

การจัดการ ท่องเที่ยวชุมชน



ปวีณา ขามประสาท

การจัดการท่องเที่ยวชุมชน

ปวีณา งามประภาส

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

การจัดการท่องเที่ยวชุมชน

ผู้เขียน ปวีณา งามประภาส
ISBN 978-616-619-072-4
พิมพ์ครั้งที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567
จำนวนพิมพ์ 100 เล่ม

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

ปวีณา งามประภาส.
การจัดการท่องเที่ยวชุมชน.-- กรุงเทพฯ : ดีเซมเบอร์รี่, 2567.
362 หน้า.
1. การท่องเที่ยว. 2. การท่องเที่ยวโดยชุมชน. 3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. 4. การพัฒนาชุมชน.
I. ชื่อเรื่อง.
915.93
ISBN 978-616-619-072-4

จัดพิมพ์โดย ปวีณา งามประภาส
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
119 หมู่ 9 ตำบลชมพู อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100
อีเมล paweena@g.lpru.ac.th

วางจำหน่ายที่ ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
254 อาคารแว่นแก้ว ซ.จุฬาฯ 9
แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กทม.10330

พิมพ์ที่ บริษัท ดีเซมเบอร์รี่ จำกัด
248/7 ซอยมิตตคาม ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล
เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทรศัพท์ 0 85997 7220
อีเมล 4decemberry@gmail.com

ลิขสิทธิ์ ลิขสิทธิ์เป็นของผู้แต่ง ห้ามลอกเลียนแบบไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดของ
หนังสือเล่มนี้ นอกจากได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น

ราคา 390 บาท

คำนำ

หนังสือการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 9 หัวเรื่อง เพื่อให้ผู้อ่านได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องของวิถีท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวและสิทธิประโยชน์การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์โดยชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

บทที่ 1 เป็นการกล่าวถึงเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีท่องเที่ยวในประเทศไทย ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ความหมายของการท่องเที่ยว ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการเมือง องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ปัจจัย กลไกการขับเคลื่อนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และสถานการณ์การท่องเที่ยว ในประเทศไทย

บทที่ 2 กล่าวถึงเนื้อหาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวและสิทธิประโยชน์ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักที่สำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ย่อมขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งเกี่ยวเนื่องมาจากองค์ประกอบ ประเพณี และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว และสิทธิประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

บทที่ 3 เป็นการกล่าวถึงการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ชุมชนใช้ในการพัฒนาชุมชน ภายใต้หลักการพึ่งตนเองและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และเป็นแนวทางหนึ่งที่ทำให้ชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวสามารถสร้างให้เกิดชุมชนเข้มแข็งได้ ส่วนชุมชนอื่นๆ สามารถเตรียมความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามมาตรฐานที่กำหนดขึ้นได้

บทที่ 4 เป็นการกล่าวถึงแนวคิดและลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ความหมาย หลักการ องค์ประกอบ ลักษณะของกิจกรรม ผลกระทบ รวมถึงนโยบายและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

บทที่ 5 เป็นการกล่าวถึงแนวคิดและลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน ไม่ว่าจะเป็นความหมาย ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน หลักการ ลักษณะ องค์ประกอบ นักท่องเที่ยว รูปแบบ การจัดการ ประโยชน์และเกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชน

บทที่ 6 เป็นการกล่าวถึงแนวคิดและลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยชุมชน ทั้งในแง่ของความหมาย กิจกรรม องค์ประกอบ วิธีการจัดการ ประโยชน์ และเกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน

บทที่ 7 เป็นการกล่าวถึงแนวคิดและลักษณะของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความเชื่อมโยงต่อการพัฒนาชุมชนภายใต้การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน รวมถึงการจัดการที่เป็นไปตามมาตรฐานโฮมสเตย์

บทที่ 8 เป็นการกล่าวถึงแนวคิดและลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยชุมชน อันได้แก่ ประวัติความเป็นมา ความหมาย ลักษณะ องค์ประกอบ ประเภท ประโยชน์ คุณลักษณะ ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการเตรียมความพร้อมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน

บทที่ 9 เป็นการกล่าวถึงการสนับสนุนและส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน รวมถึงนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตามหนังสือเล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้เนื่องจากผลงานของนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยวชุมชนหลายท่านที่ได้สร้างสรรค์ผลงานไว้ ซึ่งผู้เขียนได้อาศัยศึกษาเรียนรู้ เพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิงข้อมูล เป็นแนวคิดและแนวทางในการเรียบเรียงหนังสือฉบับนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ผู้เขียนหวังว่าหนังสือเล่มนี้จะอำนวยความสะดวก และเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ภายใต้ปรัชญาการพัฒนาชุมชน รวมถึงผู้อ่านที่มีความสนใจในประเด็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชน หากผู้อ่านมีข้อเสนอแนะ หรือต้องการให้ผู้เขียนเพิ่มเติมรายละเอียด อันเป็นประโยชน์ ผู้เขียนยินดีรับฟัง ปรับปรุง และขอขอบคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	3
สารบัญ	5
สารบัญภาพ	10
สารบัญตาราง	13
สารบัญแผนภูมิ	14
บทที่ 1 วิธีท่องเที่ยวในประเทศไทย	15
ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย	15
ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว	18
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	22
ปัจจัย กลไก การขับเคลื่อนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว	36
สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย	37
เอกสารอ้างอิง	50
บทที่ 2 นักท่องเที่ยวและสิทธิประโยชน์	53
ความหมายของนักท่องเที่ยว	53
ประเภทของนักท่องเที่ยว	55
วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว	61
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว	63
การแสดงออกในพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	80
การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	81
สิทธิประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	86
เอกสารอ้างอิง	88
บทที่ 3 การท่องเที่ยวโดยชุมชน	91
ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	91
ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	94
ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	97
วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	102
องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	103
หลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน	104

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
รูปแบบการดำเนินงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	106
ประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	109
การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว	111
เกณฑ์การพิจารณามาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชน	116
เกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนอาเซียน	160
ผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน	162
เอกสารอ้างอิง	165
บทที่ 4 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน	169
ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน	169
หลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน	171
องค์ประกอบของท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน	175
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน	184
ผลกระทบจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน	187
นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน	188
เอกสารอ้างอิง	196
บทที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน	199
ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน	199
ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชน	200
หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน	203
ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน	204
องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน	205
นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน	209
รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน	211
การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน	212
ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน	213
เกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชน	215
เอกสารอ้างอิง	217

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน	219
ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน	219
กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน	220
องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน	222
วิธีการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน	223
ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน	225
เกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน	226
เอกสารอ้างอิง	230
บทที่ 7 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์โดยชุมชน	233
ความหมายของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์โดยชุมชน	233
ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์	235
ความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์โดยชุมชน	237
องค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์	238
กรอบคิดของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์โดยชุมชน	239
มาตรฐานของโฮมสเตย์ของประเทศไทย	240
โฮมสเตย์ของประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน	251
มาตรฐานโฮมสเตย์ของอาเซียน (ASEAN Homestay Standard)	256
ลักษณะนักท่องเที่ยวที่ชอบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์	258
ผลกระทบของการจัดการโฮมสเตย์ของประเทศไทย	258
แนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์ของประเทศไทย	264
เอกสารอ้างอิง	272
บทที่ 8 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน	275
ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์	275
ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน	277
ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน	280
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน	282
ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน	285

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน	287
คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	288
กระบวนการเตรียมความพร้อมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน	289
ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	291
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน	295
หลักเกณฑ์พื้นฐานที่จำเป็นต้องมีของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน	296
เอกสารอ้างอิง	298
บทที่ 9 การส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	301
การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	301
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว	302
นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ	325
ปัญหาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหน่วยงานภายนอก	331
บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	333
ทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน	336
เอกสารอ้างอิง	341
บรรณานุกรม	345

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	อัตรการขยายตัวของนักท่องเที่ยว	38
1.2	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทย รายไตรมาสของปี 2566	39
1.3	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศ ไตรมาส 4 ปี 2566	45
1.4	รายได้ท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ไตรมาส 4 ปี 2566	46
1.5	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ : ดอยผาหมี จังหวัดเชียงราย	48
1.6	แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	49
2.1	นักท่องเที่ยวที่มุ่งให้ความสนใจพิเศษและเรียนรู้จากกิจกรรมต่างๆ ในชุมชนท่องเที่ยว : การยิงกึ่งพื้นบ้าน (หนังสติ๊ก)	62
2.2	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อการเที่ยวชมธรรมชาติ	65
2.3	แผนที่แสดงจุดดึงดูดการท่องเที่ยว	76
2.4	การพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชุมชนบ้านเมะหลวง อำเภอแม่เมะ จังหวัดลำปาง	79
3.1	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ป่าชุมชนบ้านห้วยเรียน อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง)	97
3.2	แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (พระธาตุป้อมปอดอยแล บ้านวอแก้ว อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง)	98
3.3	นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมงานประเพณีกับชุมชนท่องเที่ยว	99
3.4	ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชน	100
3.5	กิจกรรมล่องแก่งลำน้ำเข็ก จังหวัดเพชรบูรณ์	108
3.6	แผนที่ท่องเที่ยว (ภายใต้กิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนตามรายวิชาการจัดการท่องเที่ยวชุมชน)	109
4.1	กิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติ	176
4.2	จุดชมวิวเขาตะเคียนโง๊ะ	177
4.3	ล่องเรือชมธรรมชาติสองฝั่งริมน้ำเข็ก: แก่งบางระจัน	177
4.4	เรียนรู้ความหลากหลายของสายพันธุ์ผีเสื้อประจำถิ่น	178
4.5	รับประทานอาหารประจำถิ่นและพักบ้านโฮมสเตย์ชุมชน	178

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.6	กิจกรรมล่องแพชมวิถีชีวิตชุมชนเมืองคอง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	184
4.7	เรียนรู้การทำขนมพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย: ถั่วทอด	185
5.1	แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์: อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	201
5.2	ย่ามผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง	202
5.3	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	205
5.4	ปราสาทหินสระกำแพงน้อย จังหวัดศรีสะเกษ	206
5.5	การท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท : ฟาร์มโคนม	212
6.1	การเข้าชมแปลงเกษตรและเรียนรู้การทำเกษตรผสมผสาน	220
6.2	กิจกรรมสาธิตการทำปุ๋ยหมักชีวภาพ	221
6.3	กิจกรรมพักแรมในหมู่บ้านเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตของชนบทเกษตร	221
7.1	ตัวอย่างบ้านพักโฮมสเตย์	234
7.2	ลักษณะการจัดห้องพักของโฮมสเตย์	241
7.3	ตัวอย่างรูปแบบการจัดสำรับอาหารเพื่อบริการนักท่องเที่ยว	242
7.4	ระบบการดูแลความปลอดภัยด้วยการตั้งกฎระเบียบแก่นักท่องเที่ยว	243
7.5	กิจกรรมการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของประชาชนในชุมชน	244
7.6	กิจกรรมสร้างฝายชะลอน้ำ	246
7.7	จัดฐานการเรียนรู้เกี่ยวกับการเล่นพื้นบ้าน เพื่อสร้างความน่าสนใจและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น	247
7.8	พิธีกรรมการไหว้เทวดา เพื่อความเป็นสิริมงคลในวันสงกรานต์	247
7.9	ตัวอย่างกองทุนหมู่บ้าน	249
7.10	ป้ายแสดงข้อมูลสำหรับการติดต่อเข้าพักโฮมสเตย์	250
7.11	ป้ายรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	251
8.1	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนในมิติ การผลิตและการบริโภค	279

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
8.2	กิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี	285
8.3	ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	286
9.1	สัญลักษณ์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย	303
9.2	สัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	304
9.3	สัญลักษณ์ของกรมการท่องเที่ยว	307
9.4	สัญลักษณ์ของกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว	311
9.5	สัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	312
9.6	สัญลักษณ์ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท.	315
9.7	สัญลักษณ์ของสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน	316
9.8	สัญลักษณ์ของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	318
9.9	สัญลักษณ์ของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว	319
9.10	สัญลักษณ์ของสมาคมโรงแรมไทย	320
9.11	สัญลักษณ์ของสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ	322
9.12	สัญลักษณ์ของสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว	323
9.13	สัญลักษณ์ของสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	324

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	เมืองที่มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก	28
3.1	ดัชนีการประเมินเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชน	116
3.2	การตีความผลคะแนนการประเมิน	144
7.1	รายชื่อโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ประจำปี พ.ศ.2565	252
9.1	บทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น	333

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1.1	อัตราเฉลี่ยการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย แยกรายภาค ของประเทศไทย	47
4.1	องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน	175
6.1	องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน	223
8.1	พัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน	277

บทที่ 1

วิถีท่องเที่ยวในประเทศไทย

“การท่องเที่ยว” เกิดขึ้นโดยมีประวัติความเป็นมาและมีพัฒนาการที่ยาวนาน ซึ่งถือว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในการที่จะออกแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ให้กับชีวิตของตนเอง โดยในระยะเริ่มแรกการท่องเที่ยวไม่ใช่เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ แต่เป็นการเดินทางเพื่อการทำธุรกิจและการเผยแพร่ศาสนาต่างๆ จนกระทั่งมีพัฒนาการจนถึงปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายและมีวิธีการเดินทางที่แปลกใหม่มากยิ่งขึ้น

ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกิดขึ้นโดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน เมื่อครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ในปีพ.ศ.2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้นทำหน้าที่รับรองและให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรมรถไฟ เชียงแสนพวงค์ ต่อมาได้ย้ายมาตั้งที่สถานีรถไฟหัวลำโพง เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงย้ายไปดำรงตำแหน่งเสนาบดี กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ย้ายไปที่กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม แต่ยังคงทำงานร่วมกับกรมรถไฟ มีสำนักงานตั้งที่ถนนเจริญกรุง หน้าไปรษณีย์กลาง กรุงเทพมหานคร (กิตติ ปันชู, 2558)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นอย่างชัดเจนในปีพ.ศ.2479 เมื่อกระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศสยามต่อคณะรัฐมนตรี โดยได้เสนอแผนและวัตถุประสงค์ของการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3 ประการ คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

1. งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว
2. งานรับรองนักท่องเที่ยว
3. งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก

ในการเสนอโครงการนี้ กระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอให้จัดเป็นรูปของสมาคม การท่องเที่ยว คณะรัฐมนตรี ประชุมปรึกษา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2479 มีมติรับหลักการ ของการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ไม่รับหลักการในการจัดตั้งให้เป็นรูปสมาคม ได้มี มติแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่ง ดำเนินงานโดยให้กระทรวงเศรษฐกิจเป็นเจ้าของ เรื่อง ซึ่งกระทรวงเศรษฐกิจได้มอบงานนี้ให้กรมพาณิชย์เป็นผู้จัดทำ เนื่องจากกรมพาณิชย์ มีแผนกส่งเสริมพาณิชย์และท่องเที่ยวอยู่ และกระทรวงเศรษฐกิจ ได้ดำเนินการเรื่องนี้ ต่อมาจนเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น และสำนักงานถูกระเบิด จึงเลิกกิจการไปชั่วคราว

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาเห็นควรปรับปรุง หน่วยงานท่องเที่ยวขึ้นใหม่ จึงมีมติให้กรมโฆษณาการได้ยกร่างโครงการปรับปรุงหน่วยงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณาในการประชุมเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2492 โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กรมโฆษณาการพิจารณาส่งเสริมการท่องเที่ยว กรมโฆษณาการ ได้ทำความเข้าใจกับกระทรวงเศรษฐกิจ ซึ่งในสมัยนั้นมีชื่อว่า กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ขอโอนกิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมมาอยู่กับ กรมโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี และให้เรียกส่วนงานนี้ว่า “สำนักงานส่งเสริม การท่องเที่ยว” ใช้งบประมาณของกรมโฆษณาการเป็นงบประมาณค่าใช้จ่ายของสำนักงาน นี้ ต่อมากรมโฆษณาการได้พิจารณาเห็นว่า กิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวกำลังตื่นตัว ในประเทศไทยมาก จึงได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีฐานะเทียบเท่ากอง เรียกว่า “สำนักงานท่องเที่ยว” โดยพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการ ในสำนักนายกรัฐมนตรี ปีพ.ศ.2493

ในปีพ.ศ.2501 เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ไปพักรักษาตัวอยู่ ณ โรงพยาบาล วอลเตอร์ริด สหรัฐอเมริกา ได้ศึกษากิจการท่องเที่ยวด้วยความสนใจ และได้ดำริที่จะ ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจัง ในปีต่อมาเมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ ปีพ.ศ.2502 โดยตัด “สำนักงานท่องเที่ยว” ออก แล้วจัดตั้งขึ้น เป็นองค์การอิสระ เรียกว่า “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” มีชื่อย่อว่า “อ.ส.ท.” โดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีพ.ศ.2502

ในระยะแรกสถานที่ทำการขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้อาศัยอาคารของกรมประชาสัมพันธ์เป็นสำนักงาน ต่อมาได้ย้ายมาเปิดดำเนินงาน ณ สำนักงาน ถนนศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2503 และได้ประกอบพิธีเปิด “องค์การ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2503

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีพ.ศ.2502 นั้น มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ต่อมา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางรวดเร็ว จำเป็นต้องปรับปรุงอำนาจหน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้มีขอบเขตการปฏิบัติงานกว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งในด้านการพัฒนา การอนุรักษ์ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและการส่งเสริมเผยแพร่ จึงได้มีการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐมีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบ ในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่ และดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยสภานิติบัญญัติ แห่งชาติซึ่งทำหน้าที่รัฐสภาในการประชุมครั้งที่ 41 วันศุกร์ที่ 20 เมษายน 2522 ได้ พิจารณาร่างพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ แล้วปรากฏว่า ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ผ่านการพิจารณา ส่วนพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทยได้ผ่านการพิจารณา ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 จัดตั้ง “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ขึ้น มีชื่อย่อว่า “ททท.” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

เนื่องจากการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและอาชีพมัคคุเทศก์ได้มีการขยายตัวเป็น อันมาก จำเป็นจะต้องมีกฎหมายกำหนดมาตรฐานในเรื่องนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้ปรับปรุงแก้ไขร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรม แล้วเสนอ เป็นร่างพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ซึ่งได้รับความเห็นชอบจาก คณะรัฐมนตรีและสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ซึ่งทำหน้าที่รัฐสภาออกเป็นพระราชบัญญัติธุรกิจ นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พุทธศักราช 2535 และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 109 ตอน 25 ลงวันที่ 19 มีนาคม 2535 ซึ่งมีผลใช้บังคับตามกฎหมายแต่งตั้งวันที่ 18 พฤษภาคม 2535 เป็นต้นไป และให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่ส่งเสริมและ ควบคุมการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและอาชีพมัคคุเทศก์ ให้เป็นระเบียบได้มาตรฐานตามที่ กฎหมายกำหนด เพื่อประโยชน์ของบุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวของประเทศต่อไป (กิตติ ปันชู, 2558)

ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อ ความสนุกสนาน ตื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้ ซึ่งเป็นกระบวนการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการใช้เวลาว่าง โดยมีการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเพื่อเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศ โดยมีนักวิชาการได้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวไว้ในหลากหลายมุมมอง ยกตัวอย่างเช่น

นิศา ชัชกุล (2550)ให้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวว่า เป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางจากพื้นที่หนึ่งไปยังอีกพื้นที่หนึ่ง ซึ่งไม่ใช่การทำงาน โดยในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใดๆ ที่เป็นจุดดึงดูดในการเดินทางนั้นต้องประกอบไปด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อย ได้แก่ การเดินทาง การพักค้างแรม และการรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ภายใต้อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว การมีเส้นทางคมนาคมขนส่งในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างสะดวกรวดเร็ว และแหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน

ธฤชวรรณ มาตกุล (2556) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยว ว่าหมายถึงการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่ต่างๆ เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและพึงพอใจของผู้เดินทาง เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน เพื่อศึกษา เพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น และไม่ใช่การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ

สุรเชษฐ์ เชษฐมาส (เจษฎารัตน์ กล่ำศรี และคณะ, 2557) กล่าวถึงการท่องเที่ยว เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยภูมิลำเนาไปยังสถานที่ที่อยู่ห่างไกล เพื่อการพักผ่อน หรือการหาประสบการณ์แปลกใหม่ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้พบเห็น ในชีวิตประจำวันในภูมิลำเนาของตนเอง มีการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและองค์ประกอบต่างๆ ของสถานที่ที่เดินทางผ่าน หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เข้าไปและจะต้องทำการพักค้างแรมในสถานที่นั้นๆ

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (World Tourism Organization) (2567) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางโดยระยะทางมากกว่า 40 กิโลเมตรจากบ้าน เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ ได้แก่

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยการใช้พาหนะนำทางด้วยความเต็มใจ

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง เป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบชั่วคราวไปยังสถานที่หนึ่งๆ โดยมีจุดหมายปลายทางและต้องมีการกลับที่อยู่เดิม

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง การมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อแสวงหารายได้หรือการประกอบอาชีพ

สรุป การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปจากที่อยู่อาศัยเดิมไปยังอีกสถานที่หนึ่ง เพื่อการนันทนาการเป็นชั่วคราว และไม่ใช้เพื่อการทำงานหรือหารายได้

และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มของธุรกิจในสังคมที่อำนวยความสะดวกและบริการที่สร้างความสุขให้คน ทั้งทางร่างกายและจิตใจ ภายใต้งานหลักการท่องเที่ยว ได้แก่

1. การเดินทางจากที่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือการหารายได้

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมด้านการบริการ อีกประเภทหนึ่งที่มีอิทธิพลและมีบทบาทต่อการเจริญเติบโตของสังคมโลก รวมถึงประเทศไทยในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย อีกทั้งยังช่วยให้เกิดดุลการค้าและดุลการชำระเงิน สร้างงาน สร้างอาชีพ โดยเฉพาะรัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยได้ประกาศให้ปีพ.ศ.2541-2542 เป็นปี “อะเมซิ่งไทยแลนด์” เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงในปีพ.ศ.2556 ถือเป็นปีทองด้านการท่องเที่ยวของไทย เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวสูงสุด โดยประเทศไทยมีรายได้ด้านการท่องเที่ยวสูงอยู่ที่อันดับ 5 ของโลก ด้วยรายได้ 26,680 ล้านดอลลาร์ (ประมาณ 8.31 แสนล้านบาท) อีกทั้งในปีพ.ศ.2558 ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) เพื่อเป็นการสร้างตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน รวมถึงสามารถเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุนอย่างเสรี ประเทศไทยในฐานะประเทศสมาชิกอาเซียนจึงตั้งเป้าหมายในการที่จะเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยว (Tourism Hub) ของภูมิภาคนี้ด้วยความได้เปรียบทางด้านที่ตั้งของประเทศไทยที่อยู่ศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

1. ความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ

ความสำคัญของการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ มีดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมาก เนื่องมาจากการท่องเที่ยวไม่มีการส่งสินค้าออกไปขาย แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องเข้ามาซื้อสินค้าบริการการท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศเอง

1.2 ทำให้เกิดการหมุนเวียนและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ขณะที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการต่างๆ เมื่อมีการซื้อขายสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้มีรายได้หมุนเวียนและรายได้ ส่วนหนึ่งนำไปจ่ายเป็นภาษี เพื่อพัฒนาท้องถิ่น รวมถึงการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมด้านการให้บริการที่ต้องใช้แรงงานเพื่อการต้อนรับ จึงก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ การผลิตสินค้าที่ระลึกเพื่อจำหน่าย เป็นต้น

1.3 กระตุ้นการผลิตและใช้ทรัพยากรของประเทศ เพื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

1.4 เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ เนื่องจากไม่ต้องใช้วัตถุดิบใดๆ นอกจากบรรยากาศที่เกิดขึ้นและมีอยู่แล้วตามธรรมชาติ

1.5 เกิดการสร้างงานแก่คนในท้องถิ่น รวมถึงท้องถิ่นใกล้เคียงที่อาจนำสินค้าของตนมาวางขายยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทำให้คนในท้องถิ่นมีมาตรฐานในการครองชีพที่ดีขึ้น

1.6 การยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงระบบสาธารณสุข และการขนส่ง เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่เหล่านั้นจำเป็นต้องมีการปรับปรุง พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น ถนน ระบบไฟฟ้า ระบบประปา สถานพยาบาล เป็นต้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

1.7 รายได้จากการท่องเที่ยวจะช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้า และการขาดดุลชำระเงินระหว่างประเทศของประเทศให้น้อยลงหรือเกินดุล ทำให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

2. ความสำคัญทางด้านสังคม

ความสำคัญของการท่องเที่ยวในด้านสังคม มีดังนี้

2.1 ส่งเสริมสัมพันธภาพ หรือความสัมพันธ์อันดีของเพื่อนมนุษย์ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

2.2 สร้างความเจริญทางสังคม เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมระหว่างกัน

2.3 เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม เนื่องจากการนำวัฒนธรรมมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่เกิดความภาคภูมิใจ สร้างความตระหนักและความรู้สึกเป็นเจ้าของในวัฒนธรรมเหล่านั้น และส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไป

2.4 ขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท กระจายรายได้จากการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวยังพื้นที่ห่างไกล ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2.5 การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ของคนในแหล่งท่องเที่ยว และก่อให้เกิดรายได้ภายในชุมชน

3. ความสำคัญทางด้านการเมือง

ความสำคัญของการท่องเที่ยวในด้านการเมือง มีดังนี้

3.1 เกิดความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย เนื่องจากการเข้าไปเรียนรู้สังคมอีกสังคมหนึ่ง ทำให้เราได้รู้จักและเข้าใจคนต่างถิ่นมากขึ้น และกลายเป็นความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน

3.2 สร้างความสมานฉันท์ของคนในชาติ เนื่องจากการมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ดังนั้นคนในประเทศจำเป็นต้องเป็นเจ้าภาพที่ดี และแสดงถึงความเป็นมิตรไมตรีที่ต้องแสดงออกผ่านความร่วมมือกันในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่จะส่งผลในทางบวกต่อประเทศของตนเอง

อย่างไรก็ตามในมุมมองของผู้เขียน การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อหลายมิติ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวสร้างรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของที่พักร้านอาหาร การเดินทาง และสินค้าท้องถิ่น ทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินในท้องถิ่นและสร้างงานให้กับชุมชน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริการท่องเที่ยว และงานฝีมือ

2. การท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น ทำให้เกิดการเรียนรู้และการเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมากขึ้น และยังสามารถช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญ เช่น เทศกาล ประเพณี หรือศิลปะการแสดง

3. การท่องเที่ยวช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนจากต่างประเทศหรือภูมิภาคต่าง ๆ สร้างความหลากหลายให้กับชุมชน อีกทั้งช่วยสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับคนในพื้นที่

4. การท่องเที่ยวสามารถช่วยในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยผ่านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และส่งเสริมการอนุรักษ์แหล่งธรรมชาติ

5. การท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการเรียนรู้จากการเห็นของจริง เช่น แหล่งโบราณคดี พิพิธภัณฑสถาน และธรรมชาติ นอกจากนี้การไปเยือนสถานที่ต่างๆ ยังช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแต่ละสถานที่

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ถือเป็นคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญยิ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว โดย ไพค์ สตีเวน (Pike Steven) (ธัญวรรณ มาตกุล, 2556) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว มี 6 องค์ประกอบ หรือ 6A's ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากเป็นตัวกระตุ้นหรือจุดดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือศิลปวัฒนธรรม

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) คือ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบการคมนาคมขนส่งที่มีความเหมาะสมที่จะนำพาให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยัง แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง เช่น ถนน เรือ เครื่องบิน รถไฟ เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ระบบการบริการหรือสิ่งที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวได้ขณะที่มีการท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกประทับใจ เช่น โรงแรม ที่พัก ห้องน้ำ ระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

4. ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) คือ การจัดการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกถึงความสะดวกสบาย ได้รู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีอยู่ในสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางที่เดินทางไปเที่ยว เพื่อให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

5. กิจกรรม (Activities) เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นจุดหมายปลายทาง เช่น กิจกรรมประเภทผจญภัย การดำน้ำ ปีนหน้าผา หรือการเดินป่า เป็นต้น รวมไปถึงกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลายเพื่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ นักท่องเที่ยว

6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) ได้แก่ สิ่งต่างๆ ที่จะจัดสรรไว้เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวให้สามารถท่องเที่ยวได้ อย่างมีความสุข เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ร้านค้าสถานีบริการน้ำมัน เป็นต้น

นอกจากนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี (พระมหาบุญพิเชษฐ์ จันทร์เมือง, 2553) ได้กล่าวถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายประเภทที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว ควรมึลักษณะหลักที่สำคัญ 4 ประการ หรือเรียกว่า 4A's คือ

1. ความดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัวซึ่งมีสาเหตุมาจาก

1.1 มีความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดทรายขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่างๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชาติ หรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา เป็นต้น

1.2 มีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของแต่ละท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผชาติ การตกแต่งขบวนพาเหรด และการแสดงในเทศกาลต่างๆ การแสดงแสง สี เสียง ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. ความสามารถในการเข้าถึงง่าย (Accessibility) ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเดินทางเที่ยวชม ซึ่งหากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจะเกิดอรรถรสในการท่องเที่ยวได้มาก ดังนั้นแม้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นจะมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน สะพาน และที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว

3. ความประทับใจ หรือสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม โดยทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาท ราชวัง วัด โบราณสถานต่างๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต หรือแม้แต่ทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน เช่น อุทยานแห่งชาติทางบกและทางทะเล หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น การร่วมงานเทศกาลประเพณีต่างๆ เช่น งานคาร์นิวัลในประเทศบราซิล งานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ควรมีสิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวก เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะท่องเที่ยวยาวนาน

มากขึ้น หรือเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกในครั้งต่อไป ซึ่งเราสามารถแยกประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (เจษฎา ขวัญเมือง และคณะ, 2554)

3.1 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทการเข้า-ออกเมือง คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการเข้าออกประเทศที่จะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น ความสะดวกและรวดเร็วในการขนถ่ายสัมภาระในการเดินทาง การตรวจหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของที่ติดตัวนักท่องเที่ยว รวมถึงความสะดวกในการต่ออายุของวีซ่า เป็นต้น

3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน คือ สาธารณูปโภค สาธารณูปการ ที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชนและนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้รับความสบายในการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบการสื่อสาร น้ำ ไฟฟ้า สุขาภิบาล ถนน สาธารณสุข สถานที่พักผ่อน สถานศึกษา หรือสถานฝึกอบรม เป็นต้น

3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย คือ สิ่งที่ทำให้เกิดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว มาตรการรักษาความปลอดภัย การให้บริการขนส่งที่ปลอดภัย ความปลอดภัยของสถานที่พักผ่อน การป้องกันอุบัติเหตุ ความปลอดภัยของอาหาร ความปลอดภัยจากการนำเที่ยว ความปลอดภัยจากการถูกล่อลวงต่างๆ เป็นต้น

4. องค์ประกอบของการบริการ (Ancillary service) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีการจัดสรรการบริการในด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวก และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่

4.1 การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

4.2 การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การวางแผนสำหรับการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการจัดระบบการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 2 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

1. องค์ประกอบหลัก หรือองค์ประกอบที่เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภท เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม โบราณสถาน เป็นต้น ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง

2. องค์ประกอบเสริม หรือองค์ประกอบที่มีส่วนต่อการสนับสนุนการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว และส่งผลให้นักท่องเที่ยว

เกิดความรู้สึกประทับใจ เช่น ระบบการคมนาคมขนส่ง การบริการด้วยความเป็นมิตร โครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอ สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

นอกจากนี้มิลล์ และมอร์ริสัน (Mill & Morrison) (พรหมพร ทับเนียม, 2558) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ในด้านความสวยงาม ความประทับใจ
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือบริการอื่นๆ ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสาร และสาธารณูปโภค

3. ระบบการขนส่ง (Transportation) และรูปแบบหรือวิธีการในการต้อนรับอย่างมิตรไมตรี (Hospitality)

เช่นเดียวกับโคลิเยอร์ และฮาร์ราเวย์ (Collier & Harraway) (นภภัสร ชูสุวรรณ, 2559) มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การท่องเที่ยวจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ต่อเมื่อแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ หรือ 3'As คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดเกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์ (Events) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัย เช่น ระบบการขนส่งการสื่อสารการสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า และประปา ถือเป็นสิ่งจำเป็นของแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง ซึ่งประกอบด้วยเส้นทางยานพาหนะและสถานี เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปสู่จุดหมายปลายทาง

จะเห็นว่าองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ต้องประกอบด้วย ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ
2. สิ่งอำนวยความสะดวก
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก และมีระบบการคมนาคมขนส่งในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในแต่ละจุด

จากแนวคิดข้างต้นสามารถแบ่งองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวได้ 3 องค์ประกอบหลัก ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นมรดกที่ทรงคุณค่าของประเทศเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากธรรมชาติ และมนุษย์สร้างเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของท้องถิ่นนั้น

การแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวมีหลายลักษณะขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งและการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์ ดังนี้ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2551)

การแบ่งประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวตามลักษณะ คุณค่า และความสนใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีทั้งหมด ออกเป็น 3 ประเภท ตามลักษณะ คุณค่า และความสนใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง ทรัพยากรในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีความสวยงาม และนับว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด โดยแบ่งย่อยออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1.1 ทิวทัศน์ (Scenery) ทิวทัศน์ต่างๆ ทางธรรมชาติทั้งที่สวยงาม และแปลกประหลาดจะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเยี่ยมชม เช่น แกรนด์แคนยอนในประเทศสหรัฐอเมริกา ภูเขาไฟฟูจิในประเทศอิตาลี หรือสภาพที่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล เช่น ในฤดูหนาวดอกทิวลิป หรือดอกซากุระจะบาน เป็นต้น

1.2 สัตว์ป่าและพันธุ์ไม้ (Wildlife & Flora) สัตว์ป่าและพันธุ์ไม้เป็นส่วนหนึ่งของความงามตามธรรมชาติที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก เนื่องจากชีวิตความเป็นอยู่ของสัตว์ป่าเป็นสิ่งที่ น่าศึกษาหาความรู้ รวมทั้งความหลากหลายของพรรณไม้ในป่าประเภทต่างๆ ซึ่งนับวันจะหมดไป แต่ยังคงมีที่ให้ท่องเที่ยวได้ เช่น อุทยานแห่งชาติ สวนสัตว์เปิด สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติหรือแหล่งอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า เป็นต้น

1.3 สภาพภูมิอากาศ (Climate) สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไป เช่น แสงแดด สายลม อากาศอบอุ่น หรือหิมะตกในฤดูหนาว ตลอดจนลักษณะอากาศที่แตกต่างไปจากถิ่นเดิมของตนจะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นมาได้ เช่น ฤดูร้อนนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังชายฝั่งทะเล หรือฤดูหนาวชาวยุโรปนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศแถบตะวันออก ซึ่งมีอากาศที่อบอุ่นกว่า เป็นต้น

1.4 ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ (Natural phenomenon) เป็นลักษณะของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น การเกิดฝนดาวตก การเกิดสุริยุปราคา พระอาทิตย์เที่ยงคืน เป็นต้น

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา นั่นคือแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในฐานะที่เป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา ซึ่งได้แก่

2.1 โบราณสถาน หมายถึง สิ่งของโบราณที่เคลื่อนที่ไม่ได้ เช่น โบสถ์ วิหาร และวัง โดยมีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปีขึ้นไป เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสขณาฬัย จังหวัดสุโขทัย วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

2.2 โบราณวัตถุ หมายถึง สิ่งของโบราณที่เคลื่อนย้ายได้ เช่น เทวรูป พระพุทธรูป รวมถึงศิลาจารึกที่มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปีขึ้นไป

2.3 ศาสนสถานหรือปูชนียสถาน หมายถึง สถานที่ควรแก่การนับถือ หรือควรค่าแก่การบูชา เช่น พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร และวัดพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี เป็นต้น

2.4 ศาสนวัตถุหรือปูชนียวัตถุ หมายถึง วัตถุที่ควรแก่การบูชา เคารพ นับถือ เช่น พระพุทธรูป เทพเจ้า เป็นต้น

2.5 แหล่งประวัติศาสตร์ หมายถึง สถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น สถานที่กระทำยุทธหัตถีของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช จังหวัดสุพรรณบุรี สุสานสัมพันธมิตร จังหวัดกาญจนบุรี ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สั่งสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเผ่าต่างๆ สวนสนุก สวนสัตว์ กิจกรรม เช่น การพายเรือ ขี่จักรยานภูเขา และล่องแก่ง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการหลายท่านได้แบ่งประเภททรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม เช่น ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง สวนสมุนไพร รวมถึงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวและเยี่ยมชมสถานที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น การชมสถานโบราณวัตถุ โบราณสถาน ปราสาท พระราชวัง วัด ประเพณี รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรมสำคัญของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวสปา

5. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น การเดินทางไปเยี่ยมเยือนลูกค้าหรือดูผลงานและได้ไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ ประมาณ 1-2 วัน

อีกทั้งนิตยสารฟอร์บส์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ได้ประสานความร่วมมือกับมาสเตอร์การ์ด พิจารณาเมืองที่มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลอดปีพ.ศ.2565 ถึงกลางปีพ.ศ.2566 ซึ่งเมืองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด 20 อันดับแรก ได้แก่

ตารางที่ 1.1 เมืองที่มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก

อันดับ	เมือง	ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)
1	กรุงเทพมหานคร	ไทย	22.78
2	ปารีส	ฝรั่งเศส	19.10
3	ลอนดอน	อังกฤษ	19.09
4	ดูไบ	อาหรับ เอมิเรตส์	15.93
5	สิงคโปร์	สิงคโปร์	14.67
6	กัวลาลัมเปอร์	มาเลเซีย	13.79
7	นิวยอร์ก	สหรัฐอเมริกา	13.60
8	อิสตันบูล	ตุรกี	13.40
9	โตเกียว	ญี่ปุ่น	12.93
10	อันตัลยา	ตุรกี	12.41
11	กรุงโซล	เกาหลีใต้	11.25
12	โอซาก้า	ญี่ปุ่น	10.14
13	เมกกะ	ซาอุดีอาระเบีย	10.00
14	ภูเก็ต	ไทย	9.89
15	พัทยา	ไทย	9.44
16	มิลาน	อิตาลี	9.10
17	บาร์เซโลนา	สเปน	9.09
18	ปัลมาเดมาลลอร์	สเปน	8.96
19	บาห์ลี	อินโดนีเซีย	8.26

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

อันดับ	เมือง	ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)
20	ฮ่องกง	ฮ่องกง	8.23

หมายเหตุ. จาก เมืองที่มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก, โดย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566, (www.mots.go.th).

หากพิจารณาข้อมูลดังตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่า เมืองที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดในช่วงปีพ.ศ.2565 ถึงกลางปีพ.ศ.2566 คือ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย เป็นปีที่ 4 ติดต่อกันและเป็นครั้งที่ 6 ในรอบ 7 ปีหลัง โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่มาเยือนกรุงเทพมหานคร คือ ชาวจีนแผ่นดินใหญ่ รองลงมาคือ ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ เมื่อเทียบกับเมืองอื่นๆ ถือได้ว่าประเทศไทยมีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ อัตราค่าครองชีพที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ อีกทั้งมีความสะดวกสบายทั้งด้านอาหาร ด้านสินค้าและบริการ ด้านการคมนาคม ที่สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศต่างๆ ได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามทรัพยากรท่องเที่ยวถือว่าเป็นส่วนประกอบของการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง ได้แก่

1. ความสำคัญด้านจิตวิทยา

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญด้านจิตวิทยา ได้แก่

1.1 เป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว

1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยว ในแต่ละประเภททั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ศิลปะการแสดง สามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจให้หายจากความเครียด อีกทั้งเพิ่มพูนความสุขให้แก่ชีวิตได้

2. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญด้านเศรษฐกิจ ได้แก่

2.1 สร้างอาชีพและเสริมสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น เนื่องจากการมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและมีการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ทำให้ชุมชนเกิดการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เกิดเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน เช่น การผลิตสินค้าที่ระลึกเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว การจัดบริการที่พักในลักษณะของโฮมสเตย์ให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 เกิดการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการพัฒนาในด้านของการบริการในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองต่อความต้องการและรองรับการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งช่วยทำให้สามารถกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลายประเภท เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับที่พักแรม ธุรกิจเกี่ยวกับการนำเที่ยว ธุรกิจเกี่ยวกับระบบการบริการขนส่ง เป็นต้น

2.3 เป็นแหล่งที่มาของรายได้ให้แก่ภาครัฐ เนื่องจากรัฐบาลสามารถเรียกเก็บภาษีอากรจากการค้าและภาษีเงินได้จากผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และสามารถนำรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวไปใช้พัฒนาประเทศ

3. ความสำคัญด้านสังคม

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญด้านสังคม ได้แก่

3.1 เสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชนที่อยู่อาศัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายจากความเครียดหรือความเหนื่อยล้าจากการทำงาน เกิดการมีคุณภาพร่างกายและจิตใจที่ดี สมบูรณ์แข็งแรง อีกทั้งช่วยลดปัญหาอาชญากรรมในสังคมได้ เนื่องจากประชาชนแต่ละคนมีรายได้ที่ได้รับจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการดำรงชีวิต

3.2 สร้างโอกาสได้เรียนรู้ และสัมผัสวิถีการดำรงชีวิตของผู้อื่นผ่านนักท่องเที่ยว ซึ่งเข้ามาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ได้เห็นของจริง ได้รับประสบการณ์ตรง ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีทัศนคติและโลกทัศน์ที่กว้างไกล อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างให้ประชาชนเกิดความรัก ความหวงแหน และเกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงอยู่สืบไป

3.3 ประชาชนที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจ เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตนอาศัยอยู่นั้นมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับของคนทั่วโลก ซึ่งประชาชนจะเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ และไม่อยากให้ทรัพยากรเหล่านั้นถูกทำลาย

4. ความสำคัญด้านวัฒนธรรม

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญด้านวัฒนธรรม ได้แก่

4.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ เช่น วัฒนธรรมทางด้านภาษา การแต่งกาย อาหาร วิถีชีวิต การแสดง พื้นถิ่น งานเทศกาล ประเพณีต่างๆ เป็นต้น

4.2 เล็งเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นของบรรพบุรุษ มีความเก่าแก่ ซับซ้อน แสดงถึงองค์ความรู้ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการดำรงชีวิตสืบทอดมาจนถึงคนรุ่นปัจจุบัน เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ในการดำรงชีวิต การไหว้ทักทาย ศิลปะที่มีความละเอียด สวยงามเป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น

4.3 เกิดการอนุรักษ์และดำรงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไม่ให้เกิดการสูญหายไปตามกาลเวลา เช่น การแต่งกาย การละเล่น ประเพณีต่างๆ เป็นต้น

5. ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดกระแสเกี่ยวกับการอนุรักษ์ การดูแลรักษา และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมไม่เสื่อมสลายหรือถูกทำลาย ก่อให้เกิดการนำทรัพยากรไปใช้อย่างระมัดระวัง การมีจิตสำนึกและกระบวนการในการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพเพื่อให้ทรัพยากรเหล่านั้นคงอยู่อย่างยั่งยืน

เมื่อทรัพยากรท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญของการท่องเที่ยว ดังนั้นควรมีการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างยั่งยืน นั่นคือการดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ โดยนำมาใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม ก่อให้เกิดประโยชน์กับบุคคลที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมากที่สุด รวมทั้งรักษาหรือคงสภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไว้ให้นานที่สุด รวมถึงการปรับปรุงแก้ไข และรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และกิจกรรมต่างๆ ให้คงความงดงามและทรงคุณค่าเป็นทรัพยากรของชาติสืบไป พร้อมทั้งใช้ทรัพยากรที่มีในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยือนในท้องถิ่น ซึ่งการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว จำแนกออกได้ดังนี้ (เบญจรัตน์ กันทะอิน, 2554)

1. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีดังนี้

วิธีการในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้ตามธรรมชาติ ได้แก่

1.1 ป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือความเสียหาย เช่น การกำหนดให้บริเวณที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นเขตอุทยานแห่งชาติ ฯลฯ

1.2 การรักษาความสะอาด ควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาด การจัดสถานที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ และการขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวให้ช่วยกันรักษาความสะอาด

1.3 ไม่เปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงทรัพยากรการท่องเที่ยวจนเสียความเป็นธรรมชาติ การสร้างสิ่งก่อสร้างต่างๆ ควรสร้างแต่เฉพาะเท่าที่จำเป็น เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัสกับธรรมชาติที่เป็นจริง

1.4 การออกกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ เพื่อการคุ้มครองทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยรัฐบาลจะต้องออกเป็นกฎหมายหรือข้อบังคับ เช่น ห้ามล่าสัตว์ ห้ามทิ้งขยะ ฯลฯ

1.5 ให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว เช่น ทำคู่มือข้อพึงปฏิบัติแจกให้นักท่องเที่ยว หรือการมีป้ายประชาสัมพันธ์บอกไว้ ฯลฯ

2. การอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

วิธีการในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่

2.1 มีการออกกฎหมายหรือกฎระเบียบเพื่อการคุ้มครองโดยหน่วยงานภาครัฐ เช่น การออกพระราชบัญญัติเกี่ยวกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ จิตรกรรม โดยมีการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน ฯลฯ

2.2 มีหน่วยงานและเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษา เพื่อไม่ให้ถูกทำลายหรือลักลอบขุดหาสมบัติ

2.3 จัดให้มีงบประมาณ เพื่อใช้ในการดูแลรักษาบูรณะซ่อมแซม ซึ่งอาจได้มาจากรัฐบาล องค์กรภาคเอกชน หรือองค์กรระหว่างประเทศ

2.4 มีการศึกษาและสำรวจ เพื่อที่จะได้พบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2.5 มีการดูแลรักษาความสะอาด โดยจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลอย่างเพียงพอ รวมถึงมีสถานที่ทิ้งขยะ มีห้องน้ำเพียงพอ

2.6 ให้การศึกษาแก่ประชาชน โดยเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อปลูกฝังให้เกิดจิตสำนึกและเห็นคุณค่าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการอนุรักษ์ คือ มนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนผู้ที่เป็นเจ้าของท้องถิ่นจะต้องมีความเป็นมิตร มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีที่อาจเป็นเพียงแคร์รอยยิ้มก็สามารถสร้างความสบายใจหรือความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้

2. องค์ประกอบด้านบริการ

การบริการการท่องเที่ยว คือ กิจกรรมการบริการที่หลากหลาย ที่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวได้เสนอให้นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร สินค้า ถือเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

3. องค์ประกอบด้านตลาด

การตลาดทางการท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยว คือ การแสดงออกของอุปสงค์หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการผสมผสานระหว่างสินค้าและบริการให้กลุ่มลูกค้าเกิดการซื้อ

และเติมเต็มความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ดังนั้นการตลาดท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องได้รับการประสานความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่มากมายและหลากหลาย

ตลาดของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ผู้ซื้อ (Buyer) ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนจรทั้งในและต่างประเทศ และผู้ขาย (Seller) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวหรือองค์ประกอบที่ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวได้ใช้เป็นเครื่องมือ เพื่อให้ธุรกิจการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 8 ด้าน หรือ 8P's ได้แก่ (ชาเปีย บุญสนธิ, 2556)

3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวถือว่าเป็นสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้าอื่นๆ ทัวไป แต่เป็นการซื้อความคาดหวัง (Expectation) จากการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวว่าเกิดความรู้สึกแบบใดกับทรัพยากรท่องเที่ยว

3.2 ราคา (Price) การกำหนดราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือธุรกิจ โดยที่การท่องเที่ยวนั้นจะขึ้นอยู่กับ ฤดูกาล ความนิยม และลักษณะของสินค้า เช่น ถ้าหากเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่บนเทือกเขาสูงนักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว ซึ่งจะทำให้ราคาของทรัพยากรท่องเที่ยวมีราคาที่สูงกว่าช่วงฤดูกาลอื่นๆ เป็นต้น

3.3 ช่องทางการจำหน่าย (Place) เป็นวิธีการในการแสวงหากลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการซื้อขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวด้วยรูปแบบต่างๆ ได้แก่

3.3.1 การจัดจำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้า (Direct sale หรือ Business to Customer) โดยใช้เครื่องมือ เช่น การโฆษณาโดยตรง อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ข้อดีของการจำหน่ายแบบนี้คือ ทางสถานที่ท่องเที่ยวไม่ต้องเสียค่านายหน้าเพื่อให้มาช่วยขายผลิตภัณฑ์ และผู้ขายสามารถควบคุมการขายได้ง่าย

ส่วนข้อเสียของการจัดจำหน่ายในรูปแบบนี้ คือ สินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวอาจไม่สามารถขยายตลาดได้อย่างทั่วถึง และผูกขาดกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวนัก

3.3.2 จัดจำหน่ายโดยผ่านตัวกลาง (Business to Business) การจัดจำหน่ายสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยการมีตัวแทนช่วยในการจำหน่าย หรือใช้ผู้อื่นเป็นคนกลางในการจำหน่ายสินค้าและผู้ประกอบการสินค้าจำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

ข้อดีของการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านตัวกลางจะสามารถขยายฐานการตลาดได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายมีความเชี่ยวชาญใน

การหลอกลวง ซึ่งจะทำให้ได้กลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย แต่ข้อเสียเป็นเรื่องของการที่ผู้ประกอบการต้องเสียส่วนแบ่งค่านายหน้าให้แก่ผู้ขาย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น

3.3.3 จัดจำหน่ายโดยแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย (Business to Business to Customer) เป็นการจำหน่ายสินค้าโดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวได้ดำเนินการจัดหาและแต่งตั้งตัวแทนในการจำหน่ายสินค้าขึ้นเพื่อช่วยในการขายแต่เพียงผู้เดียว ภายใต้นโยบาย ขอบเขต และวิธีการขายของผู้ประกอบธุรกิจที่ได้ตกลงทำเป็นข้อตกลงระหว่างบริษัทตัวแทนและผู้ประกอบการ ซึ่งข้อดีของการจัดจำหน่ายโดยแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการทดลองด้านการตลาดที่ไม่ต้องลงทุน แต่อาจเกิดข้อเสียขึ้นหากผู้ดำเนินธุรกิจขาดประสบการณ์และไม่พร้อม จะทำให้เกิดการขาดทุน

3.4 การจัดการส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้า และผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายของธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นการแนะนำสินค้าแก่ลูกค้า ให้ลูกค้าเลือกสินค้านั้นๆ อย่างต่อเนื่อง โดยการอาศัยเครื่องมือในการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ได้แก่

3.4.1 แบบเน้นในตัวสินค้า โดยสร้างความคุ้นเคยในตัวสินค้า เช่น จักรวรรดิ โฆษณา การลดราคา ข้อเสนอพิเศษ เป็นต้น

3.4.2 แบบร่วมกับสินค้าอื่นๆ จัดส่งเสริมการขายโดยร่วมกับสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินแถมโรงแรม หรือ ซื้อตั๋วเครื่องบินแถมข้อเสนออื่นๆ เป็นต้น

3.4.3 แบบเน้นเครื่องหมายการค้า ใช้การโฆษณา บริจาค หรือกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ เพื่อสร้างภาพ เช่น สายการบินสนับสนุนนักกีฬา

3.5 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environmental) คือ บรรยากาศขณะซื้อขายมีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า เช่น หากผู้ประกอบการธุรกิจจัดจำหน่ายการท่องเที่ยวภายในโรงแรมแทนที่จะวางตัวเร่ขายตามท้องถนน ย่อมทำให้โอกาสในการได้รับเลือกซื้อตัวจากลูกค้าย่อมมีสูงกว่า

3.6 กระบวนการซื้อ (Purchasing process) การศึกษาข้อมูลการตลาด เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยวว่ามีกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวอย่างไร ซึ่งอาจมีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ ความรู้สึกนึกคิด ค่านิยมทัศนคติ และกระบวนการเลือกซื้อที่ตั้งใจ

3.7 การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) การรวมสินค้าและบริการท่องเที่ยวหลายๆ อย่างเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างทางเลือกให้แก่ลูกค้า เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

ที่มีลักษณะคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันเข้าไว้ด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการศึกษากระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยวว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนี้ว่ามีความต้องการอย่างไรบ้าง

3.8 ความร่วมมือทางธุรกิจ (Participation) หมายถึง การประสานงานกันทางธุรกิจหรือการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อช่วยเหลือและส่งเสริมกันในการประกอบธุรกิจร่วมกันของผู้ประกอบธุรกิจทั้งสองฝ่าย เช่น การจัดจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่านโรงแรม เป็นการประสานงานกันทางธุรกิจการบินและธุรกิจการโรงแรม เป็นต้น

นอกจากนี้การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ นอกจากจะขึ้นอยู่กับส่วนผสมทางการตลาดแล้ว แนวทางในการส่งเสริมการตลาดให้มีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินการได้ ดังนี้

1. การโฆษณา เป็นรูปแบบการเสนอข่าวสารผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่อสาธารณชนโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ เป็นการเผยแพร่ข่าวสารและดำเนินการที่ต่อเนื่องเพื่อเป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเห็นชอบกับวัตถุประสงค์ของธุรกิจ และเพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีต่อธุรกิจ

3. การส่งเสริมการขาย เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดที่จะทำให้ลูกค้าสนใจสินค้าและบริการ และตัดสินใจซื้อได้เร็วมากขึ้น เช่น การลด แลก แจก แถมสินค้าทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

4. การขายโดยบุคคล เป็นการนำสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือบริการขายไปยังลูกค้าโดยอาศัยพนักงานขาย

เลิศพร ภาระสกุล (นรพล เกตุทัต, 2557) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้ 4 แนวทาง คือ

1. เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ (Geographic) เป็นการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยใช้เขตภูมิภาค เช่น ประเทศ จังหวัด หรือชุมชนที่อยู่อาศัย เป็นเกณฑ์หลักและใช้คุณสมบัติของนักท่องเที่ยวเป็นเกณฑ์ร่วม เนื่องจากมีความแตกต่างกันในทางวัฒนธรรม ระยะทาง รวมถึงความชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งการใช้เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์นี้ช่วยให้ง่ายต่อการเก็บสถิติการท่องเที่ยวของประชากรและประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง

2. เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) เป็นการแบ่งนักท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ภาษา อาชีพ เชื้อชาติ ศาสนา เป็นต้น