

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประมวลแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือล่องแม่น้ำปิงไว้หลายประการ อีกทั้งได้ศึกษางานวิจัย ที่เป็นประโยชน์ในการวิจัย อันจะทำให้สามารถพิจารณาประเด็นที่จะศึกษาได้อย่างเด่นชัด โดยรวบรวมไว้ดังนี้คือ

- 2.1 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.3 แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน
- 2.4 แนวความคิดของธุรกิจท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดบริการ
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการดึงดูด
- 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบทางการท่องเที่ยว
- 2.9 ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานของมนุษย์
- 2.10 นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นแนวคิดแรกที่ได้ทำการศึกษา เพื่อให้เข้าใจถึงความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จึงมีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลายความหมายดังนี้คือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) ได้ให้ความหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การดำเนินงานที่จะทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รักษาทรัพยากรให้คงความดึงดูดใจ และพัฒนาให้เกิดการขายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539) (อ้างในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายสำคัญที่สุดในการพยายามที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งจะพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ประการคือ

- 1) ต้องดำเนินการในเรื่องขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว
- 2) ต้องตระหนักต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว
- 3) ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
- 4) ต้องขึ้นตามความปรารถนาของประชาชนในท้องถิ่น และชุมชนในชนบทท่องเที่ยว

ทั้งหน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว ต่างก็ได้ให้ความหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องและคล้ายคลึงกัน ซึ่งผู้วิจัยพอสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมน้อยที่สุด และได้มีการถ่ายทอดประเพณีวัฒนธรรมในท้องถิ่น และในขณะเดียวกันประชาชนในท้องถิ่นก็มีส่วนร่วม และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอีกด้วย

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แบ่งการท่องเที่ยวออกเป็นหลายรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ก็เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา จึงมีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลายความหมายดังนี้

อนุชา เล็กสกุลคิลก (2541) (อ้างในฐิติพร ชูชาติ และคณะ, 2544) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อบู่มั่นคงให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ภราเดช พยัณวิเชียร (2542) (อ้างในสรวิศ อาสาสรรพกิจ, 2542) ได้ให้ แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า เป็นกระบวนการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยเฉพาะ

ชุมชนต้องได้รับผลประโยชน์ ร่วมในการตัดสินใจ ในขณะที่เดียวกันต้องเน้นในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ หรือมีระบบนิเวศเป็นจุดสำคัญในการท่องเที่ยว หรือกล่าวโดยสรุปคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นกิจกรรมประเภทหนึ่งซึ่งมุ่งเน้นความรู้และความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องไม่ละเลย องค์ประกอบในเชิงวัฒนธรรม ชุมชน และสังคมด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

จากการที่หน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว ต่างก็ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สอดคล้องและคล้ายคลึงกัน ซึ่งผู้วิจัยพอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมและสังคม ได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งมีกระบวนการจัดการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาระบบนิเวศในท้องถิ่นของตนเองอย่างยั่งยืน

2.3 แนวความคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน (People Participation)

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นจะต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการดำเนินกิจกรรม เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่ จึงมีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลายความหมายดังนี้

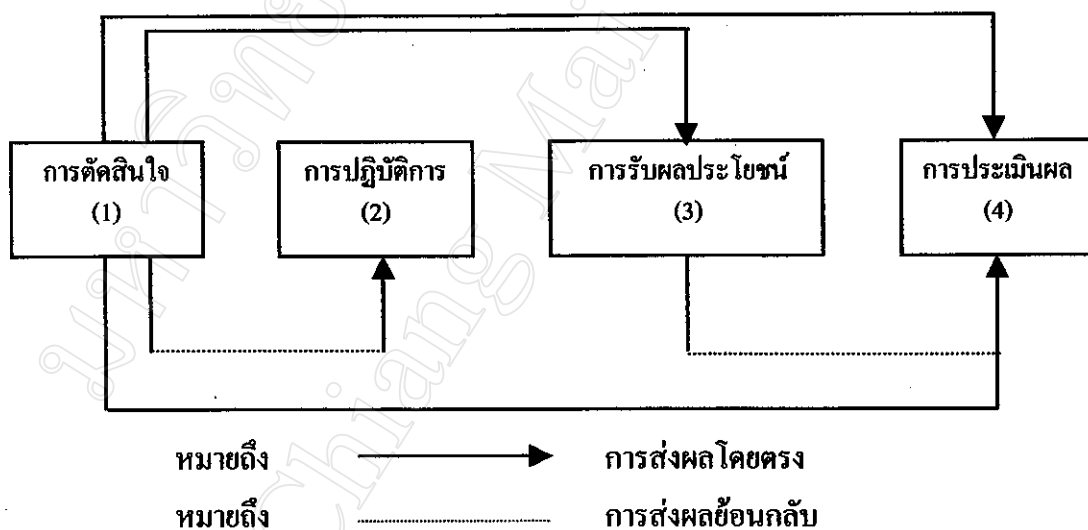
เจมส์ คี บีนทง (2527) แบ่งขั้นตอนที่ประชาชนควรมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน คือ

- 1) การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา และสาเหตุของปัญหาของชาวชนบท
- 2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม
- 3) การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน
- 4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่า แนวความคิดของการมีส่วนร่วม เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นเป็นหลัก โดยได้รวมถึงการมีส่วนร่วมกับทุกองค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวมีเป้าหมายและทิศทางเดียวกัน นอกจากนั้น

ได้มีการศึกษาการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง เนื่องมาจากการมีส่วนร่วมของประชาชนได้ช่วยให้เกิดการพัฒนามีประสิทธิภาพ การดำเนินการใด ๆ ถ้าประชาชนได้ลงมือพัฒนาตนเองย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและมีความภาคภูมิใจ จะเห็นได้ว่า การพัฒนาในทุก ๆ ด้านได้มุ่งเน้นให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในทุก ๆ ขั้นตอน

John M. Cohen and Norman T. Uphoff (1977) (อ้างในระวี อินจินดา, 2542) ได้กล่าวถึง การมีส่วนร่วมว่าโดยทั่วไป ในขั้นตอนการตัดสินใจไม่ได้หมายความว่า จะเป็นการตัดสินใจได้เพียงอย่างเดียว ยังใช้การตัดสินใจควบคู่ไปกับขั้นตอนการปฏิบัติด้วยการตัดสินใจยังเกี่ยวข้องกับประชาชนในเรื่องของผลประโยชน์ และการประเมินผล ในกิจกรรมการพัฒนาด้วย จะเห็นว่าการตัดสินใจนั้นเกี่ยวข้องเกือบโดยตรงกับการปฏิบัติ แต่ก็เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์และการประเมินผลด้วย โดยที่ผลประโยชน์นั้นเป็นผลมาจากการปฏิบัติการ และผลประโยชน์ก็มาเป็นตัวกำหนดให้มีการประเมินผล ซึ่งต่างก็ได้รับผลมาจากขั้นตอนการตัดสินใจแล้วทั้งสิ้น นอกจากนี้ก็จะมีผลสะท้อนกลับจากการประเมินผล และการปฏิบัติการกลับไปสู่การตัดสินใจอีกด้วย (ดังแผนภูมิที่ 2.1)



แผนภูมิที่ 2.1 แสดงแนวคิดสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วม

ที่มา : John M. Cohen and Norman T. Uphoff (1977).

แนวความคิดของโคเฮนและอัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff) นี้ จะเห็นได้ว่า การมีส่วนร่วมมี 4 ขั้นตอนคือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ทุกขั้นตอนมีความสัมพันธ์

โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมที่ขั้นตอนการตัดสินใจเป็นประการสำคัญ ซึ่งในแนวทางการมีส่วนร่วมนั้น มุ่งให้ประชาชนเป็นผู้คิดค้นปัญหา เป็นผู้ที่มีบทบาทในทุก ๆ เรื่อง ไม่ใช่ที่กำหนดให้ประชาชน ปฏิบัติในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ทุกอย่างต้องเป็นเรื่องของประชาชนที่จะคิด ซึ่งแนวความคิดนี้มีกรอบ พื้นฐานและวิเคราะห์การมีส่วนร่วม ดังนี้

- 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การริเริ่มตัดสินใจ การดำเนินการตัดสินใจ และการตัดสินใจปฏิบัติการ
- 2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริการ และการประสานขอความช่วยเหลือ
- 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางวัตถุ ผลประโยชน์ทาง ด้านสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล
- 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล เป็นการควบคุม ตรวจสอบการดำเนินกิจกรรม ทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วม

จากการที่หน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว ต่างก็ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนคล้ายคลึงกัน ซึ่งผู้วิจัยพอสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง ประชาชนในท้องถิ่นมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนที่อาศัยอยู่ โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในการระบุปัญหา ร่วมกันวางแผน และตัดสินใจในการดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชนของตนเอง ทั้งนี้จะต้องอาศัยกระบวนการจัดการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระเบียบแบบแผนและการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพภายในท้องถิ่น รวมถึงการปลูกจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศและทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นของตนเองอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

2.4 แนวความคิดของธุรกิจท่องเที่ยว

ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจโดยทั่วไป เนื่องมาจากตัวของสินค้าที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว จึงมีผู้ให้ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยวไว้หลายความหมายดังนี้คือ

ชยันต์ ผลโลก (2539) กล่าวถึง ธรรมชาติของธุรกิจท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. ธุรกิจท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมซึ่งพึ่งพาการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ มีการสร้างมลภาวะและจำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานบางประการ ดังจะเป็นได้จากธุรกิจท่องเที่ยวขนาดใหญ่ มีความคล้ายคลึงกับอุตสาหกรรมหนักขนาดใหญ่ ที่มีการลงทุนสูงในสองลักษณะ คือ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต้องขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และผลกระทบที่มีส่วนทำให้ชุมชนดั้งเดิมต้อง

ปรับเปลี่ยนเป็นสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ ธุรกิจท่องเที่ยว ต้องบริโภคทรัพยากร 3 ประเภท ได้แก่

- ทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น ที่ดิน อากาศ และน้ำ
- ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งมรดกทางสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ
- ทรัพยากรทางวัฒนธรรม

2. ธุรกิจท่องเที่ยวสามารถบริโภคทรัพยากรอย่างหนักหน่วง ลักษณะการเสื่อมโทรมของทรัพยากรจะเป็นรูปแบบที่ค่อย ๆ สะสมขึ้นเรื่อย ๆ แหล่งท่องเที่ยวที่ถูกท่องเที่ยวอย่างหนักจะมีอาการเสื่อมทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม การขยายตัวของชุมชนที่ขาดการควบคุมหรือควบคุมไม่ได้ และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางสังคมของชุมชนในพื้นที่เหล่านี้ เป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นว่าระบบสังคม และโครงสร้างทางสังคมถูกกระทบจากการที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไปเช่นเดียวกัน ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในชุมชนมีการท่องเที่ยวบริโภคจนเกินขอบเขตได้เช่นกัน สิ่งที่ท้าทายการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ในอุดมคติ) นั่นก็คือ ความสามารถที่จะใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยไม่ปล่อยให้เสื่อมโทรมไป

3. ธุรกิจท่องเที่ยวต้องพึ่งพาทรัพยากรท้องถิ่นทั้งสามประเภท ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดของการดำเนินงานธุรกิจ เพื่อกำไรสูงสุดจึงต้องคืนรณะเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่ค่อนข้างจำกัดเหล่านั้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งกับชุมชนท้องถิ่น เพราะมีความต้องการใช้พื้นที่หรือทรัพยากรเดียวกัน ในขณะที่ทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด บ่อยครั้งที่การแสวงหาผลประโยชน์ของธุรกิจท่องเที่ยวได้กีดกันคนท้องถิ่นออกจากพื้นที่ที่เขาเคยใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันหรือดำรงชีวิตอยู่

4. เรามักจะเห็นว่า รัฐบาลมีบทบาทอย่างสูงในการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว แต่มักถูกกำกับโดยภาคเอกชน ดังนั้นการตัดสินใจใด ๆ ที่เกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยว จึงขึ้นอยู่กับว่าบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหลายจะดำเนินไปอย่างมีกำไรหรือไม่ เพียงใด

5. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ขาดต่อการควบคุม ดังนั้น หากต้องการให้ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ยั่งยืนได้ จำเป็นต้องจัดการให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของสังคม และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ต้องเพิ่มประสิทธิภาพและประสานงานกันได้

6. นักท่องเที่ยวคือผู้บริโภค ไม่ใช่ผู้ประกอบการ หรือนักมานุษยวิทยา แม้แต่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็ตาม ก็จัดอยู่ในประเภท “ผู้บริโภค” แม้จะมีแนวโน้มว่า จะเป็นผู้มีจรรยาบรรณและมีใจโน้มเอียงมาทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติก็ตาม

7. การท่องเที่ยวเป็นการบันเทิง ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องทำทุกอย่างที่จะสร้างความพอใจให้นักท่องเที่ยว โอกาสที่ได้เรียนรู้อะไรบางอย่างจากสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้ประสบก็จะมีบ้าง แต่เป้าหมายหลักของแหล่งท่องเที่ยวคือ ความบันเทิง ดังจะเห็นได้จากข้อวิจารณ์ที่ว่า การท่องเที่ยวนำไปสู่การพหุวัฒนธรรมออกจากชุมชน โดยการเอาประเพณีวัฒนธรรม ในรูปแบบการแสดงออกมาขาย ข้อวิจารณ์นี้ยังไม่มีข้อยุติ อีกกรณีหนึ่งคือ ความเปลี่ยนแปลงที่ถูกกำหนดจากภายนอกโดยปราศจากการควบคุมที่เหมาะสม ดังนั้นสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของชุมชนอาจต้องประสบกับความล่มสลายอย่างรวดเร็วก็ได้

8. การท่องเที่ยวต่างจากอุตสาหกรรมชนิดอื่น ๆ ตรงที่การสร้างรายได้เกิดจากการที่ถูกค้าถูกส่งมาบริโภคสินค้าถึงที่ โดยท้องถิ่นไม่ต้องส่งสินค้าออกสู่ตลาด การเข้ามาในท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการปะทะกับชุมชน มีการเข้ามาใช้พื้นที่ของชุมชนในลักษณะและวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาได้

บุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2542) ได้ให้ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการดำเนินธุรกิจที่ให้บริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว และได้รับกำไรจากการประกอบธุรกิจเป็นการตอบแทน พร้อมกับได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของธุรกิจท่องเที่ยว ไว้ 5 ธุรกิจ ได้แก่ (1) ธุรกิจการขนส่ง (2) ธุรกิจที่พักแรม (3) ธุรกิจอาหารและบันเทิง (4) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และ (5) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

1. ธุรกิจการขนส่ง เป็นการประกอบธุรกิจด้านการขนส่งแก่นักท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ นับเป็นปัจจัยแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ซึ่งต้องอาศัยอุปกรณ์การขนส่งหรือยานพาหนะ และต้องมีความสะดวกสบาย ปลอดภัย และรวดเร็ว

2. ธุรกิจที่พักแรม เป็นการประกอบธุรกิจด้านที่พักค้างคืนชั่วคราวแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยที่พักขนาดต่าง ๆ กันและมีรูปแบบที่แตกต่างกันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเลือกใช้บริการ

3. ธุรกิจอาหารและบันเทิง เป็นการประกอบธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยร้านอาหารขนาดต่าง ๆ และรูปแบบที่แตกต่างกันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

4. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เป็นการประกอบธุรกิจที่ให้บริการหรืออำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สถานที่พักแรม ร้านอาหาร การเดินทาง และการท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวโดยมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำทาง

จากการที่นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวต่างก็ได้ให้ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งผู้วิจัยพอสรุปได้ว่า ธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการประกอบธุรกิจที่มีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในการประกอบธุรกิจต้องมีผลตอบแทนมาในรูปของกำไรมาสู่ธุรกิจ

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สินค้าส่วนใหญ่อยู่ในรูปของการบริการ เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้จึงทำให้ลักษณะสินค้าแปลกแตกต่างจากสินค้าทั่วไปที่จับต้องได้ จึงเป็นลักษณะพิเศษของการตลาดการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกับการตลาดของสินค้าทั่วไป จึงมีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลายความหมายดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบว่าตลาดเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต้องการสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวอย่างไรและเมื่อไหร่ เพื่อสามารถนำไปปรับธุรกิจท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายนั้นอย่างได้ผลและมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่ง

Seaton and Bennett (1996) (อ้างใน ภัทรอนงค์ ณ. เชียงใหม่, 2544) ได้สรุป 6 ขั้นตอนในกระบวนการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

- 1) การศึกษาว่าลูกค้าคือใคร ต้องการอะไร
- 2) การศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ทั่วไป สภาพแวดล้อม และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)
- 3) การกำหนดวัตถุประสงค์
- 4) การวางแผนการดำเนินการ โดยใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)
- 5) การสร้างข้อกำหนดในองค์กรเพื่อให้สามารถดำเนินการตามแผนได้
- 6) การประเมินผล

Malhotra (1998) ได้อธิบายความหมายการตลาดการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นลักษณะของสินค้าบริการ ที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ โดยทั่วไป เพราะเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ไม่สามารถเก็บกักไว้ขายได้สภาพการใช้จะมีอยู่เฉพาะเวลาที่กำหนดให้เท่านั้น การผลิตสินค้าและการให้บริการต้องเกิดขึ้นพร้อมกัน ดังนั้น การดำเนินการทางการตลาดของการท่องเที่ยวจึงแตกต่างจากสินค้าทั่วไปด้วย ทั้งนี้ การดำเนินการตลาดการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จ

สำเร็จได้ ก็ต่อเมื่อทั้งองค์กรมีความเข้าใจที่ตรงกันว่าจะต้องดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย หรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ภายใต้ความสามารถของสินค้าที่องค์กรนั้นมีอยู่

Middleton (1994) ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอุปสงค์ โดยให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยง

ทั้งนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว ต่างก็ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องและคล้ายคลึงกัน ซึ่งผู้วิจัยพอสรุปได้ว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาถึงตลาดเป้าหมายหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายว่ามีความต้องการสินค้าอะไร เมื่อไร จึงนำมาวิเคราะห์ วิจัย และพยากรณ์ความต้องการของตลาดเป้าหมาย หรือนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งทางผู้ประกอบการต้องนำข้อมูลที่ได้รับมาตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเป้าหมาย หรือนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้อย่างทันทั่วทั้งที่ โดยการนำเอาส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุดในการประกอบธุรกิจและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดบริการ (Services Marketing)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาถึง แนวคิดของตลาดบริการซึ่งมีแนวคิดแตกต่างจากตลาดทั่วไป ซึ่งมีผู้ให้คำจำกัดความไว้ดังนี้

Professor Gronroos (อ้างใน ไว จามรมานและคณะ, 2536) ได้กล่าวถึงตลาดบริการว่า การตลาดของการบริการนั้นไม่อาจจะใช้วิธีการตลาดภายนอกแบบเดิมที่เรียกว่า 4P's (4P Traditional External Marketing) โดยจะต้องอาศัยความเชื่อถือทางการตลาดอื่น ๆ อีก 2 อย่างที่เรียกว่า การตลาดจากภายใน (Internal marketing) และการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive marketing) การตลาดจากภายใน (Internal marketing) หมายถึง การที่บริษัทอบรมและจูงใจพนักงานซึ่งต้องสัมผัสกับลูกค้า เพื่อให้การบริการกับลูกค้าได้อย่างเป็นที่น่าสนใจ ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจบริการ

การตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive marketing) นั้นหมายถึง ทักษะของพนักงานในการที่สามารถจะปฏิบัติต่อลูกค้าได้อย่างดี

Holloway and Plant (1992) และ Rust ; Zahorik and Keiningham (1996) กล่าวว่า สินค้าบริการมีลักษณะพิเศษต่างจากสินค้าทั่วไป ดังนั้นการดำเนินการด้านการตลาดของสินค้าบริการจึงแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ซึ่งคุณลักษณะพิเศษของสินค้าบริการพอจะสรุปได้ดังนี้คือ

1) จับต้องไม่ได้ (Intangibility) สินค้าบริการเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ผู้ซื้อสินค้าไม่สามารถสัมผัสหรือมองเห็นสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ เช่น การซื้อบริการท่องเที่ยวและที่พัก การประกันชีวิต ดังนั้น ผู้ซื้อจึงมีความรู้สึกขาดความมั่นใจที่จะซื้อ การจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ ต้องอาศัยการสร้างฝัน สร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้น

2) แยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) สินค้าบริการเป็นสินค้าที่การผลิตและการให้บริการเกิดขึ้นในทีเดียวกัน ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการจึงต้องพบปะสัมพันธ์กัน ดังนั้น ทักษะคติ มุมมอง ความคาดหวัง ความรู้สึกต่าง ๆ ของผู้ให้บริการจึงมีผลต่อความพึงพอใจในบริการนั้นด้วย ซึ่งแตกต่างจากสินค้าทั่วไปที่ผู้ผลิตสินค้าในที่หนึ่งแล้ว นำมาขายยังอีกที่หนึ่ง ผู้ซื้อจึงเห็นว่าเพียงเลือกซื้อสินค้าตามความพอใจในสินค้าที่มองเห็น

3) มีความหลากหลาย (Variability) สินค้าบริการต้องใช้คนเป็นผู้ให้บริการ ดังนั้น การควบคุมคุณภาพให้คงที่ จึงกระทำได้ยากเพราะคนมีความคิด มีอารมณ์และมีการฝึกฝนที่ต่างกัน พนักงานคนหนึ่งอาจให้บริการได้ดีไม่เท่ากับพนักงานอีกคนหนึ่งก็ได้ ต่างจากสินค้าทั่วไปที่การผลิตอาจดำเนินการโดยเครื่องจักร และมีการตรวจสอบคุณภาพมาจากโรงงานเรียบร้อยแล้ว

4) เก็บรักษาไว้ไม่ได้ (Perishability) สินค้าบริการไม่สามารถเก็บรักษาคงคลังไว้ได้ หากไม่สามารถขายได้ในวันนี้ จะเก็บไว้ขายในวันพรุ่งนี้ไม่ได้ เช่น ห้องพักในโรงแรม หากไม่มีผู้เข้าพักก็ถือว่าขายไม่ได้แล้ว จะเก็บไว้ขายพรุ่งนี้หรือวันอื่น ๆ ก็ไม่ได้แล้ว

เมื่อลักษณะโดยทั่วไปของสินค้าบริการต่างจากสินค้าทั่วไปแล้ว ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ จึงต้องมีมากกว่าส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการ (The Expanding Marketing Mix for Services) ประกอบด้วย 7P's คือสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรที่ให้บริการ ขั้นตอนของการให้บริการ และภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งพอจะอธิบายได้ดังนี้

1) สินค้า (Product) หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่ธุรกิจนำเสนอเพื่อตอบสนองต่อความต้องการจำเป็นและความต้องการของบุคคลให้เกิดความพอใจ

2) ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของสินค้า

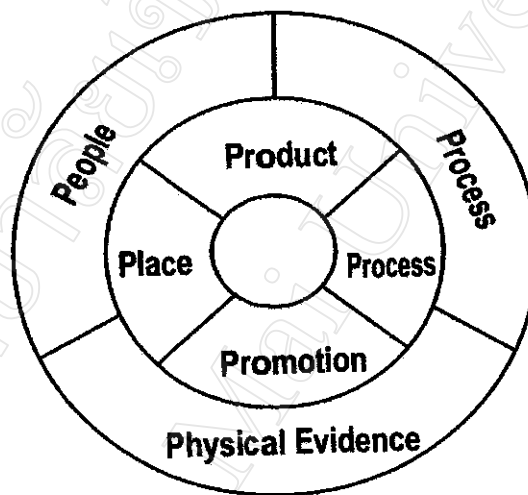
3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนขาย หรือการจัดจำหน่ายเองโดยตรง

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่มุ่งใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เช่น การขาย การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา เป็นต้น

5) บุคลากร (People) หมายถึง บุคคลภายในองค์กรที่คอยให้บริการและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่ลูกค้า

6) ขั้นตอนของการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนต่าง ๆ ของการให้บริการ ตั้งแต่เริ่มแรกจนจบกระบวนการ

7) ภาพลักษณ์ต่าง ๆ ขององค์กร (Physical Evidence) หมายถึง ส่วนประกอบขององค์กรที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้ และเป็นส่วนที่เพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ ซึ่งสามารถจะอธิบายส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการเป็นแผนภูมิได้ ดังนี้ (แผนภูมิที่ 2.2)



แผนภูมิที่ 2.2 แสดงส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการ

ที่มา : Rust ; Zahorik and Keiningham, 1996

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการและสินค้าทางการท่องเที่ยวถือเป็นสินค้าบริการประเภทหนึ่ง จะสังเกตได้จากลักษณะของสินค้าทางการท่องเที่ยวไม่สามารถจับต้องได้ มีความต้องการเป็นฤดูกาล และไม่สามารถเก็บไว้ขายได้ในวันอื่น ๆ ได้ ดังนั้นในการวางแผนการตลาดสำหรับสินค้าบริการ จึงแตกต่างจากการวางแผนการตลาดสำหรับสินค้าทั่วไป การจัดส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการ ก็มีรายละเอียดเพิ่มจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือเพิ่มอีก 3P's คือ บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และภาพลักษณ์ขององค์กร (Physical evidence) ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงมุ่งเน้นการ

วางแผนทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ตามแนวคิดการจัดส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการเป็นหลัก

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการดึงดูดในการท่องเที่ยว

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญในการท่องเที่ยวคือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตามพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

เด็มดวง ตรีชัยพงษ์ (2524) (อ้างใน นิธิศปริญญโท สาขาสังคมวิทยาประยุกต์ รุ่นที่ 2, 2539) ได้กล่าวไว้ว่า ทิศทางการย้ายถิ่นของประชากรจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยดึงดูดของท้องถิ่นที่คนจะเคลื่อนย้ายเข้าไปอยู่ ในขณะที่ท้องถิ่นเดิมมีสภาพที่ไม่พึงปรารถนาจึงมีการแสวงหาโอกาสเพื่อจะเปลี่ยนหรือโยกย้ายออกไปสู่ถิ่นที่มีปัจจัยดำรงชีพที่มีความเหมาะสมและเป็นที่พึงปรารถนาของคนทั่วไปมากกว่า เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวแสวงหาในสิ่งที่ตนต้องการในสิ่งที่ตนไม่เคยมีและในสิ่งที่ตนไม่เคยเห็น ส่วนประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการก็จะแสวงหาแหล่งทำมาหากินใหม่ ๆ ที่ดีกว่าเก่าอยู่เสมอ

Middleton (1988) ได้แบ่งองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีสิ่งที่เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Destination attractions)

1.1 สิ่งดึงดูดใจตามธรรมชาติ (Natural attractions) ได้แก่ สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ เช่น ชายหาด ถ้ำ น้ำตก เป็นต้น

1.2 สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) ได้แก่ สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ทั้งสิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์และสิ่งก่อสร้างที่ทันสมัย เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า และสนามกอล์ฟ เป็นต้น

1.3 สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม (Cultural attractions) ได้แก่ ประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม โรงละคร งานประเพณี และงานเทศกาลต่าง ๆ

1.4 สิ่งดึงดูดใจทางสังคม (Social attractions) ได้แก่ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นดั้งเดิม ภาษาพื้นถิ่น เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในแหล่งท่องเที่ยว (Destination facilities and services)

2.1 ที่พัก (Accommodation unit) ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสเฮาส์ เป็นต้น

2.2 ภัตตาคาร ร้านอาหาร (Restaurants, bars and cafés) ได้แก่ ภัตตาคาร ร้านอาหาร บาร์ คาเฟ่ เป็นต้น

2.3 การขนส่งในแหล่งท่องเที่ยว (Transport at the destination) ได้แก่ การบริการรถโค้ช รถเช่า รถรับจ้าง เป็นต้น

2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ (Other facilities) ได้แก่ โรงเรียนสอนงาน หัตถกรรม โรงเรียนสอนภาษา เป็นต้น

2.5 ร้านค้าปลีก (Retail outlets) ได้แก่ ตัวแทนนำเที่ยว (Travel agent) ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้นงาน

2.6 บริการอื่น (Other service) ได้แก่ ตำรวจท่องเที่ยว งานบริการข้อมูลท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of the destination)

3.1 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ได้แก่ ถนน สนามบิน สถานีรถไฟ ท่าเรือ เป็นต้น

3.2 อุปกรณ์ (Equipment) ได้แก่ ขนาด ความรวดเร็ว และช่วงระยะเวลาของการขนส่งสาธารณะ เป็นต้น

3.3 ปัจจัยด้านการดำเนินการ (Operational factors) ได้แก่ การจัดการเส้นทาง ราคา คุณภาพของการบริการ เป็นต้น

3.4 ระเบียบของทางราชการ (Government regulations) ได้แก่ ความสม่ำเสมอของการควบคุมการจัดการขนส่ง ทั้งทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ เป็นต้น

4. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Images of the destination)

4.1 ราคา (Price to the consumer)

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยดึงดูด มุ่งเน้นประเด็นไปที่ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นซึ่งหมายรวมถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นและการถ่ายทอดทางด้านสังคม วัฒนธรรม ทั้งนี้ต้องประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ และปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดความน่าสนใจในการมาท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านั้นต้องตอบสนองต่อความต้องการแสวงหาความแปลกใหม่ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงจากถิ่นที่อยู่เดิมและการดำเนินชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยว

ผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตร การวิจัยทางสังคมศาสตร์ รุ่นที่ 17 (2525) ได้สรุปผลกระทบทางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อประชาชนในด้านเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวมีส่วนทำให้มาตรฐานในการครองชีพของประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่ำ และการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความคิดในการเปลี่ยน/เพิ่มอาชีพของประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

2) ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อประชาชนในด้านสังคม

การท่องเที่ยวมีส่วนทำให้ประชาชนมีค่านิยมที่เปลี่ยนไป มีความทันสมัยมากขึ้น นอกจากนั้น ประชาชนยังเห็นว่าปัญหาสังคมที่เกิดขึ้น เช่น ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาโสเภณี มีเพิ่มมากขึ้นเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

3) ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อประชาชนในด้านวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อวัฒนธรรมในการใช้ภาษาถิ่น และการแต่งกายพื้นเมือง คือ ทำให้มีการใช้ภาษาถิ่นน้อยลง ไม่ค่อยมีผลกระทบต่อการแต่งกายพื้นเมือง แต่การท่องเที่ยวมีผลในการช่วยฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของคนในท้องถิ่นมากขึ้น

4) ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อประชาชนในด้านสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวมีส่วนทำให้ประชาชนสนใจกับสภาพแวดล้อมมากขึ้น ประชาชนที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวดี มีการรักษาความสะอาดความเป็นระเบียบเรียบร้อยของที่อยู่อาศัย สูงกว่าประชาชนที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่ำ ในแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวมาก ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของถนน ร้านค้า สถานประกอบการ อาคารบ้านเรือน บริการสาธารณะ และสภาพแวดล้อมอื่นๆ มีมากกว่าในแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวน้อย ยกเว้นการจราจร

เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม (2530) (อ้างใน ชัยงค์ ผลโลก, ชัยงค์ วรรณะภูติ และคณะ, 2530) ได้กล่าวในการสัมมนาเรื่องผลกระทบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อเศรษฐกิจในท้องถิ่นว่าโดยภาพรวมแล้วการท่องเที่ยวส่งผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้น การมีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เนื่องมาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกล่าวถึงผลดีของการท่องเที่ยวว่า สินค้า/บริการ ที่ใช้ในท้องถิ่น ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากมาย ทำให้คนมีงานทำรายได้และผลประโยชน์ตกอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งหมายถึงเฉพาะการใช้สินค้า/บริการในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ในกรณีที่มีการนำสินค้ามาจากต่างถิ่นเพื่อนำมาตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ผลประโยชน์และรายได้ก็ตกอยู่ในท้องถิ่นอื่น

นอกจากผลดีที่เกิดขึ้นประการแรก การท่องเที่ยวทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวมาใช้จ่าย/ซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ทำให้ราคาของสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นด้วย

ประการที่สอง การท่องเที่ยวทำให้ต้องใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นมาก ทั้งในด้านบริการสาธารณะและทรัพยากรธรรมชาติ เช่นในเรื่องของความแออัดของบริการสาธารณะต่าง ๆ เช่น การจราจรติดขัดในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เกิดความไม่สะดวกในการเดินทาง ก่อให้เกิดมลภาวะในเมืองต่าง ๆ ที่มีคนมาเที่ยวมาก เป็นต้น

ประการที่สาม มีการเลียนแบบการใช้จ่ายและมีลัทธิการเอาอย่าง ของคนในท้องถิ่นที่มีการเลียนแบบการใช้จ่ายและการเอาอย่างจากนักท่องเที่ยว

ประการที่สี่ ปัญหาในเรื่องการกระจายรายได้ กล่าวคือ โครงสร้างของระบบการกระจายรายได้ไม่ดี ผลประโยชน์ที่เกิดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ตกกับคนส่วนใหญ่ หรือคนต่างถิ่นนำเอารายได้ออกไปจากท้องถิ่นทิ้งผลเสียที่เกิดขึ้นให้กับท้องถิ่น

ประการที่ห้า มีการสร้างค่านิยมที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้น ทำให้มีความคาดหวังกับการท่องเที่ยวจะทำให้ชีวิตและความเป็นอยู่ดีขึ้น

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าแนวคิดที่เกี่ยวข้องผลกระทบของการท่องเที่ยวมุ่งเน้นประเด็นไปที่ผลที่เป็นทั้งด้านบวกและด้านลบของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นกับท้องถิ่นซึ่งหมายรวมถึงสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับท้องถิ่น หรือเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อท้องถิ่น ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม

2.9 ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

Maslow (1954) (อ้างใน นิสิตปริญญาโทสาขาสังคมวิทยาประยุกต์ รุ่นที่ 2, 2539) นักทฤษฎีทางจิตวิทยาได้ศึกษาถึงความต้องการในการอยู่รอดของมนุษย์ แล้วสรุปเป็นแนวคิดไว้ว่า “มนุษย์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการตอบสนองอยู่ 2 ประการ คือ ความต้องการทางร่างกาย และความต้องการทางจิตใจที่จะต้องได้รับการตอบสนองอยู่เสมอ” ความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ความต้องการอาหาร ความต้องการอากาศบริสุทธิ์หายใจและความต้องการทางด้านความปลอดภัย เป็นต้น ส่วนที่ได้กล่าวมาแล้วล้วนแล้วแต่เป็นความต้องการทางด้านร่างกาย ในส่วนของความต้องการทางด้านจิตใจนั้น ได้แก่

- 1) ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ
- 2) ความต้องการความสำเร็จซึ่งได้แก่ การมีหน้าตาทางสังคม การมีสถานภาพทางเศรษฐกิจที่ดี
- 3) ความต้องการการยอมรับจากสังคม

ในด้านความต้องการพักผ่อนหย่อนใจนี้ Maslow ได้จัดเป็นความต้องการทั้งร่างกายและจิตใจ โดยมีสาเหตุมาจากการที่มนุษย์ต้องทำงานหาเลี้ยงชีพอยู่ตลอดเวลา ร่างกายซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องจักร ได้รับความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้า สมองและประสาทที่เกิดความตึงเครียด จำเป็นต้องมีการพักผ่อนหย่อนใจและร่างกายเป็นระยะ ๆ ไป

การท่องเที่ยวถือเป็นการพักผ่อนอย่างหนึ่งของมนุษย์ โดยมนุษย์จะใช้เวลาว่างหรือพยายามจัดสรรเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัดส่วนหนึ่งให้กับการท่องเที่ยว เพื่อหาความสนุกเพลิดเพลิน บางคนใช้เวลาว่างไปในการท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่าง ๆ ตามธรรมชาติที่สวยงาม มีอากาศบริสุทธิ์ มีที่พักผ่อนเป็นส่วนตัว มีสถานบริการสถานเริงรมย์ที่ร่าเริง บางคนชอบที่จะชมศิลปะมีค่า สิ่งโบราณต่าง ๆ ชอบสนุกกับกีฬาประเภทต่าง ๆ กล่าวโดยสรุปแล้วมนุษย์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับธรรมชาติและปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบในการท่องเที่ยวเช่น ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ถือเป็นการบริโภคอาหารทางใจ ซึ่งช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดได้ดี

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่วข้องความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ มุ่งเน้นประเด็นไปที่ความต้องการที่สำคัญ 2 ประการ คือ ความต้องการทางร่างกาย และความต้องการทางด้านจิตใจ การท่องเที่ยวถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการทางด้านจิตใจ เนื่องจากความเครียดในการทำงานเลี้ยงชีพของมนุษย์จึงต้องการความสวยงามของธรรมชาติ ความรื่นรมย์ และสนุกสนานเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด

2.10 นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.10.1 ความเป็นมาของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

ประเทศไทยเริ่มมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2519 โดยเป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ซึ่งเป็นแผนรวมทั้งประเทศ ต่อมาจึงได้มีการทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นรายจังหวัด โดยรัฐบาลได้กำหนดให้ มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นสาขาหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เริ่มตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (2515 – 2519) เป็นต้นมา จนกระทั่งสิ้นสุดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (2520 – 2524) ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 21,450 ล้านบาท (ปี 2523 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 17,765 ล้านบาท) ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ (กำหนดไว้ 11,700 ล้านบาท) ทางด้านนักท่องเที่ยวนั้น ปรากฏว่ามีแนวโน้มสูงขึ้นโดยตลอด คือมี จำนวนถึง 2,015,615 คน

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (2530 – 2534) ได้จัดทำขึ้นภายใต้สถานการณ์และปัญหาทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ 3 ประการ คือ ปัญหาการขาดดุลการค้า ปัญหาการว่างงาน และปัญหาการกระจายรายได้ ในการวางแผนแก้ไขปัญหานี้ ได้มีการวางแผนการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาประเทศ เนื่องจากสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ การพัฒนาประเทศได้เป็นอย่างดี โดยใช้เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ช่วยสนับสนุนการสร้างงานเพิ่มขึ้นต่อระบบเศรษฐกิจส่วนรวมและช่วยสนับสนุนการกระจายรายได้และความเจริญออกไปสู่ภูมิภาค หรือท้องถิ่นต่าง ๆ ได้มากขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ก็ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้ 2 ประการด้วยกันคือ

1) ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานการตลาดต่างประเทศ ทั้งในเรื่องของการศึกษาวิจัยตลาด การโฆษณาและส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ฯลฯ โดยมุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยว กลุ่มที่มีคุณภาพหรือที่นำเงินมาใช้จ่ายในประเทศไทยสูงเป็นหลัก

2) ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนาและการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกตามแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ มากขึ้นและมุ่งให้ขยายเวลาพำนักและการใช้จ่ายในประเทศไทยมากขึ้น นอกจากนี้ยังพัฒนากลุ่มแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ให้มีความหลากหลายขึ้นและมีแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปสู่พื้นที่นั้นมากขึ้น และมุ่งเน้นการพัฒนาให้เกิดการเดินทาง ในลักษณะวงจรท่องเที่ยวขึ้นใน แต่ละกลุ่มพื้นที่อีกด้วย เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้เดินทางเชื่อมโยงต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้โดยไม่ต้องย้อนกลับไปทางเดิม รวมทั้งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และการฟื้นฟูบูรณะสภาพกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่บนเส้นทางฟื้นฟูสภาพกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่บนเส้นทางที่เป็นวงจรท่องเที่ยวนั้นให้มีสภาพดี คงเอกลักษณ์ไว้ได้และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย

2.10.2 แนวทางและมาตรการหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยว

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ที่กำหนดไว้ จึงกำหนดแนวทางและมาตรการการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 ไว้ดังนี้

1) การรักษาอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับสูงอย่างต่อเนื่องมีมาตรการดังนี้

1.1) ร่วมมือกับกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อพัฒนางจรการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนให้มากขึ้น โดยเน้นการร่วมมือทางการตลาดแทนการแข่งขันระหว่างประเทศในภูมิภาคนี้ และสนองนโยบายด้านความร่วมมือทางการท่องเที่ยวที่รัฐบาลได้ทำไว้กับนานาชาติโดยเน้นผลประโยชน์ร่วมกัน

1.2) กำหนดแนวทางสนับสนุนให้ไทยเป็นประตูทางออกสู่การพัฒนาจจรท่องเที่ยวในกลุ่มอินโดจีน ประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศจีนตอนใต้

1.3) สนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชนในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มจุดดึงดูดความสนใจ นอกจากอาศัยแหล่งท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวทางทะเล และแม่น้ำลำคลอง การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและสุขภาพ การประชุม และการแสดงสินค้านานาชาติ

1.4) ร่วมมือ และสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดของหน่วยงานภาครัฐ และธุรกิจการท่องเที่ยวสาขาต่าง ๆ ระดับท้องถิ่นในการจัดและประชาสัมพันธ์งานและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเช่นงานเทศกาล งานประเพณี งานแข่งกีฬา ฯลฯ ในท้องถิ่นของตนเป็นประจำ เพื่อเป็นปัจจัยดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น

1.5) สนับสนุนให้ธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนจัดรายการนำเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีลักษณะแปลกใหม่และมีความหลากหลายไปสู่ภูมิภาคมากขึ้น เพื่อให้สมาชิกสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้อย่างกว้างขวาง

2) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพ โดยเน้นการอนุรักษ์และฟื้นฟูเป็นสำคัญ มีมาตรการเป็นดังนี้

2.1) รณรงค์เผยแพร่การให้ความรู้ ความเข้าใจกับประชาชนทุกกลุ่มอาชีพ รวมทั้งผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกสาขาให้มีจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยใช้สื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.2) สนับสนุนให้องค์กรและประชาชนทุกกลุ่มอาชีพในระดับท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติ และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โบราณสถาน และแหล่งประวัติศาสตร์

2.3) สนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด และให้มีการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ที่จัดทำไว้ใน

ระดับต่าง ๆ เพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปโภค สถานบริการต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวหลักโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรม

2.4) ประสานแผนงานและโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ

2.5) ประสานการพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องของกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันมาใช้บังคับในการจัดระเบียบในการอนุรักษ์และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ซึ่งได้แก่ กฎการประกาศเขตผังเมืองตามกฎหมายว่าด้วยผังเมือง การประกาศเขตอนุรักษ์ และพื้นที่ควบคุมสิ่งแวดล้อม ตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 การออกกฎหมายลำดับรอง ขึ้นใช้บังคับในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร กฎหมายว่าด้วย สาธารณสุข และกฎหมายว่าด้วยการรักษาความสะอาด

3) การกระจายโอกาส รายได้ และการสร้างงานออกสู่ภูมิภาคมากขึ้น มีมาตรการดังนี้คือ

3.1) พิจารณาและประสานแผนงาน โครงการพัฒนาสาธารณูปโภคการบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคให้มีความพร้อมในการรองรับการกระจายการเดินทางท่องเที่ยวจากส่วนกลาง รวมทั้งการเร่งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคม และเครือข่ายการบริการพื้นฐานระหว่างเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเมืองอื่น ๆ โดยรอบ

3.1. สนับสนุนให้มีการฝึกทักษะและเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว การผลิตงานหัตถกรรมของท้องถิ่นให้มีความหลากหลาย มีรูปแบบที่น่าสนใจ และมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น

3.2. สนับสนุนและกระจายงบประมาณ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวตามความต้องการของท้องถิ่นให้มากขึ้น

4) การพัฒนากำลังคนที่เป็นคนไทยให้เข้ามาปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มากขึ้นมีมาตรการดังนี้

4.1) สนับสนุนและประสานงานการผลิตกำลังคน ทั้งในระดับอุดมศึกษา และวิชาชีพให้ได้ปริมาณและมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการกับตลาดธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค

4.2) สนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการลงทุนผลิตและอบรมกำลังคนในระดับต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานในการบริการ โดยเฉพาะในเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาค เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลพันตำรวจโท ดร. ทักษิณ ชินวัตร ซึ่งเป็นนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยนายสมศักดิ์ เทพสุทิน รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี

- 1) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2) บริการการท่องเที่ยวให้เกิดการกระจายด้านเศรษฐกิจไปยังชุมชนต่าง ๆ โดยเชื่อมโยงกับนโยบาย 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้นเพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติของตนเอง
- 4) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีมาตรการที่ทำให้นักท่องเที่ยวพำนักอยู่นานขึ้นและใช้จ่ายต่อวันมากขึ้น
- 5) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงสุขภาพ เชิงกีฬา และเชิงเกษตร
- 6) ส่งเสริมและสนับสนุนความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างกัน
- 7) เร่งรัดการประสานงานกับหน่วยงานที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีมาตรการต่าง ๆ ที่ทำให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น
- 8) สนับสนุนให้มีการแก้ไขกฎหมายและระเบียบการต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 9) ใช้มาตรการเชิงรุกส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหลักที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ
- 10) ให้มีการจัดตั้งอาสาสมัครส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำถิ่น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดนโยบายหลักในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) ส่งเสริม ชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เดินทางมาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยริบคว้น
- 2) ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค
- 3) อนุรักษ์ ฟื้นฟู สมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด

4) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น

5) เพิ่มความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่างๆ ในประเทศไทย ด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สินของตนและหมู่คณะ

6) ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวแก่คนไทย

7) เสริมกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด

8) ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางมากขึ้น

เทศบาลนครเชียงใหม่ ได้นำเสนอแผนพัฒนาเทศบาลนครเชียงใหม่ 5 ปี (พ.ศ. 2545-2549) ฉบับร่าง ได้กล่าวถึง แนวนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ไว้ดังนี้คือ

1) พัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอินโดจีน ซึ่งปัจจุบันก็มีการจัดนำเที่ยวประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคนี้ โดยบริษัทนำเที่ยวเป็นประจำอยู่แล้วและมีคนไทยเดินทางไปเที่ยวยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน พม่า เวียดนาม และลาว เป็นประจำ รวมทั้งประชากรในประเทศเพื่อนบ้านเหล่านั้น ก็ได้เดินทางมาเชียงใหม่มากขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้กำลังขยายตัวและเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ เชียงใหม่ควรได้รับการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลาง ทั้งการจัมนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ ไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และรองรับนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านเพื่อจัดส่งไปยังส่วนต่าง ๆ ของประเทศไทยหรือประเทศอื่น ๆ ต่อไป

2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ต่อเนื่องกับการประชุม ซึ่งในปัจจุบันมีผู้เดินทางมาประเทศไทยจำนวนไม่น้อยที่เข้ามาเพื่อร่วมประชุมต่าง ๆ เชียงใหม่ควรมีการรณรงค์ให้มีการจัดประชุมในเชียงใหม่มากขึ้นโดยการประสานงานกับโรงแรม ส่วนราชการ และองค์การระหว่างประเทศ ในรูปการลดราคาพิเศษ หรือบริการพิเศษอย่างอื่นด้วย

3) สนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะให้มากขึ้นแทนที่จะมุ่งเน้นการขายการพักผ่อนหย่อนใจในรูปของการบันเทิงอย่างเดียว เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา โดยการให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับสถาบันการศึกษาชั้นสูง รับฟังการบรรยายพิเศษที่น่าสนใจบางเรื่อง หรือการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ หรือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เป็นต้น การท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะนี้ สามารถทำได้ทั้งกับ

นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยเพิ่มจำนวนวันการพักอาศัยของนักท่องเที่ยวในเชียงใหม่ให้ยาวนานขึ้น

4) จัดระเบียบระบบการจ่ายค่าตอบแทนจากร้านขายของที่ระลึก ในรูปค่าคอมมิชชั่นแก่ผู้ที่นำนักท่องเที่ยวมายังร้านของตนให้เป็นระบบและยุติธรรม เพราะระบบที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนั้น นักท่องเที่ยวหลายรายรู้สึกว่าคุณค่าที่ตนถูกเอาเปรียบโดยไม่มีทางเลือก และรู้สึกไม่อยากท่องเที่ยวหรือจับจ่ายใช้สอยในระหว่างท่องเที่ยว เพราะโดยธรรมชาติของมนุษย์ไม่อยากจะถูกลอกหลวง และเอาเปรียบ ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรให้ความสนใจเรื่องเหล่านี้เป็นพิเศษ นอกจากนี้ยังไม่ควรใช้ระบบการตั้งราคาที่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศเป็น 2 ราคา โดยคิดราคานักท่องเที่ยวต่างประเทศแพงกว่า

5) ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหามาตรการลงโทษร้านค้าที่ฉ้อโกงนักท่องเที่ยว โดยประกาศชื่อร้านค้าเหล่านั้นหลังจากที่ศาลมีคำพิพากษาถึงที่สุดแล้ว ลงในนิตยสารนำเที่ยวหรือเอกสารเผยแพร่ของทางราชการให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ

6) ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในเรื่องคุณภาพสินค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ของที่ระลึก เครื่องประดับ และของตกแต่ง ต่าง ๆ โดยเน้นการออกแบบให้ปราณีตบรรจงและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ อุตสาหกรรมเหล่านี้สามารถทำได้ในครัวเรือนเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะสามารถช่วยยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ของประชากรในท้องถิ่นให้ดีขึ้น

7) สนับสนุนให้เอกชน หรือสถาบันการศึกษาจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมมัคคุเทศก์ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการอย่างเป็นระบบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวนานาชาติที่จะมีเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

8) เพิ่มมาตรการในด้านการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ทั้งในเมืองและในชนบท โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนปฏิบัติตนกับนักท่องเที่ยวด้วยความมีไมตรีจิตแบบเจ้าบ้านพึงปฏิบัติต่อผู้มาเยือน ซึ่งเป็นอุปนิสัยของคนไทยโดยทั่วไปอยู่แล้ว

9) พัฒนาสนามบินเชียงใหม่ให้เป็นสนามบินนานาชาติอย่างแท้จริง โดยให้สายการบินต่างประเทศบินตรงมายังเชียงใหม่ได้มากขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเดินทางมาเชียงใหม่มากขึ้น และควรมีการศึกษาถึง ต้นทุนและผลประโยชน์ต่าง ๆ อย่างละเอียด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ส่วนที่การบินไทยอาจจะต้องเสียรายได้ไป และรายได้ต่าง ๆ ในรูปตัวเงินที่จะตกอยู่กับจังหวัดเชียงใหม่และการกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวมว่าเป็นสิ่งที่คุ้มค่าหรือไม่ และควรคำนึงถึงต้นทุนทางสังคมด้วยเพราะการท่องเที่ยวเป็นการบริโภคทรัพยากรต่าง ๆ และก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ มากขึ้นด้วย

2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือล่องแม่น้ำนั้นมีน้อยมาก ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานวิจัยที่น่าสนใจและมีส่วนเกี่ยวข้องทางอ้อมกับการศึกษาในครั้งนี้ มีดังนี้

อัญญาศ โปราณนท์ (2541) ได้เสนอแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ ในการพัฒนาของการท่องเที่ยวต้องดำเนินการให้มีความสอดคล้องกับการขยายตัวและการพัฒนาของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน และก่อให้เกิดประโยชน์สู่ประเทศมากที่สุด ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวโลก ประเทศไทย และเฉพาะภาคเหนือ การศึกษาทางด้านอุปทานการท่องเที่ยวที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว อันได้แก่ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และความสามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม ประเพณีวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการศึกษาถึงนโยบายของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องในการควบคุมดูแล ซึ่งเป็นแผนการพัฒนาโดยภาพรวมของทั้งภูมิภาค ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเฉพาะที่ต่อไป

งานวิจัยนี้ระบุว่า ในเขตภาคเหนือตอนบนโดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง มีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวสูงที่สุดในจังหวัดภาคเหนือตอนบน แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพสูง เป็นที่รู้จักกันดีจึงทำให้เกิดความเสื่อมโทรมทางด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่ และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่

นิสิตปริญญาโทสาขาสังคมวิทยาประยุกต์ รุ่นที่ 2 (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยใกล้โครงการที่ทำการศึกษามีลักษณะทางเศรษฐกิจ (รายได้) ความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อม (การกำจัดขยะ) มีความสัมพันธ์กับประโยชน์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ในส่วนของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ ไม่มีผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวบางประการได้แก่ การเคยมาเที่ยวที่เชียงใหม่ ความประทับใจในความรู้ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมทิ้งขยะมีผลต่อความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยว และข้อมูลใน

ด้านการดำเนินงานและแผนงานด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า เจ้าของกิจการ/ ผู้บริหารส่วนใหญ่จะมีการดำเนินงานและแผนงานในด้านการท่องเที่ยวที่ไม่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวถึง 63% แต่ก็พบว่า มีบางแผนงานที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้ประกอบการที่มีแผนงาน ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการ และ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การให้ความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การกำหนดกฎเกณฑ์เชิงพัฒนาแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยไม่ตัดไม้ทำลายป่า/ธรรมชาติ เป็นต้น

งานวิจัยนี้ระบุว่า แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของประชาชนในท้องถิ่นก็จะได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี นอกจากนั้นจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวก็มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเรื่องของนโยบายในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้น จะพบได้น้อยมากแต่ในการดำเนินงานนั้นมีบางส่วนที่เกี่ยวข้องทางอ้อมซึ่งผู้ประกอบการได้บรรจุอยู่ในรายการนำเที่ยวแล้ว

ทับทิม สุวรรณประภา (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว” พบว่า ประชาชนบางส่วนไม่ได้ให้ความสนใจต่อสภาพของถ้ำเชียงดาวมากนักเพราะเป็นสิ่งที่มียู้อยู่แต่เดิม จึงมีความคิดเห็นว่าเป็นปัญหาของถ้ำยังไม่รุนแรง แต่ในความคิดเห็นของการพัฒนาและฟื้นฟูถ้ำเชียงดาวให้อยู่ในสภาพพึงปรารถนาอยู่ในระดับต่ำ อาจเป็นเพราะประชาชนส่วนหนึ่งประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคือเป็นคนนำตะเกียงภายในถ้ำ ซึ่งมองว่าหากมีการพัฒนาถ้ำเชียงดาวอาจมีการติดตั้งไฟฟ้าตลอดทางภายในถ้ำ อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งที่ทำซึ่งหมายถึงอาจทำให้ไม่มีงานทำก็เป็นได้ แต่ในเรื่องของความต้องการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาวอยู่ในระดับสูง เพราะประชาชนเห็นว่าถ้ำไม่มีการพัฒนาอาจเกิดผลกระทบกับถ้ำ และก่อให้เกิดผลกระทบกับรายได้หรือสภาพทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ถ้ำไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังได้กล่าวถึงการเป็นสมาชิกขององค์กรทางสังคมว่ามีส่วนทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของถ้ำเชียงดาวด้วย

งานวิจัยนี้ระบุว่า ความคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจหรือรายได้ของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว และการเป็นสมาชิกขององค์กรทางสังคมด้วยที่ทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารจึงทำให้ประชาชนได้ทราบถึงข้อมูลและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว/การท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน