

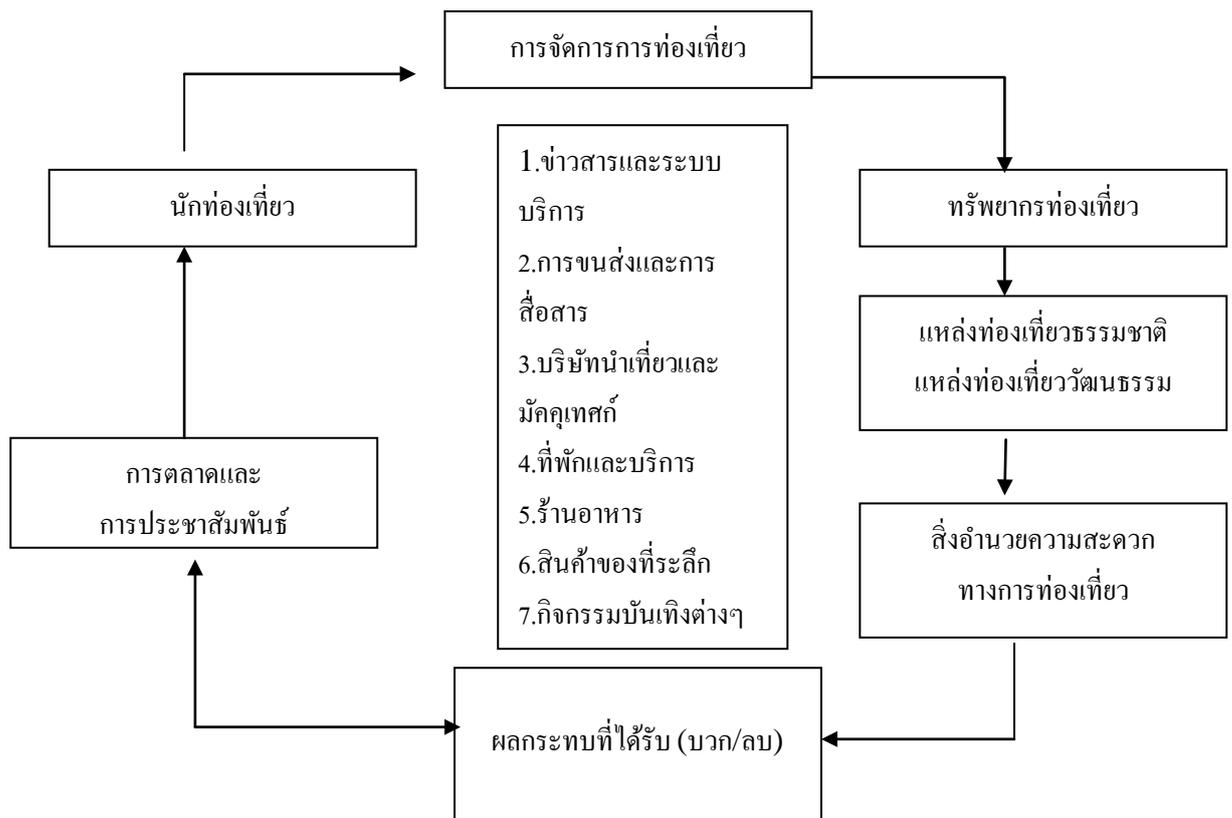
บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โครงการ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรของชุมชนท้องถิ่นเพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวบนเส้นทาง R3E ได้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

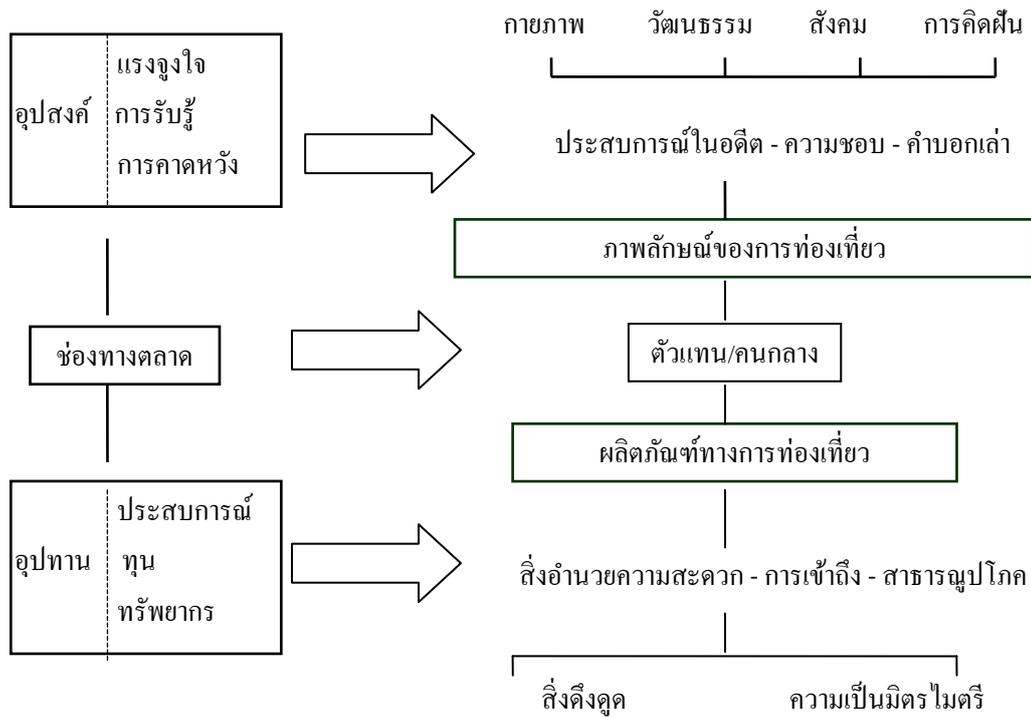
ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของการท่องเที่ยวมาเป็นแนวทางการวิจัยคือ การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบหลายส่วน องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันเป็นวงจร และแต่ละส่วนมีผลกระทบต่อกันดังนี้



ภาพที่ 3-1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของไมตรีจิตที่มีการกล่าวถึงกันในปัจจุบันเสมอได้แก่การรับรองแขก มรรยาทของเจ้าของบ้าน การเป็นเจ้าบ้านที่ดี ใจดีกับแขกและคนแปลกหน้า การต้อนรับขับสู้ การมี ใจยินดีรับรอง การให้ความร่วมเย็นและการมีเมตตากรุณา

กัน (Gunn,1979) ได้ชี้ให้เห็นแง่มุมต่าง ๆ และการพึ่งพาซึ่งกันและในระบบท่องเที่ยว ซึ่งความเป็นมิตรไมตรีนี้มีความสำคัญพอๆ กับสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว



ภาพที่ 3-2 ความสัมพันธ์ของอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยว
ที่มา คูเปอร์ และคนอื่นๆ (Cooper & Others , 1996, 21)

วัตถุประสงค์และความต้องการของนักท่องเที่ยว

ในการเดินทางท่องเที่ยว จุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวอาจเป็นอย่างไรอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางเพื่อความบันเทิง การเดินทางเพื่อนันทนาการ การเดินทางเพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนา การเดินทางเพื่อกิจกรรมกีฬา การเดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อการศึกษาหรือฝึกอบรมระยะสั้น การเดินทางเพื่อกิจกรรมทางธุรกิจ การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ เยี่ยมเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การเดินทางเพื่อแสวงหาความตื่นเต้นผจญภัย การเดินทางเพื่อพิสูจน์ความจริง การเดินทางเพื่อหาเพื่อนใหม่ การเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศ ฯลฯ ซึ่งเดวิดสัน (Davidson, 1993) ได้สรุปวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการคือ

1. การท่องเที่ยวในเวลาว่าง (Leisure Tourism) เช่น การเล่นกีฬา การชมศิลปวัฒนธรรม การเยี่ยมชมมิตร การพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

2. การท่องเที่ยวทางธุรกิจ (Business Tourism) เช่นการประชุมทางธุรกิจ การติดต่อทางธุรกิจเช่นการเยี่ยมชมหรือซื้อสินค้า การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมการแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ

3. การท่องเที่ยววัตถุประสงค์อื่นๆ เช่นเพื่อการศึกษาเพื่อสุขภาพ การประกอบศาสนกิจ ฯลฯ แต่ไม่ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบใดก็จะเข้าหลัก 3 Es ของการท่องเที่ยวคือ

1. ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน (Entertainment)
2. ท่องเที่ยวเพื่อหาความตื่นเต้น (Excitement)
3. ท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ (Education)

การที่นักท่องเที่ยวจะไปเที่ยวที่ใดๆนั้น นอกจากนักท่องเที่ยวจะพิจารณาสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่แล้ว บริ การทางการท่องเที่ยวเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญไม่แพ้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว บริการหลักๆ ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย บริการนำเที่ยว- นำทาง ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและภัตตาคาร ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภค ระบบการคมนาคมติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวหลักอื่นๆหรือเมืองอื่นๆซึ่งควรมีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับได้สำหรับนักท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) กำหนดว่าคุณภาพที่นักท่องเที่ยวต้องการและคาดหวังจากการใช้จ่ายมีอย่างน้อย 6 เรื่องที่ถือว่าสำคัญและมีผลกระทบต่อคุณภาพของการท่องเที่ยวโดยรวมด้วย คุณภาพดังกล่าวได้แก่

1. มีคุณภาพด้านความปลอดภัย (Safety and security)
2. มีคุณภาพด้านสุขอนามัย (Hygiene)
3. คุณภาพของการเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวและการบริการ
4. มีความโปร่งใส (Transparency) หรือมีความชัดเจน ผู้บริ โภคสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงของราคาทั้งหมดได้
5. มีความเป็นของแท้ (Authenticity) สินค้าการท่องเที่ยวที่นำเสนอควรเป็นของแท้ที่มีความเชื่อมโยงกับภูมิหลังทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น แม้ว่าสินค้านั้นๆเป็นสิ่งที่พัฒนาขึ้นมาใหม่หรือดัดแปลงให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยวก็ตาม
6. มีความกลมกลืน (Harmony) กับผู้คนและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งความกลมกลืนนี้จะเป็นตัวบ่งบอกถึงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะปานกลางและระยะยาวด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประเมินว่าประเทศไทยจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน และถือเป็น Quality Destination ได้ถ้าอยู่ในเงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. มีแหล่งท่องเที่ยวที่งดงาม ไม่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรมหรือถูกทำลาย
2. คงประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม ดำรงเอกลักษณ์ของไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก
3. สิ่งแวดล้อมปลอดจากมลพิษ
4. ปลอดภัยจากอาชญากรรม อุบัติเหตุและโรคภัยไข้เจ็บ
5. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวก

และการบริการมีคุณภาพ

6. มีการคมนาคมที่ติดต่อถึงกันได้ทุกระบบ
7. มีระบบการคมนาคมสาธารณะที่ติดต่อกับทั่วโลกได้ทุกเมืองท่องเที่ยวหลัก
8. ประชาชนมีความพร้อมที่จะให้บริการในมาตรฐานสากลและมีส่วนร่วมอย่างสูงสุด

ในการได้รับสวัสดิการจากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ตรงตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเสนอแนะว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรมีการจัดการท่องเที่ยวพร้อมบริการดังนี้

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์
2. มีความพร้อมในการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติ ภายในศูนย์มีบริการอำนวยความสะดวกเบื้องต้น มีเคาน์เตอร์บริการข่าวสาร มุมนิทรรศการ ห้องสุขา มุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม
3. มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ทั้งเส้นทางไปและกลับทางเดิม เส้นทางเป็นวงกลม ระยะทางตั้งแต่ 1 กิโลเมตรขึ้นไป
4. มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นระยะๆ เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว

5. มีแผนที่และคู่มือนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมาย เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
6. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อ

ครั้งต่อวัน

7. มีมัคคุเทศก์หรือคนนำทางท้องถิ่น
8. มีการบริหารจัดการพื้นที่ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น องค์กรภาครัฐในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และองค์กรพัฒนาเอกชน เป็นต้น
9. มีนโยบายต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นชัดเจน เช่น การจัดการ

ขณะ การจัดการน้ำเสีย การจัดการมลพิษต่าง ๆ และการฟื้นฟูองค์ความรู้ท้องถิ่น ฯลฯ

10. มีแผนพัฒนาบุคลากรและการบริการสู่ระดับมาตรฐานสากล

11. หากแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรม จะต้องเป็นที่พักแรมระดับการรักษาสิ่งแวดล้อม (Eco lodge)

การที่จะให้การบริการได้คุณภาพมาตรฐานดังกล่าว เพื่อให้การท่องเที่ยว มีการพัฒนาแบบยั่งยืนประการหนึ่งก็คือ การให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เกี่ยวกับคุณค่าและความสำคัญของการท่องเที่ยวทั้งในด้านที่เป็นประโยชน์และเป็นโทษอย่างชัดเจน เพื่อเพิ่มวิสัยทัศน์ นวัตกรรมท่องเที่ยวกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างทั่วหน้า

การศึกษาความต้องการ ในการจัดการท่องเที่ยว ต้องค้นหาว่าการท่องเที่ยว เป็นความต้องการของคนส่วนใหญ่หรือ ของคนส่วนน้อยในชุมชน ซึ่งถือเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดที่จะต้อง หาคำตอบขึ้นมาก่อน เพราะถ้า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว มีความพร้อมทุกอย่าง แต่ถ้าคนในชุมชนไม่ชอบหรือไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวก็ยากที่จะทำ ได้สำเร็จและ จะกลายเป็นปัญหาให้กับผู้ทำงานและนักท่องเที่ยวเองก็ไม่ได้รับการต้อนรับที่ดี

ในแง่ของคุณภาพการบริการ ความต้องการ ของลูกค้าคือสิ่งที่มีความสำคัญมาก ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีความต้องการ พื้นฐานในงานบริการที่คล้ายคลึง (ชุกส์ อุนวิจิตร , 2550) คือ ความเชื่อถือได้ (Reliability) มีการรับประกัน (Assurance) เช่นเครดิตของผู้จัดบริการ สิ่งนั้นสัมผัสได้ (Tangibles) หรือจับต้องได้ทางกายภาพในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ มีการเอาใจใส่ให้ความสนใจ (Empathy) และ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) โดยสิ่งที่ลูกค้าต้องการคือความรู้ที่มั่นคงปลอดภัย (Security) ความเข้าใจ (Understanding) และความรอบรู้ในการบริการ (Competence) ว่าบริการโดยผู้ที่ผ่านการฝึกฝนและมีความชำนาญในการบริการ และที่สำคัญคือ ตามหลักจิตวิทยาของมาสโลว์ (Maslow) มนุษย์ทุกคนต้องการความรักและความสนใจจากเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน แต่ในธุรกิจบริการ นั้นความต้องการของลูกค้า นั้นค่อนข้างละเอียดอ่อนกว่าธุรกิจอื่นๆ เพราะลูกค้าต้องการความสนใจในฐานะบุคคลสำคัญ ความสุภาพอ่อนน้อม ให้เกียรติและมีมารยาทที่ดี (Courtesy) เช่น การจดจำลูกค้าและชื่อของลูกค้า การทักทาย การเสนอให้บริการโดยการคาดเดาความต้องการของลูกค้าล่วงหน้าจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก และ ให้บริการตั้งแต่ก่อนลูกค้าเดินเข้ามา ทำให้บริการทุกๆวินาทีเป็นความประทับใจ จนกระทั่งลูกค้าเดินกลับออกไป

ตามทฤษฎีการคาดหวังของลูกค้า (Customer expectations) นั้นเกิดจากปัจจัยที่สำคัญ คือ ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่า (Word of Mouth Communication = W-O-M) การศึกษาข้อมูลจากคู่แข่ง การโฆษณาของกิจการเอง และ ความต้องการส่วนตัวของลูกค้า (Personal needs) นอกจากนี้ทำให้ลูกค้าสมหวังแล้วองค์กรที่มีการ

บริการเป็นเลิศยังให้หลัก E-plus ในการให้บริการคือการมอบประสบการณ์ให้ลูกค้าเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง (Expectations Exceeded) ซึ่งตามทฤษฎีจิตวิทยา Equity theory ของอดัม (J. Stacy Adams) เชื่อว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ กับผู้ขายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก (Timm, 1998, 67)

ในปี 2551 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของประชาชนในท้องถิ่นคือ เร่งส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติการเรียนรู้สร้างสรรค์สังคม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวจึงเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ ชุมชนท้องถิ่นและศักยภาพของประชาชนในท้องถิ่น อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

แนวความคิดในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมทางการท่องเที่ยว

หลักสูตรที่จะใช้ในการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวมีแนวคิดทางทฤษฎีที่สำคัญคือ ต้องบูรณาการแบบองค์รวม (Integrated holistic approach) ตัวแบบ (Model) ที่ใช้ในการพัฒนาหลักสูตรต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคและโอกาสทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั้งที่เป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

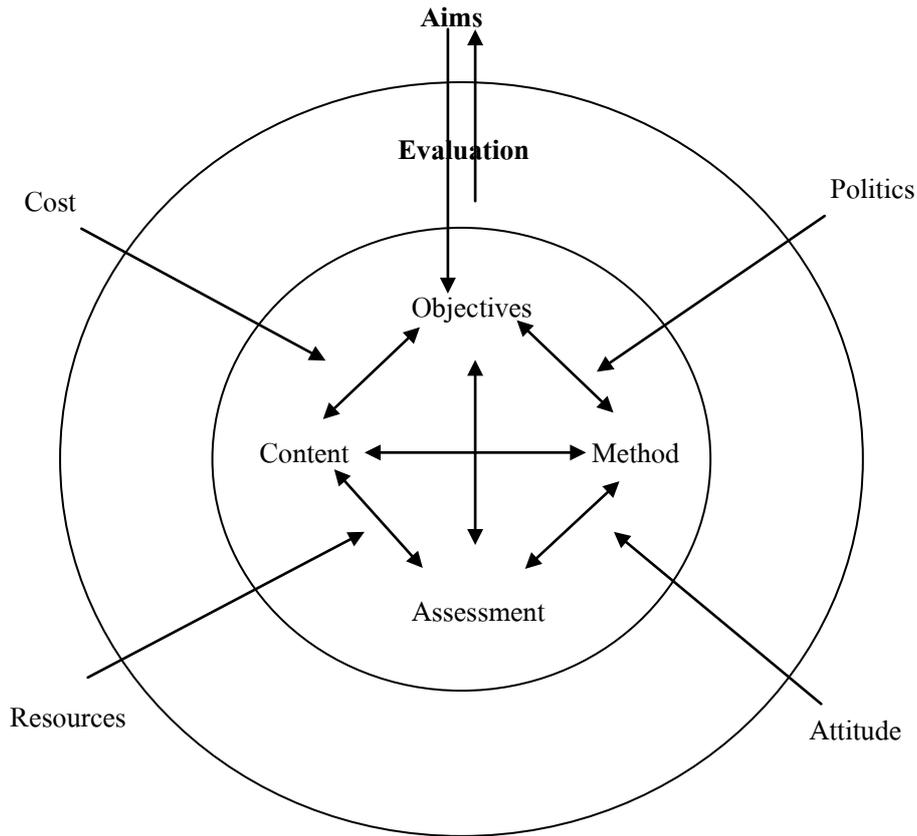
ในการพัฒนาหลักสูตรมีแนวความคิดอยู่สองแบบ คือ หลักสูตรที่เน้นเนื้อหา (Content Approach) และหลักสูตรที่เน้นกระบวนการ (Process Approach) โดยหลักสูตรแบบแรกเน้นให้ครูผู้สอนเป็นศูนย์กลาง ความรู้และทักษะสามารถจึงกำหนดล่วงหน้าได้ และหลักสูตรแบบหลังเน้นให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการกำหนดวัตถุประสงค์ล่วงหน้าจึงทำได้ยากเพราะเน้นความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ

วัตถุประสงค์ของหลักสูตรเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้ประเมินผล นักการศึกษาที่ให้แนวคิดนี้มานานกว่า 60 ปีและยังใช้ในปัจจุบันคือ บลูม (Bloom) เขาแบ่งกรอบของวัตถุประสงค์ออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่เน้นทักษะด้านความรู้ ส่วนที่เน้นเจตคติและอารมณ์ และส่วนที่เน้นการกระทำ (Cognitive domain, Affective domain, Psychomotor domain)

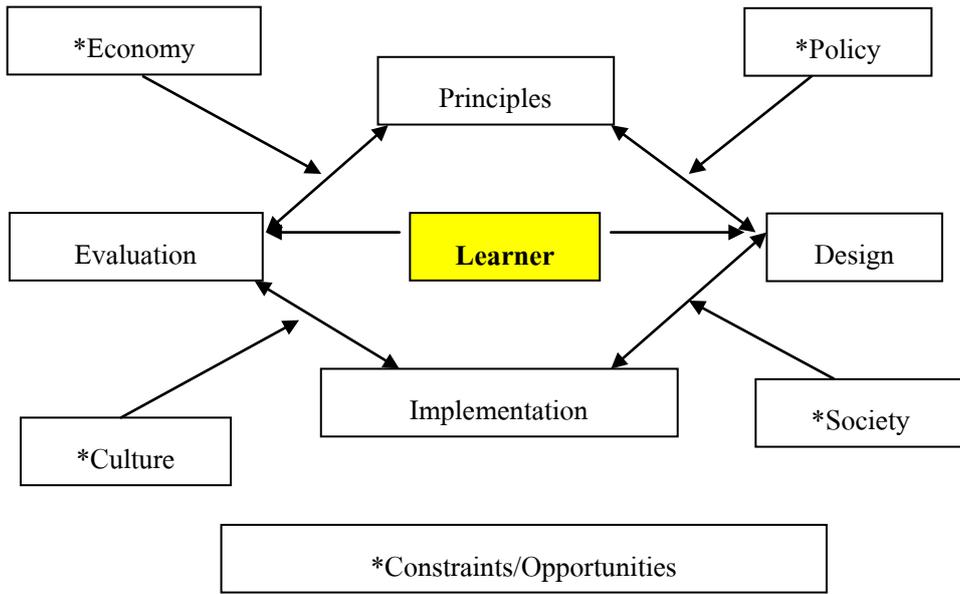
แนวความคิดในการพัฒนาหลักสูตรมีหลายความคิด แต่แนวความคิดหนึ่งที่เหมาะสมนำมาใช้ในการฝึกอบรมทักษะของบุคลากรทางการท่องเที่ยว คือการฝึกอบรมเพื่อสาขาอาชีพทางการท่องเที่ยว (Vocational Training for Tourism) หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นจะต้องแน่ใจว่า มีส่วนเนื้อหาที่สัมพันธ์สาขาอาชีพและมีจุดประสงค์ในการพัฒนาทักษะอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะ

ตัวแบบที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาหลักสูตรมีมากมายแต่ตัวแบบที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวตัวแบบหนึ่งคือตัวแบบของ แมนวาร์ริงและเอลตัน (Manwaring and Eltoon, 1984 อ้างใน Cooper, Shepherd & Weslake, 1996) ตัวแบบของหลักสูตรนี้ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ เนื้อหา

วิธีการ และการประเมินผล โดยการประเมินของแมนวาร์จคล้ายกับของนักวิชาการคนอื่นคือการประเมินผลต้องประเมินตามวัตถุประสงค์ สิ่งที่แตกต่างกันคือเขาให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร 4 อย่างคือ ทรัพยากร (Resources) ค่าใช้จ่าย (Cost) นโยบาย (Politics) และทัศนคติ (Attitude) ของสมาชิกซึ่งคล้ายกับตัวแบบอย่างง่ายขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ดังภาพที่ 3-3 และภาพที่ 3-4



ภาพที่ 3-3 ตัวแบบของแมนวาร์จและเอลตัน
ที่มา คูเปอร์และคนอื่นๆ (Cooper Shepherd & Weslake , 1996, 67)



ภาพที่ 3-4 Simple Model

ที่มา (คูเปอร์และคนอื่นๆ (Cooper Shepherd & Weslake, 1996, 62)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาผลกระทบของตลาดแรงงานใน ภาคเหนือของประเทศไทย อิศราคุระ (Israkura, 1997) พบว่าความต้องการของตลาดแรงงานเพิ่มขึ้นโดยประมาณร้อยละ 10 ต่อปี แต่จากการที่การท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างรวดเร็วข้อดีประการหนึ่งก็คือการท่องเที่ยวช่วยลดการอพยพโยกย้ายของแรงงานในท้องถิ่นไปสู่เมืองใหญ่และกรุงเทพฯ โดยเฉพาะกลุ่มคนอายุ 20- 30 ปี ที่เป็นกลุ่มแรงงานหลักในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามยังพบว่าแรงงานที่มีอยู่ยังขาดแคลนและขาดศักยภาพตามที่อุตสาหกรรม ต้องการ มีความจำเป็นที่หน่วยงานของรัฐและสถานศึกษาต้องเอาใจใส่และพัฒนาบุคลากรดังกล่าวเป็นอย่างมาก

จากการศึกษาทักษะแรงงานกลุ่มประชากรในเขตภาคเหนือตอนบน (ประภาพรรณ อุ่นอบ และคณะ, 2546) โดยเฉพาะจังหวัดเชียงรายพบว่า ประชาคมส่วนใหญ่มีทักษะด้านการท่องเที่ยวอยู่แล้วหลายด้านเช่นด้านกลยุทธ์การจัดทำแผน การบริหารจัดการองค์กร การบริหารงานบุคคล การบริหารข้อมูล การบริหารความขัดแย้ง และทักษะระดับปฏิบัติการที่มีอยู่คือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และวัฒนธรรม การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว การจัดการการเงินและบริการนำเที่ยว แต่ประชาคมยังมีความต้องการพัฒนาในเรื่อง ทักษะการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทักษะการตลาด ทักษะการวางแผน ทักษะการจัดการการเงิน และทักษะในการให้บริการ ซึ่งนักท่องเที่ยวก็มีความเห็นสอดคล้องกันกับข้อมูลดังกล่าวและมีความเห็นเพิ่มเติมว่าชุมชนควรพัฒนาทักษะการบริการทุกด้านรวมถึงทักษะการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมด้วย

ผลการศึกษา ทศนคติของนักท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติอยากกลับมาเที่ยวเชียงใหม่อีก เพราะนักท่องเที่ยวประทับใจในบรรยากาศไมตรีและความเป็นมิตรของชาวเชียงใหม่ พื่อใจในรส ชาติของอาหารและทัศนียภาพของจังหวัด ความสะอาดสบาย ความปลอดภัย ระบบขนส่งมวลชน (สุธิดา วงษ์พันธ์, 2544) นอกจากนี้ ประภาพร พนมไพร และคณะ (2549) ทำการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายในด้านความเป็นมิตรไมตรี ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง การบริการนำเที่ยว/มัคคุเทศก์ บริการข้อมูลข่าวสาร โครงสร้างพื้นฐาน/สาธารณูปโภค สถานที่พัก การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง และด้านอาหาร /ภัตตาคาร อยู่ในระดับดี จากการระดมความคิดเห็นในการพัฒนาการต้อนรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้ไปสู่ความเป็นเลิศ พบว่าด้านความเป็นมิตรไมตรี ผู้ให้บริการต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ โดยไม่เอารัดเอาเปรียบ หลอกลวง น้อ โกงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีสำนึกในการปฏิบัติ นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติตาม ด้านความปลอดภัยควรเสริมสายตรวจและพนักงานรักษาความปลอดภัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ตลอดจนย่านที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเดินทาง ควรจัดทำป้ายบอกทาง เส้นทางทางท่องเที่ยว และมีแผนที่ริมทางเป็นภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่สำคัญ ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ควรจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร และความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสามารถอธิบาย และแนะนำนักท่องเที่ยวให้เที่ยวอย่างถูกวิธี ด้านบริการข้อมูลข่าวสารควรประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และจัดจุดบริการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค ควรดูแล บำรุงรักษา ปรับปรุงถนนหนทาง ตู้โทรศัพท์สาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน สะอาด และปลอดภัย ด้านสถานที่พัก พนักงานที่ให้บริการด้านที่พักควรใช้ภาษาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี และไม่เอารัดเอาเปรียบโดยจัดระดับราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพบริการ ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง ควรเน้นระบบการบริการที่รวดเร็ว สะดวก และปลอดภัย ด้านอาหารและภัตตาคาร ควรปรับปรุงอาหาร ให้ถูกสุขอนามัยจัดบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมบริเวณร้านให้สะอาดและน่าสนใจ

ชุกลิน อุณวิจิตร และฤทธิกร เดชาชัย (2551) ศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปเที่ยวเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการเดินทางในทุกช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อน ทราบข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติ มีความคาดหวัง 3 อันดับแรกในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ที่พักแรมและบรรยากาศไมตรีของคนตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางกับเพื่อนและจัดการเดินทางด้วยตนเอง สิ่งจูงใจในการเดินทางสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ที่พักที่โรงแรม

และรีสอร์ทโดยคิดต่อด้วยตนเอง ชื่อของฝากประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากที่สุด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าของที่ระลึก / ของฝาก และคุณภาพการบริการ ในระดับมาก และพึงพอใจปัจจัยด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดนำเที่ยวระดับปานกลาง

ด้าน ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าจังหวัดเชียงรายมีความเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวประเภทพักผ่อน นมากที่สุด นักท่องเที่ยวเลือกที่พักแรมโดยพิจารณาจากที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว มีราคาเหมาะสม โดยเลือกจากคำแนะนำของเพื่อนหรือญาติเป็นส่วนใหญ่ เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือการไหว้ พระทำบุญและการซื้อของตามลำดับ สิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวต้องใช้อย่างน้อยได้แก่ห้องน้ำ โทรศัพท์และแผนที่และป้ายบอกทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประทับใจได้แก่วัดร่องขุน อำเภอแม่สายและดอยตุง ส่วนปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบมากที่สุดได้แก่ที่จอดรถ การเดินทางบนถนนและโรงแรมที่พัก พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับภูมิภาค ที่อยู่ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และเพศ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันลาพักผ่อน โดยมีวัตถุประสงค์ของการเดินทาง เพื่อการพักผ่อน ทราบข้อมูลจากญาติและเพื่อน มีความคาดหวังในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวมากเป็นลำดับที่หนึ่ง เรื่องที่พักแรมเป็นลำดับที่สองและลำดับที่สาม สิ่งจูงใจที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวคือแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการเดินทางด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าของฝากของที่ระลึก การจัดนำเที่ยวและด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ว่าเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด นักท่องเที่ยวเลือกที่พักที่ตั้งอยู่ในเมือง วิธีการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวโดยรถสาธารณะของท้องถิ่น กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้อย่างน้อยที่สุดคือโทรศัพท์ / อินเทอร์เน็ต และสถานที่ประทับใจมากที่สุดคือดอยตุง ปัญหาที่พบมากที่สุดคือปัญหาเรื่องป้ายบอกทาง รองลงมาคือการที่ประชาชนพูดภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวไม่ได้

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับภูมิภาคที่อยู่ สถานภาพสมรส จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว การศึกษาและเพศ

องค์ความรู้จากการศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในต่างประเทศ บรูเนอร์ (Bruner, 1991 cited in MacCannell, 1992) พบว่านักท่องเที่ยวยุคหลัง

สมัยใหม่เดินทางท่องเที่ยวไม่ต้องการอะไรมากไปกว่าต้องการเปลี่ยน ผ่านตัวเอง (Transformation of self) ไปตามยุคเท่านั้น และแมคแคนเนล (MacCannell, 1992) สรุปว่านักท่องเที่ยว ยุคหลังสมัยใหม่ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อ ค้นหาแบบแผนวิถีชีวิตของคนยุคหลังสมัยใหม่ (Post modern way) เพื่อเติมเต็มให้กับชีวิตภายใต้ สังคมที่มีอัตลักษณ์และสถานภาพที่ หลากหลาย ดังนั้น นอกจากทำกิจกรรมท่องเที่ยวแล้วนักท่องเที่ยวยังต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้านด้วย

สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) สรุปปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาฉบับที่ 10 ดังนี้

ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการพื้นฐาน		ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ	
พ.ศ.2548	พ.ศ.2549	พ.ศ.2548	พ.ศ.2549
การพักผ่อนหย่อนใจจากการท่องเที่ยว	ธรรมชาติสวยงาม	ภูมิอากาศ	ความปลอดภัย
การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	ความเป็นดั้งเดิม	เจ้าของบ้าน/ ความมีน้ำใจ	ความคุ้มค่าเงิน
กิจกรรมต่างๆสำหรับครอบครัว	ศิลปะวัฒนธรรม	ความคุ้มค่าเงิน	ความสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย
ชายหาด	ที่พัก รีสอร์ท	ความปลอดภัย	ภูมิอากาศ
การรับประทานอาหาร	กิจกรรม กีฬา กลางแจ้ง		

การศึกษาศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงราย มีผู้ศึกษาจากองค์กรต่างๆ ดังนี้ ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุกกลัน อุณวิจิตรและคณะ(2549) ศึกษาพบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมี ศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย มีศักยภาพระดับปานกลางเพียงสี่เรื่องคือ นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด วิสัยทัศน์ทางการท่องเที่ยวของผู้นำ ความพร้อมของบุคลากรในการทำงานร่วมกับชุมชนและความร่วมมือในการพัฒนาท้องถิ่น ของประชาชน ศักยภาพด้านอื่นๆพบว่าอยู่ในระดับน้อยและน้อยที่สุด ด้านความต้องการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความต้องการในการวางแผนพัฒนากลไกการจัดการท่องเที่ยว โดยมีความต้องการพัฒนาคนในท้องถิ่นและการอนุรักษ์เป็นวัตถุประสงค์หลัก กลไกที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาคือ ผู้นำ ประชาชน และกลุ่ม /ชมรมต่างๆ

โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้น้ำหนักกลไกด้านประชาชนมากที่สุด ผู้สนับสนุนภายนอกที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นคาดหวัง จากหน่วยงานของรัฐบาลมากที่สุด โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัด ค วิธีบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ต้องการบริหารในรูปแบบคณะกรรมการร่วมมากที่สุด ความต้องการพัฒนาส่วนใหญ่เป็นความต้องการในระยะปีแรก

ภาคประชาสังคมและ NGO ของจังหวัดเชียงราย พัทธมน บุญยาศรัย และ นวพรรณ สังเวียนวงศ์ (2550) พบว่าภาคประชาสังคมมีศักยภาพและมีบทบาทในการวางแผนจัดการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ทั้งด้านการวางแผนและการจัดการด้านการท่องเที่ยว มีความต้องการในการวางแผนและพัฒนากลไกการจัดการการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ในด้านความต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว การเข้าไปมีส่วน ร่วมในการประชุม แสดงความคิดเห็น ร่วมวางแผน และร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในระดับที่แตกต่างกัน

ภาคธุรกิจ วิรุณศิริ ไจมาและอัครเรศ รักสุริยา (2549) พบว่าภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงราย มีศักยภาพด้านการรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว ของจังหวัดในระดับต่ำที่สุด มีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดในระดับปานกลาง มีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในระดับสูง และมีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการวางแผน และจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง มีบทบาทในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดในระดับน้อยที่สุดมีความต้องการในการวางแผนและพัฒนากลไกการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดในระดับปานกลาง

ภาคประชาชน สุจิตรภา พันธุ์วิไล และคณะ(2550) ศึกษาศักยภาพของชุมชนสามแห่ง พบว่าชุมชนมีศักยภาพมีลักษณะเป็นผู้นำ ผู้ประเมินผลและ เป็นผู้ตามแปรผกผันกับศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว คือพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงประชาชนมีศักยภาพเป็นผู้ตาม ส่วนพื้นที่ที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวต่ำประชาชนมีศักยภาพเป็นผู้นำซึ่งแสดงถึงความพร้อมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวด้วย ในเรื่องความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุกชุมชนเข้าใจว่าการท่องเที่ยวคือการเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่นโดยเกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ ในด้านความต้องการทุกชุมชนต้องการปฏิบัติงานและร่วมดำเนินงานซึ่งแตกต่างกันตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนนั้นๆ