรม สนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

4) สร้างความเข้มแข็งในการทำงานร่วมกันซึ่งดำเนินการได้ในลักษณะต่างๆ คือ

4.1 ใช้สื่อต่าง ๆ ช่วยในการเสนอข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน

4.2 ใช้กระบวนการกิจกรรมกลุ่ม

4.3 จัดอาสาสมัคร

4.4 ปลุกฝังเยาวชนให้มีส่วนร่วมในการพิทักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

5) กำหนดเป้าหมาย วางแผนการทำงานและกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

6) จัดรูปแบบองค์กร กำหนดบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบและการจัดสรรผลประโยชน์

6.3 สำรวจข้อมูล ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว กำหนดพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

6.4 ประชาสัมพันธ์ จัดหานักท่องเที่ยวและวางแผนการตลาด

6.5 พัฒนามัคคุเทศก์ ผู้ประสานงานและบุคลากร

6.6 เตรียมความพร้อม และปฏิบัติการโครงการนำร่อง

6.7 สรุปและประเมินผลหลังเสร็จสิ้นกิจกรรมนำร่อง

6.8 พัฒนาปรับปรุงกระบวนการโดยการวิเคราะห์กระบวนการในการจัดการท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่าง ๆ

6.9 เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับหน่วยงานภายนอก

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication, IMC)

เสรี วงษ์มณฑา (2540: 28-29) ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication : IMC) ว่าหมายถึง กระบวนการของการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาด ที่ต้องใช้การจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง เป้าหมาย IMC คือ การที่มุ่งสร้าง พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยการพิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้า (Brand contracts) เพื่อให้ผู้บริโภคเป้าหมายได้รู้จักสินค้าที่จะนำไปสู่ความรู้ ความคุ้นเคยและความเชื่อมั่นในสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง ซึ่ง IMC เป็นวิธีการพื้นฐานในการสำรวจกระบวนการติดต่อสื่อสารกับผู้รับข่าวสารที่เป็นเป้าหมาย ทักษะการวางแผน IMC ถือเกณฑ์แนวความคิด 5 ประการ คือ

1. IMC จะใช้การติดต่อสื่อสารหลายรูปแบบกับลูกค้า (IMC coordinate multiple customer communication) ซึ่งอยู่ภายใต้แผนเดียวกัน (Single plan) และจุดมุ่งหมายเดียวกัน IMC ตระหนักว่าบุคคลสะสมข้อมูลตลอดเวลาและข้อมูลที่เหมาะสมจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ดังนั้นจึงควร มีการป้อนข้อมูลให้กับลูกค้าด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ เครื่องมือการติดต่อสื่อสารอื่นๆ

2. IMC จะเริ่มต้นที่ลูกค้าไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ (IMC starts with the customers not the product) จุดเริ่มต้นในการติดต่อสื่อสารของผลิตภัณฑ์คือการค้นหาวิธีการที่จะติดต่อสื่อสารถึง ประโยชน์เกี่ยวกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยเริ่มต้นที่ความรู้สึกรักนึกคิดของลูกค้า ค้นหาสิ่งที่มีคุณค่าในสายตาลูกค้าแล้วย้อนกลับไปศึกษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ จากนั้นจึงระบุโครงสร้างของข่าวสารซึ่ง ผู้ติดต่อกับผู้รับข่าวสารที่เป็นเป้าหมาย

3. IMC พยายามค้นหาการติดต่อสื่อสารทั้งที่ใช้คนและที่ใช้สื่อ (IMC uses non media and media) จากจุดเริ่มต้นที่ว่าลูกค้าทุกคนที่ความเป็นเอกลักษณ์ และส่วนสำคัญของ IMC อีกประการหนึ่ง คือการพิจารณาว่าลูกค้ามีความคิดเกี่ยวกับตรา สินค้าในผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งเป็นเครือข่ายตราสินค้า (Brand network) และค้นหาวิธีการที่จะ ติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับตราเหล่านี้ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารกับตราสินค้า (Brand contacts) ด้วยข้อมูล นี้จะเริ่มต้นโดยการกำหนดวัตถุประสงค์ สำหรับแต่ละชนิดของผู้ใช้ แล้วจึงใช้เครื่องมือการ ติดต่อสื่อสารที่เหมาะสมที่สุด

4. IMCจะสร้างการติดต่อสื่อสารแบบสองทางกับลูกค้า (IMC creates two-way communication with customer) IMC จะมุ่งสร้างให้เกิดการตอบสนองด้านพฤติกรรมลูกค้า รับฟังความคิดเห็นและความต้องการลูกค้า

5. การสื่อสารการตลาด (IMC) และเครื่องมือการตลาด (4 Ps) ให้สอดคล้องกันภายใต้ แผนเดียวกัน และบรรลุจุดมุ่งหมายเดียวกันโดยใช้เครื่องมือร่วมกัน

จากการทบทวนเอกสารดังกล่าวพบว่าพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นต้องมุ่งพัฒนาไปทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวทั้งนี้การพัฒนาจะยั่งยืนได้จำเป็นต้องให้ประชาชนในชุมชนเข้ามีส่วนร่วมด้วย ดังนั้นจึงเป็นกรอบวิจัยหลักของผู้วิจัย โดยการพัฒนาด้านอุปสงค์ ได้พิจารณาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงประวัติ ตลอดจนมีการคำนวณหาความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชมเมืองเชียงแสน โดยใช้แนวคิดที่ว่าผู้ใช้ประโยชน์เป็นผู้จ่าย เพื่อเป็นการปัญหาการใช้ประโยชน์มากเกินไป ความแออัดและความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวอันจะเป็นอุปสรรคต่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืน ในส่วนการพัฒนาด้านอุปทาน โดยได้มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยอิงกับเนื้อหาหรือเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ทำให้เรื่องราวดังกล่าวมีชีวิต เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจ ในขณะเดียวการพัฒนาดังกล่าวอยู่ภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน จากนั้นมาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และมีการจัดแผนการกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดภายใต้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (IMC) เพื่อให้การกระบวนการตลาดจูงใจนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ตามที่ได้กล่าวมาทั้งหมดสามารถแสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงรายต่อไป ดังนี้

2.6 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.6.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

เฉลิมพล แจ่มจันทร์ (2554) ได้เขียนในบทความเรื่องชুমียาซูย์ ไทยแลนด์ ได้กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันของประเทศไทยว่าเป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้นๆ ที่มีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกให้เข้ามาเที่ยวชม พักผ่อนหรือ ตกอากาศ ตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนประเทศไทย ในเดือนหนึ่งๆ เฉลี่ยแล้วมากกว่า 1 ล้านคน (กรมการท่องเที่ยว, 2553) ในจำนวนนี้ไม่น้อย เข้ามาในลักษณะ ไม่ใช่เพื่อ “พำนักระยะยาว” หรือที่เรียกกันว่า “ลองสเตย์” (long stay) “การพำนักระยะยาว” ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีการจำกัดความเกี่ยวกับระยะเวลาไว้แตกต่างกันไป เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำหนดไว้ว่า หมายถึง การพำนักรในประเทศไทยที่กินเวลา

มากกว่า 30 วันขึ้นไป ในขณะที่ กระทรวงการต่างประเทศ ติดตามการถือเอกสารการเดินทาง วีซ่า ประเภท O-A1 และการพำนักรักษาในประเศอย่างน้อย 90 วัน ในบางองค์กรอย่าง Long stay foundation² ก็ได้ให้ความหมาย การพำนักระยะยาว ไว้ว่า เป็นการพำนักรักษาเพื่อพักผ่อนระยะยาว (โดยไม่ได้รับระยะเวลาขั้นต่ำที่ชัดเจน) เพื่อเรียนรู้ แลกเปลี่ยนและสร้าง สัมพันธไมตรี ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในประเทศนั้นๆ แต่ไม่ใช่เพื่อการอพยพย้ายถิ่นฐานอย่างถาวร

การส่งเสริมการเข้ามาพำนักระยะยาวของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นรูปธรรม มีมาตั้งแต่ ปี 2544 จากการจัดตั้ง “บริษัทไทยจัดการท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นบริษัทที่มีการถือหุ้นร่วมกัน ระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับบริษัทภาคเอกชน แม้จะช้ากว่าประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศมาเลเซีย ที่ได้มีการจัดโครงการในลักษณะแคมเปญขึ้น เพื่อส่งเสริมการพำนักระยะยาวมาตั้งแต่ ปี 2539 ภายใต้ชื่อว่า “My Second Home Program” แต่นโยบายและแผนการส่งเสริมในรูปแบบต่างๆ ของประเทศไทยและ ททท. ก็มีมาอย่างต่อเนื่อง

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเพื่อพำนักระยะยาวในประเทศไทย อาจแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ ก) กลุ่มหลังเกษียณ อายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ข) กลุ่มที่มารักษาสุขภาพ ค) กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และ ง) กลุ่มนักกีฬา กลุ่มแรกเป็นตลาดเป้าหมายหลักที่ภาครัฐของไทยกำลังให้ความสำคัญและพยายามส่งเสริมเพื่อดึงดูดให้เข้ามาพำนักรักษาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่นๆ อีกทั้ง เป็นกลุ่มเซกเมนต์ตลาดที่กำลังขยายตัว จากภาวะสังคมผู้สูงอายุ (ageing society) ที่กำลังเกิดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก สถิตินักท่องเที่ยวกลุ่มหลังเกษียณที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยเฉพาะที่ถือวีซ่า O-A นั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยังไม่รวมกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศในลักษณะนักท่องเที่ยวทั่วไปแล้วขยายเวลาพำนักรักษาอยู่ต่อ และกลุ่มที่เข้ามาพักรักษาตัว ซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนที่มากพอสมควร

2.6.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

ภาพรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติทั้งหมดในประเทศไทย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยมีการคาดการณ์ไว้ว่าในอีก 10 ปีข้างหน้าหรือ ปี 2563 อาจจะมีจำนวนมากถึง 7 ล้านคน ในหนึ่งปีเลยทีเดียว (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2553) และผลสำรวจล่าสุดในปี พ.ศ. 2551 พบว่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกกว่า 922 ล้านคน โดยยุโรปเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดประมาณร้อยละ 53 รองมา คือ เอเชีย-แปซิฟิกร้อยละ 20 แต่มีแนวโน้มการเติบโตในโซนเอเชียแปซิฟิกมากขึ้น และจากการศึกษาวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย ของราณี อิศัยกุล (2552) พบว่า ในปี พ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุเดินทางเข้ามาประเทศไทย 2,259,161 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด

ซึ่งตัวเลขดังกล่าวยังมีการเติบโตต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นเพราะจำนวนประชากรผู้สูงอายุมีเพิ่มขึ้นทุกปี นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศเป้าหมายอื่นที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมาก ได้แก่ เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และ สปป.ลาว ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าไทยมีความจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมกับการแข่งขันเพื่อช่วงชิงตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกลุ่มนี้ให้ได้มากที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ที่เดินทางมาจากยุโรป พบว่า มาจากประเทศอังกฤษมากที่สุด รองมาคือ เยอรมนี สวีเดน และ ฝรั่งเศส ตามลำดับ กลุ่มผู้สูงอายุที่เดินทางเข้ามาเที่ยวไทยเป็นครั้งแรกมีสัดส่วนถึงร้อยละ 41.40 ซึ่งแต่ละครั้งที่มาจะพำนักอยู่ในประเทศไทยนาน 15 วันขึ้นไป โดยแหล่งท่องเที่ยวที่คนกลุ่มนี้ชื่นชอบคือ กรุงเทพฯ ร้อยละ 59.77 เชียงใหม่ ร้อยละ 40.93 และภูเก็ต ร้อยละ 34.88 นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังได้มีนโยบายเชิญชวนผู้สูงอายุเที่ยววันธรรมดา เพื่อต้องการกระตุ้นตลาดคนไทยในกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป มีการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะในวัยดังกล่าว หากเป็นผู้ที่ทำงานรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน ก็จะเข้าสู่วัยเกษียณอายุ ซึ่งคนกลุ่มนี้แท้จริงแล้วมีกำลังซื้อ เพราะยังคงมีรายได้จากเงินบำนาญ บำนาญ รวมถึงมีเงินออม แต่ยังคงขาดสิ่งจูงใจ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (ผู้จัดการรายวัน, 2554)

2.6.3 อุปสรรคในการท่องเที่ยวในประเทศไทยของชาวต่างชาติ

ส่วนปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยวในประเทศไทยของชาวต่างชาติ จากการทบทวนเอกสารพบว่าในการศึกษาของบุษยา สุธีธร และ ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร (2541) ได้กล่าวถึงปัญหาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เผชิญ คือ ปัญหาด้านการจราจร ปัญหาเกี่ยวกับการขอรับบริการจากหน่วยราชการ ปัญหาด้านการสื่อสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ในการศึกษาของอารยา วรรณประเสริฐ (2542) ยังพบว่าปัญหาที่นักท่องเที่ยวต้องเผชิญคือ ปัญหาด้านมลพิษทางอากาศ

และยังมีการศึกษาปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในประเทศโดย เกิดศิริ เจริญวิศาล และจุฑามาศ จันทรัตน์ (2543:51 อ้างในประภาพร พนมโร และคณะ. 2550: 32) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศ พบว่า ปัญหาที่สำคัญในการเดินทางภายในประเทศ มีดังนี้

1. การคมนาคมขนส่งขาดความต่อเนื่อง
2. การเดินทางทางอากาศราคาสูง
3. สถานที่พักผ่อนมีไม่ทั่วถึง
4. ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
5. ขาดความปลอดภัยบนท้องถนน
6. ความไม่ชัดเจนของป้ายบอกทาง

2.6.4 ผลกระทบของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

เฉลิมพล แจ่มจันทร์ (2554) ได้ทำการวิเคราะห์ผลกระทบเนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเพื่อพำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยกล่าวว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ร้อยละ 31 หรือเกือบ 1 ใน 3 เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาสถานการณ์และทิศทางแนวโน้มแล้ว ผู้สูงอายุและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุหลังเกษียณจากประเทศญี่ปุ่นน่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพอย่างน่าสนใจในการส่งเสริมและดึงดูดเพื่อการพำนักระยะยาวภายในประเทศไทย ทั้งแง่ของผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ การดึงดูดเงินเข้าประเทศ และประโยชน์ในเชิงความสัมพันธ์อันดีระหว่างสองประเทศที่มีมาอย่างยาวนาน และสำหรับประเทศญี่ปุ่นเอง ประชากรที่พำนักระยะยาวในต่างประเทศนั้น จำนวนกว่า 1.3 ล้านคน หรือ ประมาณร้อยละ 1 ของประชากรทั้งหมดในประเทศ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประชากรผู้สูงอายุในวัยอายุหลังเกษียณ จากค่าครองชีพภายในประเทศที่สูงเทียบกับเงินบำนาญหลังเกษียณที่ได้รับซึ่งส่วนมากจะต่ำกว่ารายได้ที่ผู้สูงอายุเคยได้รับในช่วงที่ยังคงทำงานอยู่ จึงไม่แปลกเลย ที่การไปใช้ชีวิตหรืออาศัยอยู่ในประเทศที่ค่าครองชีพต่ำกว่า โดยมีเงื่อนไขเรื่องความปลอดภัยและการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามจะเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจของคนญี่ปุ่นหลังเกษียณเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม นอกจากแรงจูงใจในด้านค่าครองชีพที่ต่ำกว่าแล้ว จากการสำรวจ Long Stay Statistical Survey 2009 โดย Long Stay Foundation พบว่า ปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นเหตุผลสำคัญของการพำนักระยะยาวของคนญี่ปุ่นในต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ คือ ความสนใจในการได้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การได้ใช้ชีวิตบั้นปลายในประเทศที่ชื่นชอบ การได้เปลี่ยนบรรยากาศในช่วงฤดูร้อนหรือฤดูหนาว รวมถึงเหตุผลในด้านสุขภาพ จากปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ ประเทศไทยถูกจัดเป็นประเทศที่คนญี่ปุ่นมีความชื่นชอบที่จะมาพำนักระยะยาวในลำดับต้นๆ ในปี 2552 นี้ ไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 4 รองจาก มาเลเซีย ออสเตรเลีย และ ฮาวาย จากการสำรวจจำนวนคนญี่ปุ่นที่พักอาศัยอยู่ในต่างประเทศ ใน ปี 2553 โดย Ministry of Internal Affairs and Communications พบว่า จำนวนคนญี่ปุ่นที่คาดว่าจะพักอาศัยในประเทศไทย ในลักษณะที่เข้าข่าย “การพำนักระยะยาว” นั้นอยู่ที่ประมาณ 5,521 คน โดยในสัดส่วนที่มากกว่าร้อยละ 60 เลือกที่จะพำนักอยู่ในจังหวัดเล็กแต่มีเสน่ห์และค่อนข้างสงบ เช่น เชียงใหม่และเชียงราย เมื่อเทียบกับเมืองใหญ่ที่ค่อนข้างวุ่นวายกว่า อย่าง กรุงเทพฯ ภูเก็ตและอยุธยา แต่การเข้ามาของนักท่องเที่ยวรวมถึงชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวที่เพิ่มมากขึ้นในจังหวัด ผลกระทบตามมาที่เห็นได้ชัด คือ ค่าครองชีพในจังหวัดที่รับเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านค่ากินและค่าอยู่ ที่พักอาศัย บ้านและคอนโดมิเนียมหลายโครงการที่ผุดขึ้นใหม่ มีราคาที่สูงอย่างไม่น่าเชื่อโดยเฉพาะในย่านซึ่งเป็นที่ยินยอมของชาวต่างชาติ ผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ก็คือ “คนท้องถิ่น” ทั้งต้องรับกับสภาพรายจ่ายสูงขึ้น สภาพบ้านเมืองที่เปลี่ยนไป ดึกและอาคารที่หนาแน่นขึ้น จำนวนประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น จำนวนรถที่เพิ่มสูงขึ้น เกิด

ปัญหามลพิษได้แก่ ควันพิษ อากาศเสีย สิ่งเหล่านี้ ล้วนกระทบต่อคุณภาพชีวิต และความน่าอยู่ หรือ ความอยู่ง่ายของเมืองในระยะยาวทั้งสิ้น นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงในสังคมและวัฒนธรรมที่ได้รับผลกระทบเช่นกัน

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 งานวิจัยเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของ อำเภอเชียงแสนพบว่า มีผู้ที่ทำการศึกษาไว้ในแง่มุมต่างๆ ในส่วนของการศึกษาด้านอุปทานการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสนพบว่า นาดพิมล วาดสันทัต (2545) ได้ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงแสน โดยได้มีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงแสน พบว่าจุดแข็งของเชียงแสนคือ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์และน่าศึกษา แต่มีจุดอ่อนในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก การบริหารจัดการ การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ สำหรับโอกาสในการพัฒนา คือ หน่วยงานราชการมีนโยบายที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยว และอุปสรรคในการพัฒนา คือ การขาดงบประมาณ ประชาชนขาดจิตสำนึกในการหวงแหนมรดกทางการท่องเที่ยว บุคลากรไม่มีความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ ในส่วนการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดพบว่า จะต้องมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์และมีเอกลักษณ์ ซึ่งในงานของ คมสัน รัตนสิมากุลและคณะ (2552) ได้เสนอแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความโดดเด่นโดยอาจจะสร้างเส้นทางประกอบกิจกรรมทางศาสนาตามวัดเก่าแก่ในยุคสมัยพญาแสนภูและยุคโกลีไคยง การผูกเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเข้ากับตำนานและความเชื่อต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 4 จุดดังนี้ 1) การล่องเรือเลาะริมน้ำโขงเพื่อดูบริเวณที่เป็นเกาะดอนแท่น 2) นั่งรถอีแต่นหรือรถอีต๊อกชมวัดและประกอบพิธีทางศาสนาตามวัดโบราณต่างๆ 3) ศึกษาและท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้บริเวณเวียงหนองล่องและ 4) ท่องเที่ยวและเรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปะและวัฒนธรรมจากประวัติศาสตร์ชุมชนเมืองของคนที่ย้ายมาอาศัยในเชียงแสนที่สืบทอดมาถึงปัจจุบัน ในส่วนสำหรับราคาในการเข้าชมจะต้องมีการกำหนดให้สูงขึ้นให้เหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาควรมีความหลากหลาย และการจัดจำหน่ายควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต และ แคนเตอร์ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาดควรเพิ่มการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นที่รู้จัก

การศึกษาในส่วนด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว จากงานของสุนทรธรร สุระเดชพิภรณ์พ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์จากแบบจำลองโลจิต (Logit Model) พบว่าการพึงพอใจของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความปลอดภัย การคมนาคม การบริการ ของที่ระลึก ราคาสินค้าและบริการ บทบาทภาครัฐ และรายได้ของนักท่องเที่ยว

2.7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย

การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย โดยประภาพร พนมไพร, วาสนา ทิพย์ศรี และราเชนทร์ ชูศรี (2550) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย และศึกษาแนวทางในการพัฒนาด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี เดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีรายได้ต่อปีระหว่าง US\$ 10,000-30,000 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมสันทนาการและการพักผ่อน โดยรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายในด้านความเป็นมิตร, ความปลอดภัย, ความสะดวกในการเดินทาง, การบริการนำเที่ยว/มัคคุเทศก์, บริการข้อมูลข่าวสาร, โครงสร้างพื้นฐาน/สาธารณูปโภค, สถานที่พัก, การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง และด้านอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับดี และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและมัคคุเทศก์ ตลอดจนการจัดประชุมภาคีเพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนาการต้อนรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้นำไปสู่ความเป็นเลิศ พบว่า ผู้ให้บริการต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ โดยไม่เอาเปรียบ หลอกลวง ฉ้อโกงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีสำนึกในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวตามกฎหมาย ควรเสริมสายตรวจและพนักงานรักษาความปลอดภัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ตลอดจนย่านที่พักของนักท่องเที่ยว ควรจัดทำป้ายบอกทาง เส้นทางทางท่องเที่ยว และมีแผนที่ริมทางเป็นภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่สำคัญ ควรจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร และความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสามารถอธิบายและแนะนำนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและจัดจุดบริการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น ควรดูแล บำรุงรักษาปรับปรุงถนนหนทาง ตู้โทรศัพท์สาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน สะอาด และปลอดภัย ในด้านที่พักพนักงานที่ให้บริการควรใช้ภาษาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี และไม่

เอารัดเอาเปรียบ โดยจัดระดับราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพบริการ และควรปรับปรุงอาหารให้ถูกสุขอนามัย จัดบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมบริเวณร้านให้สะอาด และน่าสนใจ

ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ ศึกษาภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของต่างชาติ ในปี 2553 จากกลุ่มตัวอย่าง 590 ตัวอย่างจาก 2 พื้นที่ สหราชอาณาจักร (อังกฤษ สกอตแลนด์ และ เวลส์) และออสเตรเลีย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้เห็นความสำคัญไปที่ภาพลักษณ์ของประเทศเนื่องจากมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวให้บริการ โดยได้นำข้อมูลจากทั้งสองมาทำการวิเคราะห์รายประเทศ และวิเคราะห์เปรียบเทียบกัน วิธีการศึกษาวิจัยเป็นการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามให้ชาวต่างชาติให้คะแนน ภาพลักษณ์ต่างๆ ของไทยทั้ง 17 ด้านที่ได้มาจากการทบทวนงานศึกษาในอดีต รวมทั้งปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ผลการศึกษาได้นำเสนอภาพลักษณ์ดัง ภาพลักษณ์เด่น และภาพลักษณ์โดน โดยได้นิยามความหมายของภาพลักษณ์ดัง คือ ภาพลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักมากกว่าด้านอื่นๆซึ่งจะมีประโยชน์กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้เหมาะสมมากขึ้น ภาพลักษณ์เด่น เป็นการเปรียบเทียบมุมมองของสองกลุ่มตัวอย่างเราเทียบ สหราชอาณาจักร กับ ออสเตรเลีย เพื่อทราบว่าเราจะสร้างความแตกต่างระหว่างสองกลุ่มตลาด และสุดท้ายภาพลักษณ์โดน คือการเปรียบเทียบระหว่างคนที่เคยมาเที่ยวไทยกับคนที่ยังไม่เคยมา ความแตกต่างเกิดจากสองประการหลัก 1) ประสบการณ์ที่เกิดจากการที่เคยมาเที่ยวแล้ว 2) ภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้วก่อนมาเที่ยว ซึ่งต่างจากคนที่ไม่เคยมาเที่ยวอยู่ด้วยแล้วส่วนหนึ่ง ผลการศึกษพบว่า กลุ่มในประเทศสหราชอาณาจักร เห็นว่าภาพลักษณ์ดังของประเทศไทย คือ ชายทะเลและอาหาร ภาพลักษณ์เด่น คือ อากาศดี และภาพลักษณ์โดน คือด้านธรรมชาติ สำหรับกลุ่มตัวอย่างในประเทศออสเตรเลีย เห็นว่าภาพลักษณ์ดังของประเทศไทย คือ อาหาร ภาพลักษณ์เด่น คือ บันเทิง และภาพลักษณ์โดน คือ ด้านการจัดการบริการ จากการศึกษายังพบอีกว่าภาพลักษณ์ของประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม ณ. ถิ่นที่อาศัย และประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

อารยา วรรณประเสริฐ (2542) ได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งทำการศึกษาภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นผู้มีถิ่นที่อยู่อาศัยในทวีปยุโรปมากที่สุด และสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศ จีน ญี่ปุ่น และเวียดนามมากที่สุด หากไม่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จัดเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าประชาชนเป็นมิตรและมีน้ำใจไมตรีดีมาก

นอกจากงานวิจัยการศึกษาที่ศึกษาในส่วนของภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาต่างชาติแล้ว ยังพบว่ามีการศึกษาการศึกษาถึงพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยจากงานศึกษาประกาศิต ทองเจือเพชร (2544) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาว

อเมริกาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า เดินทางมาเพื่อพักผ่อน และมากับเพื่อน ก่อนเดินทางจะหาข้อมูลจากหนังสือแนะนำเที่ยว มีจำนวนพักเฉลี่ย 13.58 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 106 เหรียญสหรัฐ ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ประทับใจในความเป็นมิตรของคนไทยมากที่สุด และคาดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวอีก การศึกษาของนางลักษณ์ อิศระญาณพงษ์ ได้ทำการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวประเภทพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 322 ตัวอย่าง ในปี 2547 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพำนักรับรอง ได้แก่ ความมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และสุขภาพของคนไทย การมีทัศนียภาพที่สวยงาม วัฒนธรรมที่น่าสนใจ มีอาหารและผลไม้ที่อุดมสมบูรณ์ ค่าครองชีพไม่สูงมาก เมื่อทำการพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการในการพำนักระยะยาว พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสะอาด การปฐมพยาบาลเบื้องต้น ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ วิธีการชำระเงินมีความหลากหลาย และสะดวก ราคาขึ้นอยู่กับฤดูกาล ปัจจัยด้านสถานที่ มีการเดินทางมีความสะดวก ที่พักบริเวณรอบๆ มีความสะอาด ปัจจัยด้านบริการต่าง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ธนาคาร บริการขนส่งมวลชน และ โรงพยาบาล ปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการ ให้ความสำคัญกับ ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร อัธยาศัย ความสุภาพและเป็นกันเอง ตลอดจนสามารถไว้วางใจได้ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีสถานที่โดยรอบร่มรื่น อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การแบ่งงานที่ให้บริการด้านต่างๆ อย่างชัดเจน

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) ซึ่งทำการศึกษาโดยธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) ที่ได้เก็บตัวอย่างนักท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) จำนวน 2,227 ตัวอย่าง ในปี พ.ศ. 2547 พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำมากที่สุด คือ การชิมอาหารพื้นเมือง (ร้อยละ 82) รองลงมาคือ การทัศนอาจร (ร้อยละ 75) การซื้อสินค้าพื้นเมือง (ร้อยละ 75) การเยี่ยมชมแหล่งศิลปวัฒนธรรม (ร้อยละ 55) การเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติ (ร้อยละ 33) และการเยี่ยมชมชุมชนวัฒนธรรม (ร้อยละ 21) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มาไทยใช้จ่ายเงินในการช้อปปิ้ง มากที่สุดถึงร้อยละ 45 ของค่าใช้จ่ายต่อวัน นับว่ามากเป็นที่ 2 รองจากยูนิาน (ร้อยละ 50.64) ประเทศไทยได้คะแนนสูงสุดจากความหลากหลาย และราคาสินค้า การศึกษาของ ADB ยังสรุปอีกว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวพักผ่อนชายทะเล เช่น ภูเก็ต มักไม่สนใจการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการซื้อของหัตถกรรมพื้นเมือง ข้อเสนอของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแหล่งศิลปวัฒนธรรมใน GMS ก็คือ พัฒนาหนังสือท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาษาต่างๆ โดยเฉพาะในแหล่งที่ไม่อนุญาตให้ถ่ายรูป

จิระพรรณ แก่นศึกษา ได้มีการศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปี 2547 เช่นกัน ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า

ส่วนใหญ่มักจะเดินทางมาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 49.30 ระยะเวลาพำนักอยู่ในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง 7-15 วัน วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาเพื่อเป็นการมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 81.8 ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่จะเดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ซึ่งการเดินทางจะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 54.8 ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า มาจากตัวแทนบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 27.0

เฉลิมชัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศิริ (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและศึกษาถึงผลิตภัณฑ์และบริการในการจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ซึ่งผลการศึกษาในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน โดยมีช่วงอายุ 20-30 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบกิจการส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 2,001-3,000 \$ มากที่สุด และจากการสำรวจนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากประเทศทางซีกโลกตะวันตก โดยเป็นผู้ที่เดินทางมาเที่ยวเชียงรายครั้งแรกมีมากที่สุด และนิยมเดินทางมาจังหวัดเชียงรายด้วยเครื่องบิน โดยส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวโดยตัดสินใจด้วยตนเอง แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวคือ ด้านพรมแดนแม่สาย คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมาคือไนท์บาซาร์ โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจมากที่สุดคือ ดอยตุง-พระตำหนักดอยตุง ในส่วนของที่พักนักท่องเที่ยวนิยมเลือกที่พักราคาต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด โดยจะเลือกที่พักเป็นที่พักประเภทโรงแรม นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาพักในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทอาหาร-เครื่องดื่มมากที่สุด และนิยมเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหาร ซึ่งในการรับประทานอาหารนั้นนักท่องเที่ยวต้องการอาหารประเภทพื้นเมืองมากที่สุด เหตุผลสำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายคือ อากาศดี โดยนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดในการมาเที่ยวเชียงราย และผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการทางด้านสินค้าเพิ่มเติมในด้านของฝาก/ของที่ระลึกมากที่สุด รองลงมาคือ สินค้าท้องถิ่นและอาหารพื้นบ้าน ส่วนทางด้านการบริการนักท่องเที่ยวต้องการการบริการเพิ่มเติมในเรื่องของการคมนาคมเดินทางสะดวกมากที่สุด รองลงมาคือความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและร้านเช่ารถ

นอกจากนี้มีการศึกษาเจตคติและความประทับใจ ของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทยโดยพบในงานของบุษยา สุธีธร และภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร (2541) โดยมีวัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแรงจูงใจในด้านต่างๆที่เป็นจุดดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวรวมถึงด้านวัฒนธรรม ซึ่งแสดงออกถึงความเป็นไทย โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวเฉพาะในจังหวัดที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในปี 2541 ผลการวิจัยดังนี้ คือ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเข้ามา คือ เข้ามาในช่วงเวลาพักผ่อน จากกลุ่มตัวอย่างพบว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก จะเดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากที่สุด แต่นักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยนานที่สุดคือนักท่องเที่ยวจากยุโรป แหล่งข้อมูลที่รู้จักประเทศไทยมากที่สุดคือ ญาติพี่น้อง/เพื่อน รองลงมาคือสื่อ เช่น อินเทอร์เน็ต จัดเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวให้ความเชื่อถือและใช้เป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักประเทศไทย สิ่งจูงใจด้านการท่องเที่ยวก่อนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นั่นก็คือ ทะเลและชายหาดของประเทศไทยที่มีความสวยงาม สำหรับอาหารไทยมีความสำคัญในระดับกลางที่จูงใจนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางเข้ามายังประเทศไทย ความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหารไทย การจับจ่ายซื้อของที่ระลึก ที่พัก ค่าใช้จ่ายระหว่างอยู่ในประเทศไทย วัฒนธรรมประเพณี ฯลฯ

การศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยโดยคมสัน สุริยะ (2548) พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีเส้นทางแตกต่างกันไปตามรสนิยมในการท่องเที่ยว ความสะดวกในการคมนาคมขนส่งจากประเทศของตนมายังประเทศไทย และความปลอดภัยในการเดินทาง เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมการท่องเที่ยวชายหาด ซ็อบปิ้ง และชมการแสดงคาบาเรต์ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียชอบแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่หลากหลาย นักท่องเที่ยวอเมริกาเหนือและโอเชียเนียนิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่ากลุ่มอื่น นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเซียและสิงคโปร์นิยมเดินทางมาเที่ยวหาดใหญ่ นราธิวาส และเบตง เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมไปกรุงเทพและภูเก็ต เนื่องจากคำนึงถึงการปลอดภัยในการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเดินทางมาประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรป เนื่องจากการเดินทางมายังประเทศไทยมีความสะดวกน้อยกว่า ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจุดหมายในการเดินทางน้อยหรือมีการกระจุกตัวมาก คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มชาวจีน ฮองกง ไต้หวัน สิงคโปร์ อินเดีย และตะวันออกกลาง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการกระจุกตัวปานกลาง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกาเหนือ โอเชียเนีย และกลุ่มท่องเที่ยวชายแดน เช่น มาเลเซีย กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการกระจุกตัวน้อย คือ กลุ่มสแกนดิเนเวีย และกลุ่มยุโรปที่เดินทางขึ้นเหนือด้วยรถบัส จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติมีการกระจุกตัวอยู่ในไม่กี่จังหวัด อาทิ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา (ชลบุรี) เชียงใหม่ เกาะสมุย (สุราษฎร์ธานี) หาดใหญ่ (สงขลา) และกระบี่ ทำให้ภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญกับการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับจังหวัดอื่น ๆ เพื่อพยายามกระจายนักท่องเที่ยวออกจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีการกระจุกตัวมาก ทั้งนี้เพื่อช่วยกระจายรายได้จากการ

ท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นอื่นโดยทั่วกัน และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความแออัดเกินไปจนรับไม่ไหว อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญก่อนเวลาอันควร

การศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวสถาปัตยกรรมเชิงประวัติศาสตร์ โดยวิฑูรย์ เหลียวรุ่งเรือง สุจินดา พานิชกุล และปัทมา จันทวิโรจน์ (2547) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเส้นทางให้เกิดสถาปัตยกรรมเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของโครงข่ายการท่องเที่ยวแบบสมบูรณ์ เพื่อสร้างเส้นทางสถาปัตยกรรมเชิงประวัติศาสตร์ให้เหมาะสมกับกิจกรรมการอนุรักษ์และบำรุงรักษาทรัพยากรที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว และเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวและจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมีข้อเสนอแนะให้เกิดเส้นทางสถาปัตยกรรมเชิงประวัติศาสตร์ คือ ควรมีหน่วยงานรับผิดชอบจัดท่องเที่ยวเส้นทางละครั้งวัน และควรเป็นช่วงเช้า ไม่ควรจัดในวันหยุดนักขัตฤกษ์ ควรมีการประสานล่วงหน้า สามารถจัดให้ทั้งวันเสาร์อาทิตย์และวันธรรมดา สามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล แต่ฤดูหนาวจะเหมาะสมที่สุด ผู้บริกรนำเที่ยวต้องมีการบริหารจัดการที่ดีในด้านการติดต่อเข้าชม ยานพาหนะ มัคคุเทศก์นำชม อาหารและเครื่องดื่ม การอบรมมััคคุเทศก์ประจำพื้นที่ (เจ้าของสถานที่ พระสงฆ์ในวัด คนในชุมชน) เป็นการเพิ่มคุณค่าต่อการท่องเที่ยว จัดรายการสิ่งดึงดูดใจในเส้นทาง การจัดการคมนาคมขนส่งที่เหมาะสม การจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มและจุดพักผ่อนตามเส้นทาง การประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้สนใจทางด้านสถาปัตยกรรมเชิงประวัติศาสตร์อายุระหว่าง 20-60 ปี การจัดลำดับประสบการณ์นักท่องเที่ยวควรให้ข้อมูลพื้นฐานเพื่อเข้าใจประวัติศาสตร์

ผลการศึกษาด้านเส้นทางท่องเที่ยวสถาปัตยกรรมเชิงประวัติศาสตร์เมืองเชียงใหม่ได้เส้นทาง 16 เส้นทาง ตามรายการประเมินเส้นทางตามตัวชี้วัด 10 ประการ เพื่อประเมินประสิทธิภาพของเส้นทาง โดยการให้น้ำหนักตัวชี้วัดเท่ากันของ Likert และให้ค่า 3 ระดับ (มาก ปานกลาง น้อย) ใช้เกณฑ์มาตรฐานพิจารณาเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยตามหลักของ Miller เพื่อกำหนดอัตราภาคชั้น ผลการประเมินเส้นทางท่องเที่ยวสถาปัตยกรรมเชิงประวัติศาสตร์เมืองเชียงใหม่ได้ผลเฉลี่ยเส้นทางเดินเท้า 3 ชั่วโมง 38 นาที ระยะทางเฉลี่ย 4.8 กิโลเมตร เฉลี่ยจำนวนสถานที่ในเส้นทาง 20 สถานที่ มีวัดจำนวน 95 แห่ง โบราณสถาน 55 แห่ง อาคาร 54 แห่ง พื้นที่สาธารณะ 12 แห่ง ใน 16 เส้นทาง มีเส้นทางที่เหมาะสมและดึงดูดนักท่องเที่ยวระดับดีมาก 9 เส้นทาง ระดับดีปานกลาง 3 เส้นทาง และระดับปานกลาง 2 เส้นทาง

นอกจากงานวิจัยที่ทำการศึกษาดังกล่าวแล้วทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ยังมีการศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมจังหวัดเชียงรายโดย เพทาย บำรุงจิตต์ และคณะ (2549) ซึ่งมีการศึกษาถึงความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-34 ปี เป็นนักศึกษาซึ่งโดยส่วนใหญ่ มีถิ่นที่อยู่ในแถบยุโรป รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากอเมริกา ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวคนเดียว รองลงมาเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน ในการเดินทางเที่ยวชมส่วนใหญ่ใช้รถโดยสารประจำทางท้องถิ่น ระยะเวลาในการอยู่ในเชียงราย 3-4 วัน มีจุดมุ่งหมายในการมาเยือนจังหวัดเชียงราย เพื่อการศึกษาเที่ยวชมวัฒนธรรม รองลงมาเป็นการพักผ่อน เหตุผลหลักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนเชียงราย พบว่าให้น้ำหนักมากของเหตุผลในเรื่องธรรมชาติ และภูเขา และให้น้ำหนักในระดับปานกลางกับเรื่องของประเพณี ศิลปะ และวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสนใจในระดับมากที่สุดกับเรื่องราวของสามเหลี่ยมทองคำ และให้ความสนใจในระดับมากกับการชมวัฒนธรรมของเชียงรายและการชมทัศนียภาพของจังหวัดเชียงราย และประเภทของการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสนใจในระดับมากกับประเภทของการท่องเที่ยวที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนพื้นเมือง รองลงมาได้ให้ความสนใจในระดับปานกลางกับประเภทของการท่องเที่ยวที่แสดงวิถีชีวิตของชาวไทยภูเขา สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ตามลำดับ

2.7.3 งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุนั้นยังไม่มีผู้ศึกษามากนัก โดยส่วนมากงานศึกษาที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุจะเน้นไปทางด้าน สุขภาพ การดูแลผู้สูงอายุ โภชนาการ ด้านอาหาร คุณภาพชีวิต กิจกรรมการเข้าสังคมของผู้สูงอายุ และการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งงานวิจัยงานศึกษาทั้งหมดไม่ได้เน้นไปในกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ราณี อีสัยกุล และคณะ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป ศึกษาวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค และศึกษาวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 430 ชุดระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนกรกฎาคม 2552 และรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับภาคีทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) และสมาคมโรงแรมไทย (THA) และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม โรงพยาบาล และธุรกิจสปา จำนวนทั้งสิ้น 37 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานใช้ การทดสอบค่าที และวิธีการทดสอบค่าเอฟ และ ค่า LSD ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ซึ่งผลการศึกษาของงานวิจัยนี้ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สภาพการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย ส่วนที่ 2 เป็นผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณของพฤติกรรมการเดินทางและลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป ก็พบว่าจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาครั้งแรก และมากกว่า 4 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 41.40 และร้อยละ 31.86 มีจำนวนวันเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด 15 วันขึ้นไป มากที่สุดร้อยละ 58.37 มีการวางแผนการท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ 3 อันดับแรกคือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ต ร้อยละ 59.77, 40.93 และ 34.88 ตามลำดับ ส่วนสาเหตุที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากคนไทยมีความเป็นมิตร ธรรมชาติที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม อาหารและเครื่องดื่ม และความคุ้มค่าของราคา ที่ร้อยละ 72.79, 55.35, 44.65, 46.05 และ 46.05 ตามลำดับ และด้านความนิยมในการเลือกใช้ที่พักนั้นนักท่องเที่ยวนิยมพักในโรงแรมชั้นหนึ่ง ระดับ 4 ดาว มากที่สุดร้อยละ 47.67

ในด้านนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีแรงจูงใจ และความต้องการในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน แรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ 3 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ตามลำดับ ส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยวที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเดินทางภายในประเทศ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณี และกิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน เช่น การฝึกทำอาหารไทย เป็นต้น ตามลำดับ

นอกจากนี้งานศึกษาดังกล่าวได้ศึกษาประเด็นประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ซึ่ง

ความสามารถในการตอบสนองต่อการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ปัจจัยที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พัก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเดินทางภายในประเทศ การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยว และมัคคุเทศก์ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณี และกิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน เช่น การฝึกทำอาหารไทย เป็นต้น ตามลำดับ เป็นต้น

ในส่วนของสถาบันส่งเสริมสุขภาพคนพิการ (สสพ.) ร่วมกับหน่วยวิจัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และผู้พิการ ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ชีวิตมีไว้ใช้” สร้างความหมายให้ชีวิตคนพิการ และผู้สูงอายุด้วยการท่องเที่ยว: คู่มือท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ และผู้สูงอายุ (2552) เป็นการจัดทำโครงการสำรวจและจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ โดยการสร้างชุดแผนที่ท่องเที่ยว แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ เพื่อการเข้าสู่สังคมในรูปแบบของการท่องเที่ยว นอกจากนี้จะเป็นการทำให้ผู้พิการ และผู้สูงอายุได้มีโอกาส และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทยให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม เป็นการขยายตลาดการท่องเที่ยวให้กับประเทศได้ด้วย สำหรับเส้นทางในการท่องเที่ยวของชุดโครงการนี้ มี 5 เส้นทาง ได้แก่ 1. เส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ และเชียงราย 2. เส้นทางกรุงเทพฯ-นครราชสีมา และนครพนม 3. เส้นทางกรุงเทพฯ-นครปฐม และกาญจนบุรี 4. เส้นทางกรุงเทพฯ-ชลบุรี และระยอง และ 5. เส้นทางกรุงเทพฯ-นครศรีธรรมราช และสงขลา และในแต่ละเส้นทางนั้นจะมีคำแนะนำในการใช้คู่มือชุดแผนที่โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนข้อมูลด้านใน คือ ส่วนที่ 1 แสดงรายละเอียดของสถานที่แต่ละแห่ง โดยแบ่งเป็น สถานที่ตั้ง ข้อมูลสถานที่ และแผนที่เส้นทางของสถานที่นั้นๆ ส่วนที่ 2 แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ และผู้สูงอายุ ซึ่งสถานที่นั้นๆ ได้จัดไว้ โดยสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุมี 4 อย่าง คือ ห้องส้วม ที่จอดรถ ป้ายสัญลักษณ์ และทางลาด และส่วนที่ 3 เป็นสัญลักษณ์ที่แทนความสามารถในการเข้าถึงของคนพิการ และผู้สูงอายุ

ปรารธนา ศิริเบญจรัตน์ (2553) ได้ศึกษาถึงรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่เป็นราชการบำนาญในเขตเทศบาล จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจถึงรูปแบบการท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก ร่วมกับการสังเกต ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบใน

การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ คือ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม โดยมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว คือ การได้พบปะกับลูกหลาน ญาติและเพื่อนสนิท แต่ปัญหาและอุปสรรคเกิดจากสภาพร่างกาย การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่ไม่เอื้ออำนวยต่อผู้สูงอายุ ได้แก่ บริการขนส่งสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ บ้าย สัญลักษณ์ สัญญาณไฟจราจร จุดพักรถ ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยว ในด้านความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมเพื่อการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุต้องการให้ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงในเรื่องต่างๆ เช่น ทางเดินที่ปราศจากสิ่งกีดขวาง ความสูงชันของขั้นบันได ความชัดเจนของป้ายและสัญญาณไฟจราจร ห้องน้ำ เป็นต้น หากสังคมให้ความสำคัญต่อการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุแล้ว ผู้สูงอายุจะเข้าถึงการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ต้องการโดยปราศจากปัญหาและอุปสรรค จัดว่าเป็นการสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในด้านการท่องเที่ยวให้เท่าเทียมกับคนทุกคนในสังคม

2.6.4 งานวิจัยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในต่างประเทศ

สำหรับงานศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุของต่างชาติยังมีไม่มาก เช่น การศึกษาของ Martin Lohmann (2001) ซึ่งศึกษาการคาดการณ์รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความสำคัญมากขึ้น และนิสัยการเดินทางหรือรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในช่วงวัย 20 ปี หลัง (55 – 75 ปี) ไม่แตกต่างกันมากนัก ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการกระตุ้นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในปักกิ่งและ เซี่ยงไฮ้ของ Cathy H.C. Hsu, Liping A. Cai and Kevin K.F. Wong (2007) ซึ่งได้ศึกษาถึงสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุใน 2 มหานครใหญ่ของจีนผ่านรูปแบบของแรงกระตุ้นการท่องเที่ยว และพบว่านโยบายการให้มีผู้สืบทายาทคนเดียวของจีนทำให้โครงสร้างประชากรผู้สูงอายุของจีนใหญ่่มาก ซึ่งมีอิทธิพลต่อปรากฏการณ์ทางสังคมโดยเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และผู้สูงอายุชาวจีนก็ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนและการท่องเที่ยวหลังเกษียณอายุมากขึ้น และ Aswin Sangpikul (2007) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย โดยมีแนวคิดของปัจจัยกระตุ้นในการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย คือ ต้องการค้นหาความแปลกใหม่ การพักผ่อน การเพิ่มพูนความรู้ และปัจจัยดึงดูด 4 ปัจจัย คือเสน่ห์ของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การจัดการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมช้อปปิ้งและพักผ่อนหย่อนใจ และความปลอดภัยและความสะอาด จากการศึกษาพบว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดในปัจจัยเหล่านี้ คือ ความต้องการค้นหาความแปลกใหม่ และเสน่ห์ของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

2.6.5 งานวิจัยเกี่ยวกับความเต็มใจจ่าย

ในทางเศรษฐศาสตร์โบราณสถานจัดเป็นทรัพยากรอย่างหนึ่งที่ทำให้ประโยชน์แก่สังคมในหลายรูปแบบ ทั้งนี้ Navrud and Ready (2002) อธิบายมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์รวมว่า ประกอบด้วยมูลค่าจากการใช้และมูลค่าจากมิได้ใช้ โดยโบราณสถานให้ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมจากการใช้ประโยชน์ของประชาชน 2 ลักษณะ ได้แก่ มูลค่าจากการใช้โดยตรง การที่ประชาชนได้รับประโยชน์จากโบราณสถานไม่ว่าจะเป็นการใช้การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและประกอบอาชีพ การเป็นแหล่งท่องเที่ยว แหล่งนันทนาการ แหล่งความรู้ด้านการศึกษาประวัติศาสตร์ และมูลค่าทางอ้อมเป็นมูลค่าที่สะท้อนความพึงพอใจที่สังคมได้รับจากโบราณสถาน เช่น การให้ความรื่นรมย์ทางจิตใจ การเสริมสร้างคุณภาพชีวิต การเพิ่มคุณค่าของสิ่งแวดล้อมรอบๆโบราณสถาน เป็นต้น สำหรับในส่วนมูลค่าจากการมิได้ใช้ เป็นมูลค่าจากการที่โบราณสถานให้ประโยชน์แก่ประชาชนในรูปการสร้างความรู้สึกที่ดี โดยแบ่งออกเป็น มูลค่าดำรงอยู่ และมูลค่าเผื่อไว้ให้ลูกหลาน จากแนวคิดดังกล่าวจึงมีการจำแนกกลุ่มบุคคลที่ได้รับประโยชน์จากการอนุรักษ์โบราณไว้ ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวโบราณสถาน ถือเป็นกลุ่มหนึ่งที่ได้ประโยชน์ ดังนั้นจึงมีการกล่าวถึงแนวคิดในเรื่องความเต็มใจจ่าย ควรจะมีการเก็บค่าใช้จ่ายประโยชน์ดังกล่าวโดยใช้แนวคิดที่ว่าผู้ใช้ประโยชน์เป็นผู้จ่าย (Beneficiation Pay Principly) เพื่อเป็นการปัญหาการใช้ประโยชน์มากเกินไป ความแออัดและความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวอันจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืน

การศึกษาในประเทศไทยในเรื่องความเต็มใจจ่ายจากการผลการศึกษาของ นาดพิมล วาดสันหัต (2545) ได้มีข้อเสนอการตั้งราคาการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์ เชียงแสนมีต้องมีการกำหนดให้สูงขึ้นให้เหมาะสมกับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Provins,A.et al. (2008) ที่ได้กล่าวว่าโบราณสถานเป็นสินค้าสาธารณะที่ไม่สามารถระบุสิทธิ์ความเป็นเจ้าของชัดเจนได้ ทำให้ในบางแห่งอาจจะเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้ที่ใช้ประโยชน์ต่ำกว่าประโยชน์ของโบราณที่เกิดขึ้นกับผู้ที่ใช้ประโยชน์ ดังนั้นจึงมีแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดราคาค่าเข้าชมโดยใช้หลักความเต็มใจจ่ายโดยจากงานศึกษาของชัชชล กมลรัตนพล และ อุดมศักดิ์ ศิลประชาวศ์ (2552) ได้มีการศึกษานี้เพื่อกำหนดค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยใช้วิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประมาณค่า (contingent valuation method, CVM) วิเคราะห์ความเต็มใจจะจ่ายค่าเข้าชมอุทยานฯ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อนำไปบูรณะและจัดการอุทยานฯ ให้เป็นไปตามแผนการจัดการพื้นที่อุทยาน การศึกษาใช้แบบสอบถามคำถามแบบปลายปิดโดยการเสนอราคาเพียงครั้งเดียวร่วมกับคำถามแบบปลายเปิด จากการวิเคราะห์จากคำถามปลายปิดพบว่า ค่าเข้าชมที่เสนอให้กับนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจะจ่ายอย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติ จากคำถามปลายเปิดพบว่า อายุและรายได้ของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจะจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าความเต็มใจจะจ่ายเฉลี่ยจากทั้งสองวิธีมีค่าใกล้เคียงกัน แต่มีค่าสูงกว่าค่าเข้าชมที่จัดเก็บในปัจจุบัน โดยค่าเฉลี่ยของความเต็มใจจะจ่ายจากคำถามปลายเปิดเท่ากับ 143.94 บาทต่อคนต่อครั้ง และจากคำถามปลายเปิด 150.86 บาทต่อคนต่อครั้ง ขณะที่อัตราค่าเข้าชมที่เก็บจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในปัจจุบันเพียง 50 บาทต่อคนต่อครั้ง การศึกษานี้เสนอให้กำหนดค่าเข้าชมอุทยานฯ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในอัตรา 150 บาทต่อคนต่อครั้ง และจากแนวคิดความเต็มใจจ่ายอีกเช่นเดียวกันก็นำมาประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมมรดกทางวัฒนธรรมเช่นกันโดยเป็นการศึกษาความเต็มใจจ่ายในการอนุรักษ์และบูรณะมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งพบได้ในการศึกษาของ เอกพล อังผาดผล (2553) โดยได้ประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเทศบาลปัว จังหวัดน่าน เพื่อสะท้อนถึงคุณค่าความสำคัญที่ประชาชนมีต่อการอนุรักษ์ ซ่อมแซมและปรับปรุงสิ่งที่ชำรุดให้กลับมาให้อยู่ในสภาพดีเพื่อให้เหมาะสมกับศรัทธาของชุมชนโดยใช้วิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประมาณค่า (contingent valuation method, CVM) วิเคราะห์ความเต็มใจในรูปของเงินบริจาคและเงินเข้ากองทุนทุกปี โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ประโยชน์เห็นความสำคัญกับการเก็บเงินเข้ากองทุนทุกปีๆละครั้ง ในส่วนผู้ที่ไม่ใช้ประโยชน์ควรมีการเก็บแบบการบริจาคแบบครั้งเดียว เพิ่มเติม ต่อเอกบัณจิต (2552) ความเต็มใจจะจ่ายค่าเข้าชมสวนนกชัยนาท มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเต็มใจจะจ่าย (Willingness to pay) ค่าเข้าชมสวนนกชัยนาท และ แสดงถึงมูลค่าความเต็มใจจะจ่ายค่าเข้าชมสวนนกชัยนาท โดยใช้แบบจำลอง Logit Model และ Probit Model ส่วนการสอบถามด้วยคำถามปลายเปิดใช้แบบจำลอง Tobit Model จากผลการศึกษา มูลค่าความเต็มใจจ่ายของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวในสวนนกชัยนาท ได้ค่าเฉลี่ยของความเต็มใจจ่ายเท่ากับ 97.58 บาทต่อครั้ง ส่วนประชาชนทั่วไปที่ไม่เคยเดินทางมาสวนนกชัยนาท ได้ค่าเฉลี่ยของความเต็มใจจ่ายเท่ากับ 97.87 บาทต่อครั้ง มูลค่าดังกล่าวของทั้ง 2 กลุ่มเป็นค่าที่ได้จากการคำนวณด้วยแบบจำลอง Probit Model ซึ่งเป็นสมการที่ดีที่สุดเมื่อพิจารณาจากค่า Log Likelihood function ที่มีค่าสูงที่สุดเมื่อเทียบกับค่าที่คำนวณได้จากแบบจำลอง Logit Model และ Tobit Model ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจจะจ่าย พิจารณาจากการสอบถามด้วยคำถามปลายเปิด ใช้แบบจำลอง Tobit Model โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวในสวนนกชัยนาท พบว่าปัจจัย เพศ อายุ รายได้และ จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายค่าเข้าชมจากการมีโครงการพัฒนาสวนนกชัยนาท โดยกลุ่มประชาชนทั่วไปที่ไม่เคยเดินทางมาสวนนกชัยนาทพบว่าตัวแปร อายุ และ รายได้ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายค่าเข้าชมจากการมีโครงการพัฒนาสวนนกชัยนาทของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นจากค่าความเต็มใจจะจ่ายเฉลี่ยที่ได้สามารถประเมินมูลค่าความเต็มใจจะจ่ายส่วนเพิ่มของกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในสวนนกชัยนาทได้

เท่ากับ 9,389,343 บาทต่อปี ส่วนกลุ่มประชาชนทั่วไปที่ไม่เคยเดินทางมาสวนนกชัยนาทได้มูลค่าความเต็มใจจ่ายโดยเฉลี่ยเท่ากับ 10,991,486 บาทต่อปี เมื่อนำมูลค่าความเต็มใจจ่ายมารวมกัน จะได้มูลค่าความเต็มใจจะจ่ายรวมเป็นรายปีเท่ากับ 20,380,829 บาทต่อปี

ซัชชล กมลรัตนพล และ อุดมศักดิ์ ศิลประชาวงศ์ (2552) ศึกษาการกำหนดค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา การศึกษานี้เพื่อกำหนดค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยใช้วิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประมาณค่า (contingent valuation method, CVM) วิเคราะห์ความเต็มใจจะจ่ายค่าเข้าชมอุทยานฯ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อนำไปบูรณะและจัดการอุทยานฯ ผลการศึกษาพบว่า ค่าเข้าชมที่เสนอให้กับนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจะจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากคำถามปลายเปิดพบว่าอายุและรายได้ของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจะจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติค่าความเต็มใจจะจ่ายเฉลี่ยจากทั้งสองวิธี มีค่าใกล้เคียงกัน แต่มีค่าสูงกว่าค่าเข้าชมที่จัดเก็บในปัจจุบัน โดยค่าเฉลี่ยของความเต็มใจจะจ่ายจากคำถามปลายปิด เท่ากับ 143.94 บาท ต่อคนต่อครั้ง และจากคำถามปลายเปิด 150.86 บาท ต่อคนต่อครั้ง ขณะที่อัตราค่าเข้าชมที่เก็บจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในปัจจุบันเพียง 50 บาท ต่อคนต่อครั้ง การศึกษานี้เสนอให้กำหนดค่าเข้าชมอุทยานฯ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติใน อัตรา 150 บาท ต่อ คน ต่อ ครั้ง

2.7.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยว

จากการทบทวนเอกสารพบบงานศึกษาของนุชจริย์ พูลแก้วในปี (2547) โดยทำการศึกษาการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยค้นหาข้อมูลของประเทศไทยที่แสดงในงานนิทรรศการการท่องเที่ยวในประเทศของตนเอง รองลงมาคือจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต การใช้อินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ใช้ค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวและบริษัทจำหน่ายบัตรโดยสาร และในการศึกษาของอารยา วรรณประเสริฐ (2542) ได้นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารฯ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจในระดับต่ำมาก และมีการรับรู้ข่าวสารในระดับปานกลาง สื่อเฉพาะกิจ สามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้สูงที่สุด รองลงมา คือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคลตามลำดับ เพศ และ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารฯ จากสื่อมวลชน อายุและรายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารฯ จากสื่อบุคคล ส่วนอายุ รายได้ และอาชีพที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารฯ จากสื่อเฉพาะกิจ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารฯ การเปิดรับข่าวสารฯ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารฯ และการรับรู้ข่าวสารฯ เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายภาพลักษณ์ประเทศไทยใน

สายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ นอกจากนี้ เนตรนภา กองงาม ได้ทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสารและ ความพึงพอใจจากเว็บไซต์ของประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าโดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างในได้สืบค้นข้อมูลโดยจาก google.com ความพึงพอใจเกี่ยวกับเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ

จากการตรวจเอกสารในข้อต้นทำให้กรอบการดำเนินการวิจัยในส่วนของประเด็นในการพัฒนาอุปทานและอุปทานการท่องเที่ยวของอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงรายในด้านการกำหนดกิจกรรม การจัดทำกลยุทธ์การตลาด การเพิ่มมูลค่าของโบราณสถานในอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ในสอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อไป