

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การออกแบบพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลผาเสวย อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสรุปสาระสำคัญ โดยแบ่งเป็นหัวข้อและมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
4. แนวความคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์และการสร้างอัตลักษณ์องค์กร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ทฤษฎีการใช้วิธีและระบบทางบริหาร กล่าวว่า การใช้ระบบการบริหารเป็นวิธีการในการระดมความร่วมมือที่ง่ายที่สุด เพราะใช้กฎหมายระเบียบแบบแผนในการดำเนินการแต่ผลของการร่วมมือยังไม่มีระบบใดที่ดีที่สุด ระบบการบริหารแบบกระจายอำนาจ คือ เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่มุ่งให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายในการตัดสินใจ

ธงชัย สันติวงษ์ (2539, น. 29) ได้กล่าวถึง การประเมินโครงการว่าระบบการบริหารประกอบด้วย

1. การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning and Decision Making)
2. การจัดองค์กร (Organization)
3. การเป็นผู้นำหรือผู้บริหาร (Leading)
4. การควบคุมกำกับ (Controlling)

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้ให้แนวคิดการบริหารของ Crifin ได้แก่ ด้านการวางแผนและการตัดสินใจ ด้านการจัดองค์กร ด้านการเป็นผู้นำหรือผู้บริหาร และด้านการควบคุมกำกับ

Stephen and Mary (2008, p. 38, อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงษ์) กล่าวว่า การบริหารเป็นกระบวนการทำงานให้สำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลด้วยบุคคล และกระบวนการบริหารมี 4 ประการ คือ

1. การวางแผนจะบอกวัตถุประสงค์และวิธีการที่ดีที่สุด จะบรรลุวัตถุประสงค์ รวมทั้งทรัพยากร และกำลังคนที่ต้องใช้วัดความก้าวหน้าของงาน
2. การจัดการองค์การหลังจากวางแผนแล้ว โครงการจะต้องมีการออกแบบองค์การและจัดคนเข้าทำงานให้เหมาะสมกับงาน เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ
3. การเป็นผู้นำหรือผู้บริหาร เป็นผู้บริหารที่จะทำให้สมาชิกรวมตัวกันเพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์
4. การควบคุมกำกับเป็นหน้าที่สุดท้ายของผู้บริหาร เพื่อให้แน่ใจว่ากิจกรรมที่สมาชิกทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ ซึ่งมี 3 ขั้นตอน คือ
 - 4.1 การตั้งมาตรฐาน
 - 4.2 การวัดการทำงานเปรียบเทียบกับเป้าหมาย
 - 4.3 การแก้ไขปัญหา

2.1.1 หลักการบริหาร

2.1.1.1 หน้าที่ทางการบริหาร (Management function) ซึ่งประกอบด้วยหน้าที่การบริหาร 5 ประการ คือ

- 1) การวางแผน (Planning)
- 2) การจัดองค์การ (Organizing)
- 3) การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding)
- 4) การประสานงาน (Coordination)
- 5) การควบคุม (Controlling)

2.1.1.2 ผู้บริหารจะต้องมีลักษณะพร้อมด้วยความสามารถทางด้านร่างกายจิตใจ ไหวพริบการศึกษาหาความรู้ เทคนิคในการทำงาน และประสบการณ์ต่าง ๆ

2.1.1.3 หลักการบริหาร (Management Principles) ซึ่งมีหลักทั่วไปที่ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับผู้บริหาร 14 ข้อ

- 1) หลักที่เกี่ยวข้องกับจำนวนหน้าที่ และความรับผิดชอบ (Authority and Responsibility)
- 2) หลักของการมีจุดหมายร่วมกัน (Unity of Command)
- 3) หลักของการมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน (Unity of Direction)
- 4) หลักของการอ้างไว้ซึ่งสายงาน (Scalar Chain)
- 5) หลักของการแบ่งงานกันทำ (Division of Work or Specialization)
- 6) หลักเกี่ยวกับมีระเบียบวินัย (Discipline)
- 7) หลักประโยชน์ส่วนบุคคลเป็นรองจากประโยชน์ส่วนรวม

- 8) หลักของการให้ประโยชน์ตอบแทน (Remuneration)
- 9) หลักของการรวมอำนาจไว้ส่วนกลาง (Centralization)
- 10) หลักของความมีระเบียบเรียบร้อย (Order)
- 11) หลักของความเสมอภาค (Equity)
- 12) หลักของความมีเสถียรภาพของการว่าจ้างทำงาน (Sanity of Tenure)
- 13) หลักของความคิดริเริ่ม (Intensive)
- 14) หลักของความสามัคคี (Esprit)

Dale Emest (1969, p. 12, อ้างถึงใน จันทนา สงวนสิทธิ์, 2549, น. 9) กล่าวว่า การบริหารเป็นการจัดการโดยมนุษย์ เป็นการตัดสินใจและเป็นขบวนการรวบรวมและจัดแจง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้

Kast and Rosenzweig (1985, p. 463, อ้างถึงใน จันทนา สงวนสิทธิ์ (2549, น. 9) กล่าวว่า การบริหารเป็นการร่วมมือและประสานงานกันระหว่างมนุษย์และทรัพยากรทางวัตถุอื่น ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และปัจจัยในการบริหารจะต้องมี 4 ประการ

1. วัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้
2. มนุษย์ที่พร้อมและปฏิบัติ
3. เทคโนโลยีในการดำเนินงาน
4. องค์กรที่จะดำเนินงาน

2.1.2 ทรัพยากรการบริหาร

ในการบริหารงานใด ๆ อาจแยกทรัพยากรการบริหารได้เป็น 4 ประเภท ที่เรียกว่า 4 M ได้แก่

2.1.2.1 Man ทรัพยากรมนุษย์ ในองค์กรทุกองค์กรจะไม่เกิดขึ้นถ้าไม่มีมนุษย์ มนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญ ที่จะทำให้เกิดการดำเนินงานได้

2.1.2.2 Money ทรัพยากรในรูปเงินทุน เนื่องจากเงินเป็นค่าตอบแทนที่จะทำให้เราหามนุษย์ที่มีคุณภาพ ได้ใช้จัดหาเทคโนโลยี ซื่อความรู้ ซอฟแวร์ ฉะนั้นองค์กรที่มีเงินมากก็จะประสบความสำเร็จได้มากกว่าองค์กรที่มีเงินน้อย หรือทรัพยากรน้อย

2.1.2.3 Material ทรัพยากรในรูปวัสดุหรือสิ่งของ คือวัสดุสิ่งของ จัดเป็นอุปกรณ์ ต่างๆที่อำนวยความสะดวกในการบริหารอาจมองได้ว่าเป็นเทคโนโลยีการบริหาร รวมทั้งสถานที่ทำงาน

2.1.2.4 Management ความรู้ในการจัดการเป็นความรู้ความสามารถของผู้บริหาร ที่จะดูแลและประสานกิจกรรมต่าง ๆ ให้ดำเนินลุล่วงตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่กำหนด ๆ ไว้

ความรู้ที่เกิดจากการจัดการก็จะมาจากการถ่ายทอด เช่น การอบรม การเล่าบรรยายในหนังสือ เป็นต้น

2.1.3 การบริหาร

ระบบการร่วมมือร่วมใจของมนุษย์ ลักษณะองค์การที่เกิดขึ้นได้ ต้องเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งต้องมีวัตถุประสงค์ มีความสัมพันธ์ที่จะนำไปสู่วัตถุประสงค์ ฉะนั้นต้องมีกระบวนการที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์

2.1.3.1 ความแตกต่างระหว่างบริหารรัฐกิจกับการบริหารธุรกิจ

1) ด้านวัตถุประสงค์ คือ ธุรกิจนั้นหวังกำไร แต่รัฐกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน สร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน

2) ด้านการเป็นเจ้าของกิจการ เช่น บริษัทที่เป็นเจ้าของคนเดียว หรือมหาชนก็จะมีผู้ถือหุ้นเป็นเจ้าของ แต่ด้านหน่วยงานบริหารรัฐกิจก็จะมีประชาชนเป็นเจ้าของ ประชาชนตรวจสอบการทำงานของข้าราชการ มีคนเคยบอกว่าเมื่อก่อนนั้นข้าราชการจะรังแกประชาชน แต่ปัจจุบันนี้ข้าราชการถูกรังแก คือปัจจุบันมีช่องทางการร้องเรียนการทำงานของราชการได้

3) ด้านขนาดของกิจการ ในระบบบริหารรัฐกิจส่วนใหญ่จะเป็นขนาดใหญ่ แต่ด้านธุรกิจจะเป็นขนาดเล็ก แต่ปัจจุบันบริหารธุรกิจมีลักษณะบริษัทข้ามชาติจะมีขนาดใหญ่ เช่น ธุรกิจข้ามประเทศ

4) ด้านผลผลิต (ประเภทของสินค้า)

2.1.3.2 สิ่งแวดล้อมขององค์การสาธารณะหรือสภาพแวดล้อมขององค์การ สาธารณะแบ่งสภาพแวดล้อมออกเป็น 2 ระดับ ประกอบด้วย

1) General Environment สภาพแวดล้อมทั่วไป ดังนี้

1.1) สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social) คุณลักษณะของสังคมในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์การ เช่น

1.1.1) เรื่องวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อในการทำงาน ตัวอย่าง บางครั้งเราอาจเห็นวัฒนธรรมการทำงาน สบาย ๆ มาสายก็ได้ พักนาน ๆ ก็ได้ จนทำให้เรามีคำพูดว่า “ข้าราชการพวกเข้ชามเย็นชาม”

1.1.2) การศึกษา ถ้ามีการศึกษาที่ดี มีความรู้ทำให้สังคมดี แต่ถ้าการศึกษาที่สนใจแค่ปริญญาอย่างเดียว จึงมีการเข้าเรียน ก็จะทำให้สังคมไม่ดี ตัวชี้วัดทางสังคม การศึกษาต้องการให้คนมีคุณภาพ มีความรู้

1.1.3) ภาวะสุขภาพอนามัย เป็นตัวชี้วัดคุณภาพของมนุษย์ที่สำคัญ หากอัตราการเจ็บป่วยมีมาก หรือระบบการรักษาพยาบาลของสังคมไม่มีคุณภาพหรือไม่เพียงพอ ศักยภาพมนุษย์ย่อม

2) Political Environment สภาพแวดล้อมทางการเมือง

2.1) The Public สาธารณะชนทั่วไป คือ ความต้องการสาธารณะที่ประชาชนต้องการที่จะได้รับการบริการ

2.2) Client Group กลุ่มผู้รับบริการแต่ละคนนั้น อาจจะไม่ได้รับความเสมอภาคเพราะว่าบางกลุ่มที่เข้าถึงแหล่งอำนาจก็ได้ประโยชน์มากกว่า

2.3) The Media สื่อมวลชนซึ่งมีหน้าที่ประสานความเข้าใจระหว่างรัฐกับประชาชน สื่อมวลชนมีหน้าที่สร้างความเข้าใจที่ดีแก่ประชาชน

2.4) The Legislature ฝ่ายนิติบัญญัติ ทำหน้าที่ออกกฎหมาย กฎเกณฑ์การบริหารงาน งานสาธารณะขึ้นอยู่กับผู้บริหารเข้าจัดตั้งปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพระราชบัญญัติมากน้อยแค่ไหน

2.5) The Executive บริหารระดับสูง เป็นพวกอำนาจในการกำหนดนโยบายการทำงาน การกระจายอำนาจ เป็นตัวมองภาพรวมปรากฏการณ์ต่าง ๆ ได้ สามารถแก้ปัญหาได้

2.6) The Judiciary กระบวนการยุติธรรมสร้างความยุติธรรมให้แก่ประชาชน กระบวนการยุติธรรมมีหลายรูปแบบ แบบดั้งเดิม แบบสมานฉันท์ เช่น ทนายความ ผู้พิพากษา อัยการ ตำรวจ

2.1.3.3 หน้าที่ผู้บริหารที่สำคัญ (Management Functions)

1) วางแผน (Planning) กำหนดเป้าหมาย กำหนดยุทธวิธี และพัฒนาแผนปฏิบัติการต่าง ๆ ขององค์กร

2) จัดรูปแบบงาน (Organizing) กำหนดภารกิจที่จะต้องกระทำ กำหนดวิธีการดำเนินงานและกำหนดตัวผู้ดำเนินงาน

3) การอำนวยการ (Leading) วินิจฉัยสั่งการ และจูงใจให้ทุกฝ่ายดำเนินงานตามที่กำหนดและคอยแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้น

4) การควบคุมบังคับบัญชา (Controlling) ตรวจสอบผลการดำเนินงานของกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด

2.1.3.4 เป้าหมายสุดท้ายของการบริหารงานสาธารณะ ผลลัพธ์ชั้นปลาย 10 ประการ (Ultimate Outcomes)

1) ความเสมอภาค (การบริหาร)

2) ความเป็นธรรม (การบริหาร)

3) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ตอนนี้ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ครูต้องพกพาปืน 2 กระบอก มิเช่นนั้นก็อาจจะไม่มีชีวิตรอด

- 4) สิทธิและเสรีภาพของประชาชน
- 5) ความทั่วถึงในการให้บริการ
- 6) ความพึงพอใจของประชาชน
- 7) ประสิทธิภาพของหน่วยงานราชการ
- 8) ความพึงพอใจของประชาชน
- 9) ความถูกต้อง/คุณภาพ
- 10) การรักษาผลประโยชน์สาธารณะ ความผาสุก คุณภาพชีวิตของประชาชนโดยรวม ความสำคัญของการบริหารจัดการประปาหมู่บ้านและบำรุงรักษา

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น. 11) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทาง (Travel) เป็นเรื่องของการเดินทางหรือการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่ง โดยใช้พาหนะนำไปการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางและใช้เวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจ เป็นการชั่วคราวโดยมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ใดก็ได้ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น. 13-14) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางแบ่งออกได้ 9 อย่าง ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) หลังจากทำงานหนักต้องการพักผ่อนคลายเครียดจากการทำงาน ดังนั้นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนจึงเป็นสถานที่ที่มีอากาศดี ภูมิประเทศสวยงาม สงบและมีสิ่งเจริญตาเจริญใจเป็นหัวข้อสำคัญ
2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่างๆ ที่น่าสนใจ
3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัย หรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานับเดือน
4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นการเดินทางที่จะไปชมการแข่งขันกีฬา
5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถาน โบราณวัตถุที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โครงกระดูกมนุษย์โบราณ สิ่งของสมัยโบราณ เป็นต้น
6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น ไปวาดรูปบนภูเขา ไปขี่ม้าที่ชายหาด ไปเล่นสกี เป็นต้น
7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตร อันเป็นการสร้างสัมพันธภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น การเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ
8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่ได้จัดเวลาให้เหลือหรือว่างจากการปฏิบัติงานในประเทศนั้นเพื่อถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่อกัน
9. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางเข้าร่วมประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าประชุมได้เที่ยวไปด้วย

การท่องเที่ยว (Tourism) กับการเดินทาง (Travel) สามารถใช้สลับเปลี่ยนกันได้จนบางครั้งดูเหมือนว่าจะเป็นความหมายเดียวกัน แต่ถ้าพิจารณาในเรื่องความหมายและพฤติกรรมแล้ว การเดินทางกับการท่องเที่ยวต่างกัน ในพจนานุกรมการท่องเที่ยว ได้ให้ความหมายการเดินทางว่า “การเดินทางจากสถานที่หนึ่งสู่สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการ และวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่าง ๆ กันหรือบางครั้งเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมาถึงสถานที่เดิม” หรือการเดินทางคือ การออกจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่อื่น ๆ เช่น การเดินทางออกจากบ้านตามปกติและการเดินทางเพื่อไปอาศัยอยู่ที่อื่น (Gee et.al., 1984)

สำหรับความหมายการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมิได้ให้ความหมายคำนี้มากนัก และการให้ความหมายก็แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการศึกษาว่าเกี่ยวข้องกับเรื่องธุรกิจหรือกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลินของมนุษย์ การอธิบายความหมายของการท่องเที่ยวสามารถแยกแยะ ได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ ดังนี้ คือ

1.1 เป็นการเดินทางจากที่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

1.2 เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

1.3 เป็นการเดินทางด้วยจุดประสงค์ใด ๆ มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือสร้างรายได้ (กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545)

2. การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาล ผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่น ๆ (Mcintosh and Goeldner, 1995)

3. การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว (Mill, 1990)

4. การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะเวลาสั้น เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตรหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว (Davidson, 1995) เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุม สัมมนา ฯลฯ (ดู ชุมสาย และญิบพัน พรหมโยธี, 2527)

จากความหมายของบุคคลดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว การที่คนเดินทางออกจากที่พักหรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้น ๆ และคนเหล่านั้นจะทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางต้องการไปเยี่ยมญาติมิตรหรือเดินทางมาท่องเที่ยว

กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545, อ้างถึงใน อารีรัตน์ แดงบุญมา, 2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (AIEST) คือ การท่องเที่ยวที่เป็นผลของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ซึ่งเกิดจากการท่องเที่ยวและการพักของคนที่ไม่ได้อยู่อาศัยในที่นั้นๆ เนื่องจากสิ่งดังกล่าวนี้ ไม่ได้นำไปสู่การอาศัยถาวรและไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหาเลี้ยงชีพ ดังนั้นการท่องเที่ยว (tourism) จึงหมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

กุลวรา สุวรรณพิมล (2548, น. 12-13) กล่าวว่า เพื่อความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น จึงขอทำความเข้าใจความหมายของคำต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้าง แต่สามารถกำหนดได้โดยมีเงื่อนไขที่สำคัญ 3 ประการ ซึ่งเป็นเงื่อนไขตามหลักสากลโดยเฉพาะขององค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ

1.1 ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

1.2 ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

1.3 ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

2. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวซึ่งมักจะมาพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ดังนี้

2.1 เพื่อจัดดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติการกิจที่ได้รับมอบหมาย การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัวและการประชุมต่าง ๆ

2.2 เพื่อเยี่ยมครอบครัวญาติพี่น้อง

2.3 เพื่อราชการ การติดต่องานของราชการ

2.4 เพื่อเข้าประชุมสัมมนา

2.2.2 ประเภทของนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2536, น. 14-19) ได้แบ่งผู้มาท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ๆ ไว้ดังนี้

1. แบ่งตามระยะเวลาการมาท่องเที่ยว สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 นักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน (Tourists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักพิงทัศนศึกษาประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อดูธุรกิจ ร่วมการประชุม สัมมนาและอื่น ๆ

1.2 นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้พักค้างคืน (Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

นอกจากนี้ ยังได้ให้นิยามของนักท่องเที่ยวภายในประเทศค้างคืน (Domestic Tourist) คือ บุคคลทุกชาติที่มีที่พักอาศัยถาวรอยู่ราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่งที่ไม่ใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของตนเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ประชุมสัมมนา ติดต่อดูธุรกิจหรือประกอบภารกิจใด ๆ แต่ทั้งนี้ต้องมีได้รับจ้างในการ

ประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้น และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน บุคคลดังกล่าว จำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศค้างคืน และนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน

2. แบ่งตามเชื้อชาติของผู้มาท่องเที่ยว สามารถแบ่งกลุ่มของผู้มาท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ชาวไทย ส่วนมากเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าอย่างอื่น มีความสนใจซื้อของที่ระลึกไม่ค่อยสูง และไม่คาดหวังในเรื่องการกำหนดทิศทาง (Orientation) ของตัวเองมากนัก เนื่องจากสามารถสอบถามเองได้โดยง่าย และไม่ค่อยคาดหวังในเรื่องเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเท่าใดนัก ซึ่งต่างจากผู้มาท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

2.2 ชาวต่างชาติ มักมีความกระตือรือร้นในการท่องเที่ยว สำหรับวัตถุประสงค์ในด้านการให้ความสำคัญและความสนใจต่อศิลปวัฒนธรรมอย่างมาก เพราะเป็นที่แปลกไปจากที่พวกเขาเคยพบเห็น มีความสนใจการซื้อของที่ระลึก ความคาดหวังในเรื่องการกำหนดทิศทางมากกว่าผู้มาท่องเที่ยวชาวไทย เพราะจะอาศัยการสอบถามเองได้ลำบาก เนื่องจากติดขัดเรื่องภาษา และยังมี ความคาดหวังในเรื่องของเอกลักษณ์ในแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่าชาวไทยอีกด้วย

3. แบ่งตามพฤติกรรมของผู้มาท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

3.1 ผู้มาท่องเที่ยวที่มาโดยลำพัง ได้แก่ ผู้มาท่องเที่ยวที่มีได้ใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยว แต่มาด้วยตนเอง ผู้มาท่องเที่ยวประเภทนี้ได้รับคำแนะนำจากเอกสารการท่องเที่ยว จึงไม่คาดหวังในเรื่องความสะดวกสบายของการเดินทางและการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวมากนัก แต่มักให้ความคาดหวังในเรื่องของการกำหนดทิศทางค่อนข้างสูงและมีความต้องการรู้ทิศทางในแหล่งท่องเที่ยวอย่างมาก

3.2 ผู้มาท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม ได้แก่ ผู้มาท่องเที่ยวที่มีได้ใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยว แต่มาด้วยตนเอง ผู้มาท่องเที่ยวประเภทนี้ได้รับคำแนะนำจากเอกสารการท่องเที่ยว จึงไม่คาดหวังในเรื่องความสะดวกสบายของการเดินทางและการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวมากนัก แต่มักให้ความคาดหวังในเรื่องของการกำหนดทิศทางค่อนข้างสูง และมีความต้องการรู้ทิศทางในแหล่งท่องเที่ยวอย่างมาก

กล่าวได้ว่าประเทศไทย เรามีการใช้คำที่มีความหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาเป็นเวลาช้านาน โดยในระยะแรกๆใช้คำว่า “ไปเที่ยว” หมายถึง การเดินทางไปในที่ต่างๆเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน คำว่า “ท่องเที่ยว” เริ่มมีการใช้มากขึ้นในปี พ.ศ. 2479 และในปี พ.ศ. 2480 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาความหมาย

กรมการพัฒนาชุมชน (2541, น. 2) ของการ “ท่องเที่ยว” มีความหมายเชิงเที่ยวเตร่เหลวไหลได้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2492 สมเด็จพระมหานายกประพันธ์ จึงได้ประทานคำว่า

“ทัศนจักร” ขึ้นมาใช้ทำให้ความหมายของการ “ท่องเที่ยว” เริ่มมีความหมายกว้างขวางขึ้นเมื่อมีการโอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวจากกระทรวงคมนาคมอยู่กรมโฆษณาการค้าว่า “ท่องเที่ยว” ก็จึงมีความหมายไม่ตรงกับ “ไปเที่ยว” หรือ “เที่ยว” หรือ “ทัศนจักร” แต่มีความหมายเป็นการเป็นงานจนเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่งความหมายในเชิงการศึกษาที่นำมาใช้กันมากคือ “ทัศนศึกษา”

กล่าวโดยสรุปคำว่า “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อหาความสนุกสนานการประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้เพื่อการศึกษาเพื่อการศึกษาเพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจน การเยี่ยมเยียนญาติมิตร

2.2.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

กรมการพัฒนาชุมชน (2541, น. 14) กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวถือว่าเป็นธุรกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งเพราะเป็นธุรกิจที่ทำรายได้นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาก่อให้เกิดอาชีพหลายแขนงและเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นวัฒนธรรมประเพณีของชาติ

กุลวรา สุวรรณพิมล (2548, น. 34-35) การท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการทางธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ที่พักแรม อาหาร และเครื่องดื่ม ธุรกิจบริการอื่น ๆ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและหัตถกรรม การก่อสร้าง รวมทั้งกิจการสาธารณูปโภคของรัฐ นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อสังคมในท้องถิ่นที่มีการท่องเที่ยวและยังขยายผลไปถึงระดับประเทศและโลกด้วย ซึ่งสามารถแยกให้เห็นความสำคัญเป็นด้าน ๆ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ

1.1 ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีส่วนช่วยให้ประเทศได้รับรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ และรายได้ดังกล่าวก็มีลักษณะเช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศ แต่เป็นสินค้าออกประเทศ “ไม่เห็นตัวสินค้า” (Invisible Export) ซึ่งมีผลให้การเงินระหว่างประเทศดียิ่งขึ้น เช่น ประเทศเม็กซิโก สเปน ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา และบางประเทศก็สามารถนำเงินมาพัฒนาประเทศจนสามารถทัดเทียมกับประเทศข้างเคียง เช่น อิตาลี ลักเซมเบิร์ก เป็นต้น

1.2 การช่วยให้คนมีงานทำมากขึ้น รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรทั่วประเทศ ดังนั้นภูมิภาคต่าง ๆ ก็มีการพัฒนาเพิ่มขึ้นมีการสร้างสิ่งใหม่เกิดอาชีพใหม่ และมีความต้องการแรงงานจำนวนมาก

1.3 ช่วยให้ฐานะการเงินระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในด้านดุลการชำระเงินดียิ่งขึ้น เพราะรายได้จากนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเป็นไปในการขายสินค้าและบริการภายในประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของชาวไทยที่ท่องเที่ยวภายในประเทศก็มีความสำคัญเช่นเดียวกันในการช่วยลดปัญหาการนำเงินตราออกไปใช้นอกประเทศ

1.4 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และยังก่อให้เกิดการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ และการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบมากนัก

1.5 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เป็นตัวนำให้เกิดการลงทุนในหมวดอุตสาหกรรมอื่นๆ รวมทั้งการพัฒนาแถบภูมิภาคของรัฐบาลในด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ทั้งสาธารณูปโภค ถนนหนทาง การประปา การติดต่อสื่อสาร ไฟฟ้า เป็นต้น

2. ความสำคัญต่อสังคมและวัฒนธรรม

2.1 ช่วยให้สภาพแวดล้อมของท้องถิ่นดีขึ้น หากสถานที่ใดมีปัญหาในเรื่องเกี่ยวกับสภาพความเสื่อมโทรม ความสกปรก หรือความไม่ปลอดภัย ก็จะไม่เป็นที่ประสงค์ที่นักท่องเที่ยวจะเดินทาง เพราะนักท่องเที่ยวประสงค์จะไปสัมผัสสภาพธรรมชาติของท้องถิ่นความสะอาดสบายที่พอควรและมีความปลอดภัย

2.2 ช่วยให้ประชาชนได้เห็นความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละท้องถิ่นที่เดินทางไปถึง ซึ่งเปรียบเสมือนการทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนและมีส่วนในการเสริมสร้างสัมพันธไมตรีความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของประเทศและผู้มาเยือน เช่น การให้การต้อนรับตามประเพณีไทย การช่วยเหลือนักท่องเที่ยว การจัดเทศกาลประเพณีต่าง ๆ นอกจากนี้การท่องเที่ยวทำให้ได้รับทราบถึงอารยธรรมที่แตกต่างออกไป ขณะเดียวกันผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นก็ได้รับทราบถึงสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่เดิมทางไปมีพฤติกรรมหรืออารยธรรมเป็นเช่นไร เพื่อนำเอาส่วนที่ดีมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

2.3 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างเหลื่อมล้ำระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบท เป็นการลดปัญหาการย้ายถิ่นที่อยู่อพยพเข้ามาหางานทำ หรือเสี่ยงโชคในเมืองใหญ่ๆของประชาชนจากชนบท

ฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวมีส่วนเสริมสร้างฐานะและพัฒนาความก้าวหน้าให้กับประเทศ ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมประเพณี

2.2.4 แรงกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว

วรินดา เจริญรัตน์ (2549, น. 14) กล่าวว่า แรงกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวของคนในยุคปัจจุบัน ส่วนใหญ่เกิดจากความรู้สึกเบื่อหน่ายชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากและความไม่แน่นอนกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคม คนจำนวนมากในปัจจุบันอยู่ในโลกที่เต็มไปด้วยการผลิตซ้ำ โดยเฉพาะการพิมพ์และการถ่ายภาพพลาสติกและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คนเมืองจำนวนมากจึงเชื่อว่าโลกที่พวกเขาอยู่นั้นไม่มีความเป็นของแท้เอาเสียเลย เพราะฉะนั้นความเป็นของแท้จึงจะอยู่ที่อื่น ๆ นอกเหนือจากชีวิตสมัยใหม่ในเมือง แรงกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว มี 4 ประเภท ซึ่งได้แก่

1. แรงกระตุ้นทางกายภาพ (Physical Motivator) เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความปรารถนาในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนคลายทางด้านกายภาพ เช่น กิจกรรมทางด้านกีฬา หรือ พักผ่อนร่างกาย

2. แรงกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural Motivators) เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความปรารถนาในการเดินทางเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของคนในสถานที่นั้น เช่น ความเป็นอยู่ของชาวพื้นเมือง โบราณสถาน ประเพณี และการละเล่นต่าง ๆ

3. แรงกระตุ้นเฉพาะภายในบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความปรารถนาในการเดินทางเพื่อเหตุผลเฉพาะบุคคล เช่น การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง หรือพบเพื่อนใหม่ๆ เพื่อหาความคิดเห็นใหม่ ๆ

4. แรงกระตุ้นทางสถานภาพและเกียรติยศ (Status & Prestige Motivators) เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความปรารถนาในการเดินทางเพื่อสถานภาพและเกียรติยศของบุคคลอยู่ในลักษณะเป็นการเดินทางเพื่อการดูงาน ประกอบธุรกิจ และเลื่อนชั้นทางอาชีพ แต่มิใช่เพื่อหารายได้

2.2.5 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วิรินดา เจริญรัตน์ (2549, น. 17) กล่าวว่า จากแรงกระตุ้นในการเดินทางที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้มาท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความอยากรู้อยากเห็น เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ ได้แก่ วัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างออกไป ทั้งทางด้านการเมือง ด้านสมาคมและบุคคล ด้านลักษณะพิเศษของสภาพธรรมชาติ ปราภฏการณ์ กล่าวคือ การได้รับรู้เรื่องราวที่แตกต่างไปจากที่ตนเองเคยได้รับรู้นั่นเอง

2. การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความต้องการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเป็นการผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน ได้แก่ การไปเล่นกีฬาประเภทต่าง ๆ การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริเวณที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ งานศิลปะ และการดนตรี หรือความบันเทิงอย่างอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวตามสวนสนุก สวนสัตว์ บาร์ ผับ และการจับจ่ายซื้อของไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของผู้มาท่องเที่ยวเอง

3. การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความสนใจทางด้านศาสนาและไสยศาสตร์ ซึ่งได้แก่ การเจริญแสวงบุญ การนมัสการศาสนสถาน หรือเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงที่ผู้มาท่องเที่ยวนับถือ รวมถึงการท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือศาสนาและกิจกรรมทางศาสนา

4. การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากอาชีพและธุรกิจของผู้มาท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจค้นคว้า การประชุม การสัมมนา การดูงาน การศึกษา ซึ่งเปรียบเสมือนการเดินทางทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้หรือเพื่อเป็นเกียรติและศักดิ์ศรีของผู้มาท่องเที่ยวเอง

5. การท่องเที่ยวที่เกิดจากสาเหตุอื่น ๆ เช่น การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง เพื่อนฝูงในต่างถิ่น มักเกิดขึ้นในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันเทศกาลต่าง ๆ

2.2.6 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนเกิดจากสาเหตุ 3 ประการ ดังนี้

2.2.6.1 การท่องเที่ยวในวันหยุดพัก เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร

2.2.6.2 การท่องเที่ยวทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อไปประชุม สัมมนา ฯลฯ

2.2.6.3 การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศึกษา การรักษาสุขภาพ การเล่นกีฬา การศาสนา ฯลฯ

จากความหมายของบุคคลดังกล่าวผู้วิจัยสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวการเดินทางเพื่อสำรวจค้นคว้า การประชุม การสัมมนา การดูงาน การศึกษา ซึ่งเปรียบเสมือนการเดินทางทัศนศึกษา เพื่อเพิ่มพูนความรู้หรือเพื่อเป็นเกียรติและศักดิ์ศรีของผู้ท่องเที่ยวเอง

2.2.7 แหล่งท่องเที่ยว

วรินดา เจริญรัตน์ (2549, น. 18) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่โดยธรรมชาติก่อนต่อมาก็มีการพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ เป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง เรียกว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourist Industry) และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่อย่างมากมายจนสามารถแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะการกำเนิดตามระยะเวลาที่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น และตามทรัพยากรการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

1. ลักษณะการกำเนิดแหล่งท่องเที่ยว แบ่งแหล่งท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 แบ่งตามลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์มิได้จัดสร้างขึ้น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน วิทยาศาสตร์ และทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น อาจมีจุดประสงค์เพื่อศึกษา หรือเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจก็ได้ เป็นแหล่งที่ดึงดูดผู้มาท่องเที่ยวได้เช่นกัน ได้แก่ ศูนย์การค้าสถานเริงรมย์ สวนสัตว์ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์

2. ระยะเวลาที่แหล่งท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวถาวร คือ แหล่งท่องเที่ยวที่กิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นตลอดปี แต่อาจมีช่วงที่ผู้มาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น ในวันหยุดพิเศษ วันนักขัตฤกษ์ ซึ่งเป็นได้ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางประวัติศาสตร์

2.2 แหล่งท่องเที่ยวชั่วคราว คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นเฉพาะวัน หรือเฉพาะช่วงระยะเวลาสั้น ๆ มักจะเป็นวันที่มีการเฉลิมฉลองหรือวันที่มีเทศกาล

ต่างๆอาจเป็นวันสำคัญทางศาสนา การแข่งขัน การประกวดหรืออื่น ๆ เช่น เทศกาลหุ่นฟางนก จังหวัดชัยนาท เทศกาลหมุย่างจังหวัดตรัง เทศกาลแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี และเทศกาลบุญบั้งไฟจังหวัดยโสธร เป็นต้น

3. แบ่งตามลักษณะ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

3.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ สถานที่ที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ถ้ำ บ่อน้ำพุร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์เปิด อุทยานแห่งชาติ วนอุทยานสวนรุกชาติ ทะเล หาดทราย หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

3.2 แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ได้แก่ วัดโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน ศาสนสถาน กำแพงเมือง อนุสาวรีย์สถาน และคูเมือง

3.3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ได้แก่ งานประเพณีความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืชผัก ผลไม้ และเหมือง

3.4 แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้แก่ สถานเริงรมย์ ศูนย์การค้า ตลาดนัด และศูนย์จำหน่ายสินค้าพื้นเมือง เป็นต้น

2.2.8 ระบบการท่องเที่ยว

ระบบการท่องเที่ยวที่สำคัญ จำแนกแบ่งได้เป็น 3 ระบบ ดังนี้

2.2.8.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) อันประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะหมายถึงสภาพทางกายภาพของทรัพยากรซึ่งอาจจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น

มนัส สุวรรณ (2538) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวจัดเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง พื้นที่ สิ่งของ กิจกรรม และ/หรือมิติอื่นใดที่สามารถให้คุณค่าเชิงการท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ เป็นต้น แก่นักท่องเที่ยวทั้งนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถปรากฏได้ทั้งในลักษณะของรูปธรรมที่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง เช่น สิ่งก่อสร้าง ของที่ระลึก ถ้ำ และน้ำตก เป็นต้น และในลักษณะของนามธรรมที่ไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้องแต่สามารถสัมผัสได้ด้วยทางอื่น เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา ความเป็นชนเผ่า และการเล่นการแสดงพื้นบ้าน

วรรณ วรชวีนิช (2539) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็น

สถานที่ท่องเที่ยวกิจกรรมขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

2.2.8.2 การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

2.2.8.3 การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งรวมถึงกิจกรรมรูปแบบหรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าการท่องเที่ยวต้องมีการเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเดียวกับการท่องเที่ยว แต่การเดินทาง รวมถึงการออกจากที่พักเพื่อการประกอบอาชีพ และตั้งถิ่นฐานใหม่อย่างถาวร ดังนั้นความหมายของการเดินทางจึงกว้างกว่าการท่องเที่ยว แต่คำทั้งสองก็ใช้แทนกันได้จนดูคล้ายเป็นความหมายเดียวกัน

2.3 แนวคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

2.3.1 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ความหมายของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นั้น ได้มีนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวได้ให้ทัศนะไว้หลากหลาย ดังต่อไปนี้

มนัส สุวรรณ (2538, น. 128) กล่าวว่า iva การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบผลสำเร็จมีสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาประเมินประกอบการตัดสินใจในการพัฒนา ได้แก่ ความปรารถนาของผู้ท่องเที่ยวความสามารถในการใช้บริการของผู้ท่องเที่ยวความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง และความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ประกอบด้วยความสามารถที่จะรับได้เชิงกายภาพ ความสามารถที่จะรับได้เชิงสังคมและความสามารถที่จะรับได้เชิงนิเวศวิทยา

นิคม จารุมณี (2536, น. 68) กล่าวถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่าการที่จะสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ที่ไม่น่าสนใจให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้นจะต้องคำนึงถึงจุดสำคัญในด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติทั้งในแง่กายภาพหรือภูมิภาคตำแหน่งที่ตั้ง หรือชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายไปสู่โลกภายนอก

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบผลสำเร็จต้องประกอบด้วยความสามารถในการใช้บริการของผู้ท่องเที่ยวความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึงและความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายไปสู่โลกภายนอกการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามหลักทางวิชาการ นั้นไม่ใช่เพียงการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม

ให้ดีขึ้นเท่านั้นแต่ยังเป็นการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีสภาพดีอยู่แล้วให้ดีขึ้นกว่าเดิมด้วยจึงต้องมีขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น. 28)

1. ขั้นการจัดแบ่งเขตพื้นที่ในทรัพยากรการท่องเที่ยว
2. ขั้นการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตของทรัพยากรท่องเที่ยว
3. ขั้นการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเสริมในทรัพยากรท่องเที่ยว
4. ขั้นการประเมินขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว
5. ขั้นการให้การศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมแก่เจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่ทรัพยากรท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในทรัพยากรท่องเที่ยว
6. ขั้นการจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการรู้
7. ขั้นการจัดหางบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวไว้ให้เพียงพอการวางแผนเป็นลักษณะของการทำงานร่วมกันจากหลากหลายสาขาซึ่งเรียกว่า “สหสาขาวิชา”

ทั้งนี้การวางแผนเป็นเรื่องที่มนุษย์ต้องการรู้ “อนาคต” จะเกิดขึ้นเพื่อสร้างสภาวะแวดล้อมให้มีความเหมาะสม สามารถรับมือกับผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งอาจจะเป็นส่วนที่เป็นคุณประโยชน์หรืออาจเป็นการลดการเสียประโยชน์ก็ได้โดยการวางแผนนั้นมักปรากฏอยู่เสมอแม้กระทั่งในชีวิตปกติประจำวันของมนุษย์ที่อาจมีการวางแผนสำหรับชั่วโมงข้างหน้าในวันนี้พรุ่งนี้เดือนหน้าปีหน้าเป็นต้น สำหรับการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับผู้คนจำนวนมาก และเกี่ยวข้องกับผลได้ผลเสียขององค์กรขนาดใหญ่การวางแผนก็จะมีกระบวนการและระยะเวลายาวนานขึ้นเพื่อที่จะมองอนาคตให้ยาวขึ้นชัดเจนขึ้นเช่นการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติระยะต่าง ๆ ซึ่งกำหนดไว้ครั้งละ 5 ปี เป็นต้น เนื่องจากการวางแผนนั้นปรากฏอยู่ในทุกศาสตร์ทุกสาขา จุดประสงค์ต่างๆของการวางแผนจึงสามารถจำแนกได้ คือ ประการแรกการวางแผนเพื่อแก้ปัญหาที่มีอยู่ประการที่สองการวางแผนเพื่อกำหนดอนาคต และประการที่สามการวางแผนที่เป็นการเรียนรู้และปรับตัวของสังคมให้เท่าทันกับสภาพสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว

มานพ พงศทัต (2545, น. 21) กล่าวไว้ว่า การวางแผนนั้นเป็นการเตรียมการเดินทางสู่อนาคตบนเส้นทางที่เห็นพ้องต้องกันว่าดีที่สุดมีความเหมาะสมกับทรัพยากรเทคโนโลยีสังคมวัฒนธรรมงบประมาณที่มีอยู่ โดยวิธีการที่อาจเรียกได้ว่าเป็น “การศึกษาอดีตเรียนรู้ปัจจุบันเพื่อสร้างอนาคต” การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน

ประเทศไทยถูกจัดว่าเป็นสาขาทางเศรษฐกิจหลักสำคัญที่สร้างรายได้เข้าประเทศได้เป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดการหมุนเวียนและกระจายรายได้สู่ภูมิภาครวมทั้งส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวาง

อย่างไรก็ตามการพัฒนากองทุนที่เกี่ยวข้องโดยมุ่งหวังที่จะให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผนการพัฒนาอย่างรอบคอบชัดเจน เนื่องจากอุตสาหกรรมกองทุนเกี่ยวข้องมีส่วนสัมพันธ์กับทรัพยากรต่างๆทั้งด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีจนถึงวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมกองทุนเกี่ยวข้องย่อมส่งผลต่อสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการวางแผนพัฒนากองทุนที่เกี่ยวข้องจึงเป็นกระบวนการสำคัญและจำเป็นในการกำหนดกรอบทิศทางขั้นตอนและเป้าหมายการพัฒนากองทุนที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันมิให้การพัฒนากองทุนเกี่ยวข้องเป็นไปตามยถากรรม และส่งผลเสียต่อสังคมในที่สุดกระบวนการวางแผนพัฒนากองทุนเกี่ยวข้องส่วนใหญ่จะมีกระบวนการไม่แตกต่าง

2.3.2 กระบวนการวางแผนพัฒนากองทุนเกี่ยวข้อง

กระบวนการวางแผนพัฒนากองทุนเกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่

2.3.2.1 การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและการสำรวจภาคสนามสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นใหญ่ ๆ คือ ประเด็นที่หนึ่งสภาพกายภาพและข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ ได้แก่ ที่ตั้งและเขตการปกครองสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศทรัพยากรธรรมชาติ ลักษณะการใช้ที่ดินข้อมูลด้านประชากรการจ้างงานประชากรที่สองทรัพยากรกองทุนเกี่ยวข้องควรประกอบด้วย ด้านธรรมชาติด้านประวัติศาสตร์และด้านวัฒนธรรมประชากรที่สามตลาดการกองทุนเกี่ยวข้องควรประกอบด้วย ผู้มาเยือน ที่มาของผู้มาเยือน พาหนะที่ใช้เดินทางแหล่งกองทุนเกี่ยวข้อง และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบ โครงสร้างผู้มาเยี่ยมเยือนการกระจายตัวของผู้เยี่ยมเยือนในแต่ละช่วงเวลาแต่ละสถานที่ ประการที่สี่ความพร้อมทางการกองทุนเกี่ยวข้องควรประกอบด้วย ระบบโครงข่ายการคมนาคมในพื้นที่และพื้นที่ที่เกี่ยวข้องระบบขนส่งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานเช่นระบบไฟฟ้าประปาโทรศัพท์ระบบกำจัดขยะและความพร้อมของเมืองด้านต่าง ๆ เช่น ร้านค้าร้านอาหารโรงพยาบาล เป็นต้น ซึ่งข้อมูลทั้ง 4 ประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นอาจมีวิธีการรวบรวมที่แตกต่างกันออกไปได้นอกจากนี้ยังมีวิธีการรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจการสังเกตการณ์และการออกแบบสอบถามเช่นการสำรวจแหล่งกองทุนเกี่ยวข้องการใช้แบบสอบถามด้านตลาดการกองทุนเกี่ยวข้องการสัมภาษณ์หรือการสังเกตการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2.3.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นขั้นตอนการนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้จากขั้นตอนแรกมาจัดทำเป็นคำบรรยายแผนภูมิแผนที่ตารางเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงสภาพพื้นที่ในแง่มุมต่างๆ และเนื่องจากการวางแผนพัฒนากองทุนเกี่ยวข้องเกี่ยวข้องกับการวางแผนด้านกายภาพ ดังนั้นการวิเคราะห์โดยใช้แผนที่จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่สำคัญเนื่องจากข้อมูลดิบที่ถ่ายทอดลงแผนที่นั้นนอกจากจะบ่งบอกถึงความสัมพันธ์กันในแง่ของขนาด และจำนวนแล้วยังบอกถึงความสัมพันธ์ในแง่

ของทิศทางที่ตั้งการกระจายตัวอีกด้วย ซึ่งเทคนิคการวิเคราะห์อื่น ๆ ไม่สามารถทำได้สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลนี้จะนำไปสู่คำตอบหรือภาพรวมของพื้นที่ในแต่ละหมวดว่าเป็นอย่างไร ได้แก่ หมวดสภาพกายภาพและข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ หมวดทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งพิจารณาในแง่คุณค่าและความพร้อมในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยววันั้น ๆ หมวดตลาดการท่องเที่ยวและหมวดความพร้อมทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.3.2.3 การกำหนดประเด็นปัญหา เป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งจะทำให้ผู้วางแผนมองเห็นภาพรวมในด้านต่าง ๆ อันจะนำไปสู่การกำหนดประเด็นปัญหาด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่หรืออาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต เช่น ปัญหาความไม่พร้อมของพื้นที่ในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวปัญหาด้านการคมนาคมขนส่งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการขาดระบบกำจัดขยะและน้ำเสีย โดยในการกำหนดประเด็นปัญหาอาจมีเกณฑ์การพิจารณาอย่างกว้าง ๆ 5 ประการ คือ ขนาดของปัญหาความร้ายแรงของปัญหาความเร่งด่วนของปัญหาขนาดของกลุ่มพื้นที่หรือกลุ่มคนที่มีปัญหารวมถึงการยอมรับประเด็นนั้น ๆ ว่าเป็นปัญหา ทั้งนี้ในการวางแผนในเรื่องใดก็ตามย่อมมีปัญหามากมาย สิ่งสำคัญประการหนึ่ง คือ การมองหาความเชื่อมโยงของปัญหาแต่ละประเด็นว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร ปัญหาที่ 1 ก่อให้เกิดปัญหาที่ 2 หรือส่งผลถึงปัญหาที่ 3 อย่างไร เป็นต้น ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะช่วยให้ผู้วางแผนสามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่าง ๆ ได้ เมื่อทราบถึงประเด็นปัญหาแล้วสิ่งที่ควรวิเคราะห์ต่อไป คือ การพิจารณาความได้เปรียบเสียเปรียบทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นการนำเอาจุดเด่นจุดด้อยของตนไปเปรียบเทียบกับผู้อื่นโดยพิจารณาในภาพรวมว่าจะมีความสามารถในการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวในที่อื่น ๆ อย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนแนวทางกลยุทธ์ในการส่งเสริมด้านการตลาดต่อไป

2.3.2.4 การกำหนดนโยบายวัตถุประสงค์ เป้าหมายในที่นี้หมายถึงนโยบาย คือ แนวทางการพัฒนาอย่างกว้าง ๆ เป็นกรอบการดำเนินการที่จะไม่ระบุในรายละเอียดการกำหนดนโยบายคือการตอบคำถามว่า “จะทำอะไรในการพัฒนาการท่องเที่ยว” เช่น กำหนดนโยบายว่า “มุ่งเน้นการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและรักษาเอกลักษณ์ชุมชน” ส่วนวัตถุประสงค์ คือ ความมุ่งหมายที่ต้องการหรือผลที่ต้องการให้เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากนโยบายที่กำหนดไว้ การกำหนดวัตถุประสงค์คือการตอบคำถามว่าตั้งนโยบายนั้นไว้ “เพื่ออะไร” เช่น กำหนดนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวว่า “มุ่งเน้นการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและรักษาเอกลักษณ์ชุมชน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ “ดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่” และเป้าหมายเป็นการถอดวัตถุประสงค์ ซึ่งมีลักษณะค่อนข้างเป็นนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรมที่วัดได้ซึ่งสามารถกำหนดได้ในหลายลักษณะได้แก่การกำหนดเป้าหมายในเชิงปริมาณเป็นการตอบคำถามว่า “เท่าไร” การกำหนดเป้าหมายที่เป็นพื้นที่หรือบริเวณเป็นการตอบคำถามว่า “ทำที่ไหน” การกำหนดเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนเป็นการตอบคำถามว่า “ทำให้ใคร” การกำหนดเป้าหมายเป็นเวลาเป็นการตอบคำถามว่า “ทำเมื่อไหร่”

2.3.2.5 การกำหนดแผนงาน หรือโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการวางแผนเป็นขั้นตอนที่จะต้องกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการดำเนินการพัฒนาตามกรอบนโยบายวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้วางไว้โดยใช้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รวบรวมไว้ให้เป็นประโยชน์ซึ่งจะเป็นการพิจารณาในรายละเอียดของโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ กล่าวโดยสรุปประการแรกคือ ควรมีการกำหนดโครงการระยะสั้นระยะยาว โครงการระยะสั้นเป็นโครงการในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงการลงทุนต่ำและได้ผลเร็ว หรือเป็นโครงการที่มีความจำเป็นเร่งด่วนสำหรับโครงการระยะยาวจะเป็นโครงการที่มีการลงทุนสูงให้ผลระยะยาว ประการที่สองควรมีกำหนดแผนงานหรือโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวควรพิจารณาให้ครอบคลุมทั้งด้านตัวแหล่งท่องเที่ยวการพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งมีประเด็นสำคัญคือการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระบบการสื่อความหมายในแหล่งและการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงแผนงานหรือโครงการด้านการพัฒนาการตลาด ประการที่สามควรมีกำหนดแผนงานหรือโครงการเพื่อพัฒนาสาธารณูปโภคสาธารณูปการต่าง ๆ ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมดั้งเดิมของพื้นที่ได้มาตรฐาน และมีความเพียงพอต่อความต้องการในปัจจุบันและอนาคตและประการสุดท้ายควรมีกำหนดแผนงานหรือโครงการต่าง ๆ ต้องเป็นการเพิ่มพูนคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในด้านอนุรักษ์และปรับปรุงให้ดีขึ้นรวมทั้งได้รับการยอมรับเห็นชอบจากประชาชนทุก ๆ ระดับ

จากความหมายของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไม่มีสภาพเสื่อมโทรมหรือที่เป็นพื้นที่ที่ไม่น่าสนใจให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เข้ามาเยี่ยมชมหรือมีความสนใจที่เข้ามาทัศนศึกษา ดูงาน และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

2.3.3 องค์ประกอบการท่องเที่ยว

เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ

วรรณ วรควาณิช (2539) ได้นำเสนอองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้ 7 องค์ประกอบ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของธุรกิจท่องเที่ยว ประกอบด้วยลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ส่วนที่หนึ่ง ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภทว่าแต่ละประเภท มีลักษณะนักท่องเที่ยวอย่างไร โดยจำแนกตามลักษณะเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติหรือสัญชาติ ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะนักท่องเที่ยวมีผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวลักษณะต่าง ๆ ก็มีความสนใจที่จะท่องเที่ยวตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวไม่เหมือนกันส่วนที่สองการกระจายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามานั้นมา

จากประเทศใดบ้างมีจำนวนมากน้อยเพียงใด และนิยมไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดเพราะเหตุใด ส่วนที่สามกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเพราะเหตุใดซึ่งอาจมีเหตุผลการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อการประชุมการพักผ่อนหย่อนใจการแข่งขันกีฬาการเจรจาธุรกิจ หรือเยี่ยมญาติส่วนที่สี่ฤดูกาลท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในฤดูใดมาก ฤดูใดน้อย เพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาส่งเสริมการท่องเที่ยวตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่วนที่ห้าทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต่อประเภทที่ตนไปเที่ยวว่าเป็นอย่างไร ทั้งในแง่บวกและลบเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

2. สินค้าท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว ต้องเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น มีลักษณะเฉพาะมีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่าง ๆ หลากอย่างที่ทำให้ความรู้ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น มีสิ่งที่น่าสนใจ ด้านโบราณคดีประวัติศาสตร์สถาบันทางเมือง หรือการศึกษาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอนุสาวรีย์และสิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ ด้านวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้น ๆ เช่น ประเพณีขนบธรรมเนียมศิลปะต่าง การละเล่นพื้นเมืองอาหารและหัตถกรรมต่าง ๆ ด้านทิวทัศน์หรือทัศนียภาพต่าง ๆ เช่น ภูเขา แม่น้ำ น้ำตก ทะเล ป่าไม้ สัตว์ป่า และอุทยานแห่งชาติ ด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ เช่น การแข่งขันกีฬาการแสดงต่าง ๆ สวนสนุก สวนสัตว์ ชีวิตยามราตรี สวนเกษตร การป็นหน้า และกาสิโน และด้านความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศเย็นสบาย ไม่ร้อนจัด และหนาวจัด

3. การคมนาคมขนส่ง นับเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวดำเนินต่อไปได้ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับเทคโนโลยีขนส่งที่ก้าวหน้าไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ ต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว (Kaiscr, 1978) ได้แก่

3.1 รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง ตามลักษณะของการประกอบการและตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

3.2 การคมนาคมขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวสภาพการเดินทางสะดวกปลอดภัยรวดเร็วและมีมาตรฐานดีมากน้อยเพียงใด

3.3 การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบและมาตรฐานของการคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว มีจำนวนเพียงพอหรือไม่ คุณภาพและมาตรฐานของยานพาหนะตลอดจนความสะดวกและปลอดภัย

3.4 แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น เป็นหมู่คณะกลุ่มเล็ก หรือกลุ่มใหญ่ ยานพาหนะที่ใช้เป็นของส่วนตัวหรือสาธารณะ

3.5 บริเวณ หรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการใช้ยานพาหนะประเภทนั้น ๆ เช่น สถานีขนส่ง หรือบริการต้นทางระหว่างทางและปลายทาง

3.6 รูปแบบหรือปัญหาจราจรตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ กรุงเทพมหานคร เป็นปัญหาสำคัญทั้งต่อคนในกรุงเทพมหานครและนักท่องเที่ยว

4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ เพื่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แก่ นักท่องเที่ยวเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมาก เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแผนที่และเอกสารแนะนำต่าง ๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวการส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ ๆ อบรมการนำเที่ยว หรือมีคณาจารย์รายละเอียดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยวอีกประการหนึ่ง คือ การบริการประกอบด้วยที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่สะอาดปลอดภัยราคาเหมาะสมอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาด สะดวกสบาย และเหมาะสมกับสถานที่ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง

5. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมืองต้องมีการคำนึงถึงมากที่สุด อาจจะทำได้หลายอย่าง ได้แก่ การแนะนำเจ้าของท้องถิ่นให้ช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อนการแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องการป้องกันและระมัดระวังตน เพื่อมิให้ได้รับอันตรายในด้านต่าง ๆ การกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวการขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการอำนวยความสะดวกปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวการจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือและให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวการระเบียบพิธีการเข้าเมือง เช่น การทำวีซ่า และศุลกากรการขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสารการบริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานีขนส่งกับที่พัก และการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ แก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่งและท่าอากาศยาน

6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐานต้องมีเพียงพอตามความจำเป็นที่จะสนับสนุนความสะดวกและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอีกทั้งต้องเอื้อประโยชน์ต่อสาธารณชนจึงทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาศักยภาพเพิ่มขึ้น ได้แก่ การไฟฟ้ามีเพียงพอและใช้การได้ดีไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการและให้บริการรวมทั้งความปลอดภัยด้วยการประปาสะอาดถูกหลักอนามัย และมีปริมาณเพียงพอแก่การบริการการสื่อสารโทรเลขโทรสารสะดวกรวดเร็ว และปริมาณของหน่วยบริการเพียงพอความสามารถในการกำจัดขยะ และสิ่งปฏิกูลตลอดจนสถานพยาบาล และโรงพยาบาลต่าง ๆ ทันสมัยสะดวกรวดเร็วปลอดภัย

7. การสนับสนุนอื่น ๆ เป็นการเพิ่มความความสะดวกสบายให้แก่ นักท่องเที่ยว เช่น การเงินการธนาคารระเบียบต่าง ๆ ของสถานที่ หรือแหล่งค้นคว้าความร่วมมือระหว่างประเทศ

ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีต่อกัน ชูลิทธิ์ ชูชาติ (2538, น. 27) กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวว่าประกอบไปด้วย

7.1 สิ่งดึงดูดใจซึ่งเกิดจากสถานที่และเหตุการณ์

7.2 สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ตลอดจนการเข้าถึงต้องมีระบบการขนส่งประกอบด้วยเส้นทางพาหนะ และผู้ประกอบการ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น. 45-46) กล่าวว่า การที่จะให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใด ๆ ก็ตาม ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ

7.2.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจเช่นความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมโบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

7.2.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้ประทับใจ เช่น บริการด้านน้ำประปา ไฟฟ้าการสื่อสารการขนส่งที่พักอาหารนำเที่ยวแลกเปลี่ยนเงินตราสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

7.2.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึงต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น. 48) กล่าวว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. ทรัพยากรท่องเที่ยว ต้องมีสิ่งดึงดูดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมสถานที่นั้น ๆ

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางขนส่งเข้าถึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและประทับใจ

Swarbrooke (1999) และ Mill and Morrison (1992) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบไปด้วย

1. นักท่องเที่ยวที่ต้องการหาประสบการณ์และความพึงพอใจโดยแสวงหา และเลือกแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อสนองความพึงพอใจ

2. ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าและให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว นักธุรกิจจะเห็นว่า

นักท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการหาผลประโยชน์จากการจัดเตรียมผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. หน่วยงานราชการในท้องถิ่นหรือในพื้นที่ จะมองว่านักท่องเที่ยวช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นช่วยสร้างรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่น

4. ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นจะมองการท่องเที่ยวเป็นวัฒนธรรม และนำมาซึ่งการจ้างงาน การที่มียกนักท่องเที่ยวเข้ามาในท้องถิ่นจำนวนมากอาจให้ทั้งผลประโยชน์และผลเสียต่อท้องถิ่น

McIntosh and et. al. (1986) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วยส่วนต่างดังนี้

1. นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะค้นหาประสบการณ์และความพึงพอใจ โดยจะแสวงหาและเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อสนองความพึงพอใจ

2. ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าและให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว นักธุรกิจจะเห็นว่านักท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการหาผลประโยชน์จากการจัดเตรียมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. หน่วยงานราชการในท้องถิ่นหรือในพื้นที่หน่วยงานราชการในท้องถิ่นจะมองว่านักท่องเที่ยวช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น

4. ชุมชนท้องถิ่นประชาชนในท้องถิ่นจะมองการท่องเที่ยวเป็นวัฒนธรรม และนำมาซึ่งการจ้างงานการที่มียกนักท่องเที่ยวเข้ามาในท้องถิ่นจำนวนมากอาจให้ทั้งผลประโยชน์และผลกระทบด้านลบต่อท้องถิ่น

Lunberg (1985) กล่าวว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย

1. ร้านอาหาร
2. ที่พักประกอบด้วย โรงแรม รีสอร์ท คอนโดมิเนียม บ้านจัดสรร ฯลฯ
3. การขนส่ง ประกอบด้วย รถยนต์ เครื่องบิน รถเช่า รถบัส รถไฟ และเรือ
4. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย การศึกษาตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ด้านสถาปัตยกรรมวิศวกรรม และสถาบันการเงิน

5. การวิจัยทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประชากรพฤติกรรม จิตวิทยา การวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย และผลประโยชน์

6. ส่วนราชการ ประกอบด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติสำนักงานการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคและสำนักงานการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น

7. นักการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแทนนำเที่ยวบริษัทนำเที่ยว และบริษัทนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

8. สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย สวนสาธารณะพิพิธภัณฑ์ของเมืองสวนและบ้านที่มีความยิ่งใหญ่และสวยงาม

9. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติ สถานที่ตั้งแคมป์การแสดงดนตรีคอนเสิร์ต และโรงแรมหรู

10. อื่น ๆ ประกอบด้วย สถานีบริการศูนย์บริการร้านขายของร้านเสื้อผ้า การถ่ายภาพและอุปกรณ์กีฬา

Geet al. (1984) ได้แบ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พำนักร้านอาหารบริษัทการบินบริษัทขนส่งต่างๆตัวแทนนำเที่ยวร้านค้าปลีก เป็นต้น

2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และทางอ้อม ต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจจัดนำเที่ยวธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยวธุรกิจวิจัยตลาดและข้อมูลตลาดการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆที่พัฒนาการท่องเที่ยว โดยทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ นักวางแผนและพัฒนาหน่วยงานของรัฐและเอกชนสถาบันการเงินธุรกิจก่อสร้างสถาบันการศึกษาและฝึกอบรม เป็นต้น

จากข้อมูลข้างต้น อาจสรุปได้ว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย

1. สภาพกายภาพ และข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ ได้แก่ ที่ตั้งเขตการปกครองสภาพภูมิศาสตร์

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

3. ตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาของนักท่องเที่ยวพาหนะที่ใช้เดินทางกิจกรรมการเข้ามาฤดูกาลทัศนคติและความต้องการ

4. ความพร้อมทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานการบริการข้อมูลข่าวสารสถานที่/สิ่งแวดล้อม

5. การเข้าถึง ได้แก่ ระบบเส้นคมนาคมขนส่งความสะดวกในการเข้าถึง

จึงสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของระบบการจัดการ การท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จอันเนื่องมาจากระบบการจัดการที่ดี แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาระบบการจัดการที่ดี เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

2.3.4 การบริหารการจัดการการท่องเที่ยว

ปัจจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

2.3.4.1 ผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดในการพัฒนาการท่องเที่ยวควรจะมี

สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเพื่อให้มุมมอง และบรรลุการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเต็มที่ มีความต่อเนื่องและยั่งยืนในอันที่จะสามารถสนองต่อความจำเป็น และความหวังของคนรุ่นปัจจุบันและอนาคตอย่างเท่าเทียมกัน

2.3.4.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ที่นำไปสู่การประหยัดทรัพยากรที่มีค่า และหายากโดยเฉพาะน้ำและพลังงาน รวมทั้งการหลีกเลี่ยงการผลิตของเสียเท่าที่เป็นไปได้ การพัฒนาเหล่านี้ควรได้รับสิทธิพิเศษและควรได้รับการส่งเสริมจากประเทศ ภูมิภาค และองค์กรสาธารณชนท้องถิ่น

2.3.4.3 ควรแสวงหาความแตกต่างระหว่างเวลา และสถานที่ของการเดินทางของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ในช่วงวันลาพักผ่อนและวันหยุดของโรงเรียน เพื่อให้มีการกระจายการพักผ่อนตลอดปีทั้งนี้เพื่อกระจายการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นด้วย

2.3.4.4 การออกแบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวควรจัดในแนวทางที่จะรักษามรดกทางธรรมชาติ ซึ่งประกอบด้วย ระบบนิเวศวิทยาและความหลากหลายทางชีววิทยา และเพื่อรักษาสัตว์หายากที่ตกอยู่ในภาวะอันตราย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิชาชีพต่าง ๆ ควรจะมีข้อตกลงที่จะกำหนดหรือจำกัดกิจกรรมของตนในพื้นที่ที่มีความอ่อนไหว เช่น ทะเลทราย ขั้วโลกหรือพื้นที่เขาสูง ป่าเมืองร้อน หรือพื้นที่ชุ่มน้ำ โดยการสร้างพื้นที่สงวนธรรมชาติหรือเขตคุ้มครอง

2.3.4.5 การท่องเที่ยวธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นที่ยอมรับเป็นหนทางไปสู่การเสริมและทำให้การท่องเที่ยวมีความงดงาม แต่ทั้งนี้ต้องเคารพต่อมรดกธรรมชาติและประชากรท้องถิ่น และต้องอยู่ในขีดความสามารถที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถแบกรับได้

2.3.5 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น. 73-77) ได้อธิบายถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องพัฒนา 3 ด้านด้วยกัน คือ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว

1. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวทั่วไป ในแหล่งท่องเที่ยวจะประกอบด้วยการพัฒนาที่สำคัญ 3 ด้านคือ

1.1 การพัฒนาด้านการเข้าถึง และระบบการสัญจร ในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในด้านต่าง ๆ คือ

1.1.1 ถนน

1.1.2 ที่จอดรถ

- 1.1.3 ทางเดินเท้า
- 1.1.4 ทางรถจักรยาน และที่จอดรถจักรยาน
- 1.1.5 ทางเดินป่า
- 1.1.6 ทางขี่ม้า ขี่ช้าง
- 1.1.7 ท่าเรือ หรือแพ
- 1.2 การพัฒนาด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย
 - การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้อง คือ
 - 1.2.1 ที่ขายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.2.2 สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.2.3 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
 - 1.2.4 ที่พักนักท่องเที่ยว
 - 1.2.5 ห้องน้ำสาธารณะ
 - 1.2.6 ศาลา หรือซุ้มพักผ่อน
 - 1.2.7 ร้านค้า ร้านอาหาร
 - 1.2.8 บ้านพักพนักงาน
 - 1.3 การพัฒนาด้านสิ่งประกอบบริเวณในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย
 - การพัฒนา
 - 1.3.1 ซุ้มทางเข้า
 - 1.3.2 ป้ายสื่อและความหมาย
 - 1.3.3 ลานกิจกรรม
 - 1.3.4 สวนหย่อม
 - 1.3.5 กระจ่างและที่ปลูกต้นไม้
 - 1.3.6 ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้
 - 1.3.7 ระบบแสงสว่าง
 - 1.3.8 ระบบน้ำใช้
 - 1.3.9 ระบบกำจัดของเสียและน้ำเสีย
 - 1.3.10 ระบบกำจัดขยะมูลฝอย
 - 1.3.11 รั้วกำแพง
 - 1.3.12 สะพาน ขึ้นบันไดและสิ่งอื่น ๆ

ดังนั้น พอสรุปได้ว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวทั่วไป ในแหล่งท่องเที่ยวจะประกอบด้วย การพัฒนาที่สำคัญ 3 ด้าน คือ

1. การพัฒนาด้านการเข้าถึง และระบบการสัญจร ในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในด้านต่าง ๆ เช่น ถนน ที่จอดรถ ทางเดินเท้า ทางรถจักรยาน ทางเดินป่า เป็นต้น และการพัฒนาด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่ขายบัตร สำนักงานศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พัก ห้องน้ำสาธารณะ ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น

2. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยการพัฒนาที่สำคัญอยู่ 4 ด้าน คือ

- 2.1 ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว
- 2.2 ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ
- 2.3 ความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 2.4 ความปลอดภัยจากการหลงทาง
- 2.5 ความปลอดภัยจากธรรมชาติ

ดังนั้นพอสรุปได้ว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนาด้านความปลอดภัยต่าง ๆ เช่น ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย จากอุบัติเหตุ จากการหลงทาง จากธรรมชาติ เป็นต้น

3. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านป้ายแหล่งท่องเที่ยว หมายถึงการพัฒนาในเรื่องเกี่ยวกับ

- 3.1 ป้ายต้อนรับเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
- 3.2 ป้ายชี้ทางแหล่งท่องเที่ยว
- 3.3 ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นพอสรุปได้ว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านป้ายแหล่งท่องเที่ยว หมายถึงการพัฒนาในเรื่องเกี่ยวกับป้ายบอกสถานที่ เช่น ป้ายต้อนรับ ป้ายชี้ทาง ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้ง เป็นต้น

กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545, อ้างถึงใน อารีรัตน์ แดงบุญมา, 2551) การบริหารจัดการนี้ สามารถแยกลักษณะบริหารจัดการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่รับผิดชอบของแต่ละส่วน โดยยึดหลักการ 10 ประการ ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีองค์ประกอบสำคัญ คือ
 - 1.1 รักษาคงสภาพดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุดให้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด มีลักษณะเฉพาะถิ่น
 - 1.2 การออกแบบสิ่งก่อสร้าง สิ่งบริการ หรืออำนวยความสะดวกแก่การ

ท่องเที่ยว เช่น ที่พักเดินทาง การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ห้องสุขา เป็นต้น ต้องกลมกลืนกับธรรมชาติแวดล้อมและวัฒนธรรมพื้นบ้าน ไม่เป็นสิ่งแปลกปลอมเข้าไป โดยการออกแบบสิ่งก่อสร้างที่ทางเดินนั้นจะต้องคำนึงถึงคนพิการที่ต้องการท่องเที่ยวด้วย

1.2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติควรหลีกเลี่ยงการตัดต้นไม้เป็นสำคัญ ควรคำนึงถึงกระแสน้ำว่าจะไม่ก่อให้เกิดการพังทลาย ไม่กีดขวางเส้นทางเดินของสัตว์ป่า

1.2.2 การเดินทางเข้าชมที่สะดวก (มิได้หมายถึงถนนที่ลาดยางจรดถึงแหล่งท่องเที่ยว) ทางเดินในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เปราะบาง ควรทำทางเดิน (Board Walk) ที่คำนึงถึงความปลอดภัยมีระบบการสื่อสารความหมายที่ตีรวมถึงการใช้เส้นทางเพื่อคนพิการ นอกจากนี้ต้องคำนึงถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉิน

1.2.3 แหล่งบริการอาหารและเครื่องดื่ม ต้องคำนึงถึงการกำจัดขยะและน้ำเสีย

1.2.4 ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควรสร้างห้องสุขาบริการตามระยะทางเดินห่างกันอย่างน้อย 3 กิโลเมตรต่อหนึ่งแห่ง ห้องสุขาต้องสะอาด (อาจมีการคิดค่าบริการเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างแรงงานดูแล)

1.3 มีการจัดการสาธารณสุขปโภคพื้นฐาน โดยต้องคำนึงถึงขีดความสามารถรวมถึงขอบเขตในการรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว (จำนวนนักท่องเที่ยว) โดยใช้หลักการสภาพแวดล้อม (Environmental Carrying Capacity) อาทิ เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า ขยะมูลฝอย ต้องมีแผนการจัดการที่ดีควรมีการบันทึก หรือทำสถิติของนักท่องเที่ยวในแต่ละวันไว้ แล้วนำมาปรับปรุงระบบสาธารณสุขปโภคให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.4 ศึกษาวิเคราะห์ถึงความอ่อนไหวของระบบนิเวศน์ ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม แหล่งโบราณคดีและโบราณสถานต่าง ๆ

1.5 ศึกษาและสำรวจพลังงานต่างๆเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด อาทิ พลังงานอาทิตย์ พลังงานความร้อนใต้พิภพ เป็นต้น ควรใช้พลังงานธรรมชาติอย่างคุ้มค่าหลีกเลี่ยงการใช้เครื่องปรับอากาศให้มากที่สุด

1.6 การกำจัดของเสีย จะต้องมีการกำจัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ การบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งลงธรรมชาติในส่วนของกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลควรถือหลักใช้แล้วใช้ซ้ำและเปลี่ยนแปลงนำมาใช้ประโยชน์อีก สำหรับของเสียของห้องสุขา อาจใช้ระบบการทำแก๊สมวลชีวภาพ (Biogas) เป็นต้น

1.7 การบริหารจัดการการบริการ ควรคำนึงถึงระดับมาตรฐานสากล

1.8 การให้การศึกษา หน่วยงานที่หน้าที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ ควรจะต้องให้

การศึกษาต่อประชาชนในท้องถิ่นทุกระดับเพื่อให้รู้ถึงวิธีการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีการเรียนรู้เพิ่มพูนประสบการณ์ รู้วิธีการบริการ มีการฝึกอบรมหรือดูงาน เพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ ทันเหตุการณ์เสมอ

1.9 มีการตรวจสอบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธรรมชาติ การประเมินศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องกำหนดสถานภาพให้เหมาะสม โดยหารายละเอียดรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมในพื้นที่แห่งนั้นว่าควรอยู่ในระดับใด หากความสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยว ความสามารถรองรับพื้นที่ และการยอมรับของชุมชนท้องถิ่นต่อการพัฒนารวมทั้งนโยบายของรัฐ จะต้องมีความสอดคล้องจากฝ่ายบริหารทุกระดับ การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการลงทุน และต้นทุนของสิ่งแวดล้อมด้วย

1.10 การบริการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้น จะต้องมีการวางแผนปรับปรุงพัฒนากฎระเบียบองค์ประกอบธุรกิจ จะต้องเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม ดำเนินการอย่างเสมอภาคกัน การพัฒนากฎระเบียบนั้น ผู้ดำเนินการจะต้องอยู่ในกรอบของกฎหมายที่บังคับใช้ต่อการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องอยู่ในกรอบกฎหมาย 2 ประเภท คือ กฎหมายในประเทศและกฎหมายต่างประเทศ

2. การบริหารจัดการการนำเที่ยว

2.1 การดำเนินการบริการนำเที่ยวนั้น ประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมในการจัดการร่วมคิด วางแผนดำเนินการ ฯลฯ และได้รับผลประโยชน์อย่างเสมอภาคกัน

2.2 การจัดรายการนำเที่ยว ผู้รับผิดชอบควรแจ้งรายการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวให้ชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีการเตรียมตัวเดินทางได้ถูกต้อง มุ่งเน้นการให้ความรู้ การสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทางและให้ข้อคิดกับนักท่องเที่ยวในการเดินทาง

2.3 การจัดบริการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หน่วยงานที่รับผิดชอบนั้นควรมีการประสานประโยชน์ร่วมกันกับประชาชนในท้องถิ่น อาทิเช่น การบริการเดินทาง การขนส่งมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การบริการอาหารที่ดี ซึ่งจะต้องพัฒนาให้มีมาตรฐานสากลมีความปลอดภัยและเป็นมิตรไมตรี

2.4 รายการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นรายการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม รายการที่นิยมจัดสำหรับการท่องเที่ยวแบบนี้ เช่น

2.4.1 เดินป่าชมธรรมชาติ (Hiking) เดินชมระบบนิเวศน์เขตป่า ทั้งด้วยกำลังขาของตนเอง และการใช้สัตว์เป็นพาหนะต่าง ๆ เช่น นั่งช้าง ซี่ม้า เป็นต้น

2.4.2 ดูนก ดูแมลง (Bird Watching) เดินชมพื้นที่เพื่อส่งนกนานาชนิด รวมทั้งแมลงต่าง ๆ เช่น ผีเสื้อ หิ่งห้อย เป็นต้น

2.4.3 ดำน้ำ มีทั้งการดำน้ำตื้น (Skin Diving) และประดาน้ำ (Scuba Diving)

2.4.4 การล่องเรือใบ (Sailing) เรือบางชนิดสามารถค้างแรมในเรือเพื่อท่องเที่ยวไปยังเกาะแก่งต่าง ๆ ได้

2.4.5 การพายเรือ (Rowing) มีหลายประเภท เช่น เรือแคนู เรือคายัค เป็นต้น

2.4.6 ขี่จักรยาน (Biking) ขี่จักรยานไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ลัดเลาะไปตามทางเดินในป่าได้ ซึ่งในปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

สรุปได้ว่า ปัจจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประกอบด้วย การคุ้มครองสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน การประหยัดทรัพยากรการท่องเที่ยว การกระจายการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบโครงสร้างพื้นฐาน และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรตระหนักถึงการรักษา และความเคารพต่อมรดกทางธรรมชาติ และประชากรท้องถิ่น นอกจากนี้ สิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคือการพัฒนาความสะดวกทั่วไป การพัฒนาด้านความปลอดภัย และการพัฒนาความสะดวกด้านป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนการบริหารจัดการแยกได้ 2 ส่วน คือ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารจัดการนำเที่ยว

2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์และการสร้างอัตลักษณ์องค์กร

แนวคิดทางการสร้างอัตลักษณ์องค์กร มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจทั้งทางด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กร รวมไปถึงทางด้านการตลาด ซึ่งสามารถเป็นตัวกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนขององค์กร และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจได้

2.4.1 แนวความคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์องค์กรและการสร้างอัตลักษณ์ให้แก่องค์กร

ปีนแก้ว เหลืองอร่ามศรี (2546) กล่าวว่า อัตลักษณ์ (อัต-ตะ-ลัก) หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัว หรือภาพลักษณ์ของแต่ละคนมุมมองที่เรามอบตัวเราเองว่าเราคือใคร และเราอยากให้คนอื่นเห็นเราแบบไหน ลักษณะเฉพาะตัวจากปัจจัยหลายอย่างทั้งสัญชาติ เชื้อชาติ ชนชั้นทางสังคม ชุมชนเพศ และอื่น ๆ อีกมากมาย (Ting-Toomey, 1999) ซึ่งเรามีลักษณะเฉพาะตัวเบื้องต้น (Primary Identities) ที่ติดมากับตัวเราตั้งแต่เกิด เช่น สัญชาติ เชื้อชาติ เพศ และลักษณะส่วนบุคคล (ซึ่งอาจถ่ายทอดผ่านพันธุกรรม) และเราก็มีลักษณะเฉพาะตัวในแต่ละสถานการณ์ (Situational Identities) ได้แก่ บทบาท หน้าที่ ความสัมพันธ์ ภาษาที่ใช้ เป็นต้น

กาญจนา นาคสกุล (2555) ได้ให้ความหมายของที่แสดงความแตกต่างของเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ว่า เอกลักษณ์ (อ่านว่า เอก-กะ-ลัก) หมายถึงลักษณะเฉพาะตัว ลักษณะที่เหมือนกันหรือมีร่วมกันหรือลักษณะที่แสดงความเป็นอยู่อย่างเดียวกันของคนในสังคมหนึ่ง ๆ ซึ่งแตกต่างจากลักษณะร่วมของคนในสังคมอื่น

ประสิทธิ์ สิปรีชา (2547) กล่าวถึงความหมาย อัตลักษณ์ ว่าเป็นการก่อรูปและดำรงอยู่ในการรับรู้เกี่ยวกับตนเองและคนอื่นรับรู้เรา โดยมีกระบวนการทางสังคมและสืบทอดอัตลักษณ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนและกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2555) กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ก่อสร้างทางสังคม นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัวหากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า วงจรแห่งวัฒนธรรม

ดังนั้น เราจึงพอสรุปได้ว่า “อัตลักษณ์” คือ ความพยายามที่จะสร้างขอบเขตที่ชัดเจนของบุคคล คือ ตอบคำถามให้ได้ว่า “เราเป็นใคร และเราแตกต่างจากคนอื่นตรงไหน” เพื่อที่จะนำไปสู่การได้มาซึ่ง “อำนาจ” ทางใดทางหนึ่ง อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิดหากแต่เป็นสิ่งที่ประกอบสร้างขึ้นมา บุคคลที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเดียวกันก็จะถูกยอมรับจากสมาชิกภายในสังคมเดียวกัน “เป็นคนวงใน/เป็นคนวัฒนธรรมเดียวกัน”

2.4.2 รูปแบบของอัตลักษณ์ขององค์กร

การที่จะสื่อสารให้บุคคลทั่วไปได้ทราบถึงลักษณะโครงสร้างหรือการบริหารงานขององค์กร ต้องอาศัยความเข้าใจในเรื่องของระบบอัตลักษณ์ด้วย

สุมิตรา ศรีวิบูลย์ (2547) ได้แบ่งระบบอัตลักษณ์ออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. อัตลักษณ์แบบเดียว (Monolithic Identity) เป็นการวางระบบที่กำหนดให้สาขาทุกแห่งรวมทั้งบริษัทไม่ใช้รูปแบบสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิกเดียวกันทั้งหมดในการสื่อสารภาพลักษณ์กลุ่มเป้าหมายเป็นการแสดงออกถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนที่สุดและประหยัดที่สุด

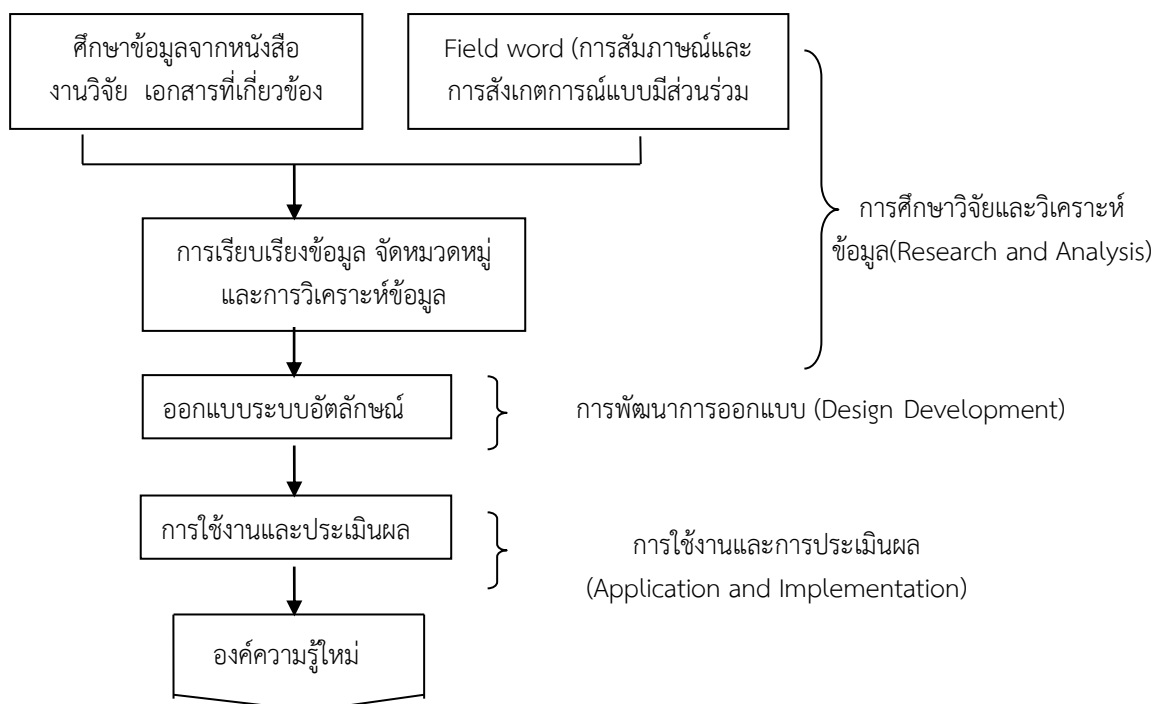
2. อัตลักษณ์แบบมีการรับรอง (Endorsed identity) เป็นรูปแบบการสร้างระบบให้กับองค์กรที่ประกอบธุรกิจหลายประเภทหรือเป็นลักษณะของกลุ่มบริษัทการสร้างชนิดนี้มีแนวความคิดมาจากแต่ละบริษัทในเครือ ควรมีอัตลักษณ์ของตนเองโดยที่อัตลักษณ์นั้นจะต้องแสดงถึงความเป็นส่วนหนึ่งของภาพรวมองค์กรนั้น

3. อัตลักษณ์ที่ใช้ตราหรือชื่อของสินค้าเป็นตัวสร้างอัตลักษณ์ (Branded Identity) ระบบนี้นิยมใช้กับบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าหลายๆชนิดซึ่งอาจอยู่ในสายผลิตเดียวกันหรือไม่ก็ได้แนวความคิดการสร้างอัตลักษณ์ประเภทนี้มาจากหลักความจริงที่ว่าสินค้าประเภทเดียวกันที่ผลิตโดยบริษัทต่าง ๆ มักจะมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงภาพลักษณ์ จึงสื่อความหมายรวมถึงภาพลักษณ์ทุกด้านที่ประกอบขึ้นจากส่วนต่าง ๆ ของธุรกิจ และสามารถส่งผลต่อธุรกิจทั้งในทางตรงและทางอ้อม

2.4.3 การสร้างระบบอัตลักษณ์ให้แก่องค์กร

ขั้นตอนการสร้างระบบอัตลักษณ์ให้แก่องค์กรประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการสร้างระบบอัตลักษณ์ให้แก่องค์กร

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล (Research and Analysis) เป็นขั้นตอนที่นักออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูลทั้งหมดขององค์กรให้ได้มากที่สุด เพราะจะช่วยให้เราทราบถึงปัญหา และสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ซึ่งแบ่งขั้นตอนได้ดังนี้

1. จัดประชุมเพื่อรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงธรรมชาติและโครงสร้างองค์กร และภาพขององค์กรที่อยู่ในใจของบุคคลทั้งหลายทั้งภายในและภายนอกองค์กร
2. การสัมภาษณ์เป็นการระดมความคิดจากทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรเพื่อทราบถึงความคิดและมุมมอง เป็นการก่อให้เกิดความรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในองค์กร ซึ่งจะทำให้นักออกแบบได้ข้อมูลที่ถูกต้องและได้ทราบปัญหามากกว่าการประชุมทั่วไป
3. การทำแบบสอบถาม กระทำในกรณีที่บางองค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เวลา ที่ตั้ง ซึ่งไม่เหมาะกับการใช้วิธีการสัมภาษณ์ที่ต้องใช้เวลาและงบประมาณมากกว่า
4. การหาข้อมูลทางกายภาพขององค์กร ผู้ออกแบบต้องศึกษารูปร่างลักษณะโดยรวมของอาคาร และการตกแต่งภายในและภายนอกซึ่งอาจจะมีสัญลักษณ์ขององค์กรปรากฏอยู่
5. การตรวจสอบคุณภาพของการทำงาน ก่อนที่นักออกแบบจะสรุปแนวคิดในการ

แก้ปัญหาหรือกำหนดแนวทางในการสร้างสรรค์ นักออกแบบจะต้องเข้าใจถึงภาพรวมทั้งหมดที่งานออกแบบนั้นจะถูกนำไปใช้เสียก่อน

6. การทำวิจัย แบ่งออกเป็นการวิจัยข้อมูลทั่วไป เพื่อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องหรือค้นคว้าข้อมูลจากวารสารทางการค้าและงานวิจัยขององค์กรที่มีประเภทที่มีธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน และการวิจัยการออกแบบเพื่อหาส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และมุมมองของสินค้าหรือบริการ

7. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อสรุปหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา ช่วยให้นักออกแบบมองเห็นส่วนบกพร่องหรือสิ่งที่องค์กรนั้น ๆ ต้องการ

8. การประเมินค่าใช้จ่ายของโครงการ ประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายของส่วนต่าง ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการสัมภาษณ์ การจัดทำเอกสาร การออกแบบ หรือการผลิตชิ้นงาน

9. การนำเสนอข้อมูลแก่ลูกค้า นักออกแบบควรเลือกวิธีนำเสนอให้เหมาะสม และต้องสรุปแนวคิดขององค์กรและแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ได้ เพื่อความสะดวกในการดำเนินงานในขั้นตอนต่อ ๆ ไป

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาการออกแบบ (Design Development) งานออกแบบเป็นการแก้ไขปัญหาในเรื่องของสิ่งที่สามารถรับรู้และมองเห็นได้สิ่งที่เปรียบเสมือน โจทย์ที่ต้องการคำตอบจากการออกแบบก็คือข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Brief) ซึ่งการหาคำตอบของนักออกแบบนั้นเป็นสิ่งที่ต้องศึกษาองค์กรนั้นให้ละเอียด ขั้นตอนของการพัฒนาการออกแบบสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. ขั้นตอนในการพัฒนาความคิดในการออกแบบประกอบไปด้วยขั้นตอนความคิดสร้างสรรค์ การหาข้อสรุปในการออกแบบและการตรวจสอบแนวทางที่เลือก

2. ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้อง ซึ่งเป็นขั้นตอนของการตรวจสอบในด้านกฎหมาย เช่น เรื่องของการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไปจนถึงเรื่องลิขสิทธิ์

3. ขั้นตอนการนำเสนองาน นับเป็นขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญ เพราะจะเป็นการตัดสินใจขององค์กรว่าจะเลือกใช้งานของอัตลักษณ์องค์กรที่ออกแบบมาแล้วหรือไม่

ขั้นตอนที่ 3 การใช้งานและการประเมินผล (Application and Implementation) เป็นขั้นตอนของการกำหนดเกณฑ์หรือมาตรฐานในการใช้งานระบบอัตลักษณ์นั้นกับการสื่อสารทุกรูปแบบในองค์กร ซึ่งขั้นตอนของการใช้งานและการดำเนินงานให้เป็นผลสำเร็จนี้เป็นขั้นตอนที่ใช้เวลานานที่สุดในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์องค์กร สามารถแบ่งการทำงานในขั้นตอนในการใช้งานและการประเมินผลได้ดังนี้

1. การประสานงานและการควบคุมการใช้งาน ซึ่งองค์กรเป้าหมายจะต้องมีความเข้าใจตรงกันว่าอัตลักษณ์มิใช่เป็นเพียงกราฟิกที่ตกแต่งให้แก่องค์กรดูดีหรือสวยงามขึ้นเท่านั้นหากแต่เป็นสิ่งที่จะต้องให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามอย่างจริงจัง ในการที่จะเป็นผู้นำกำหนดใช้งานและควบคุมดูแลให้เป็นผลสำเร็จ และมีการตรวจสอบหลังจากที่ได้ใช้ระบบอัตลักษณ์นั้นไปสักระยะเวลาหนึ่ง

2. จัดทำคู่มือมาตรฐานระบบอัตลักษณ์องค์กร รูปแบบโดยทั่วไปของคู่มือมาตรฐานระบบอัตลักษณ์องค์กร หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า IC Manuals มักนิยมเข้าเล่มโดยใช้แฟ้มเจาะรูเพื่อให้งานออกแบบแต่ละหน้าสามารถดึงออกมาใช้งานอย่างสะดวกและสามารถเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมข้อกำหนดใช้งานซึ่งอาจมีขึ้นในภายหลัง

2.4.4 วัตถุประสงค์ทางเอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity Objective)

2.4.4.1 วัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิทยา (Psychology Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิทยา คือ การต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้า และยอมรับในตัวสินค้า

2.4.4.2 วัตถุประสงค์ทางด้านพฤติกรรม (Action Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านพฤติกรรม คือ การที่ต้องการให้ผู้บริโภค แสดงพฤติกรรมตอบสนองการจูงใจของอัตลักษณ์ขององค์กร เช่นกระตุ้นให้เกิดการเข้าร้าน ตลอดจนการกระตุ้นให้ผู้บริโภคแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดในตัวร้าน เป็นต้น

2.4.4.3 วัตถุประสงค์ทางด้านภาพพจน์ (Corporate Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านภาพพจน์ของร้านเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบต่อร้านอาหาร ซึ่งเมื่อผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีภาพพจน์ที่ดีต่อร้านอาหารแล้ว สิ่งเหล่านี้ก็จะมีผลต่อยอดขายของร้านนั้น เป็นต้น

2.4.5 เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ (Logo)

เป็นผลของการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (Symbolism) อันได้แก่ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมายต่างๆ ที่ช่วยสร้างอัตลักษณ์ ได้แก่สินค้าและบริษัทผู้ผลิต เช่น การออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้า เพื่อความจำ ความเชื่อถือ และตราตรึงผู้บริโภคตลอดไป ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันดังนี้

2.4.5.1 สัญลักษณ์ (Symbol) มีลักษณะเป็นเครื่องมือที่ไม่ใช้ตัวอักษรประกอบ ใช้สำหรับแสดงบอกถึงการร่วมกัน เช่น บริษัท องค์กร สถาบันที่ก่อตั้งขึ้นโดยกฎหมาย

2.4.5.2 ภาษาภาพ (Pictograph) ไม่ใช่ภาษาทางตัวอักษรประกอบ แต่ใช้ภาพบอกแทน หรือสื่อความหมายด้วยภาพให้ทราบถึงทิศทาง กิจกรรม หรือแทนสิ่งเฉพาะ

2.4.5.3 เครื่องหมายตัวอักษร (Letter Marks) มักอยู่ในรูปตัวอักษรที่เกิดจากการย่อเอาตัวอักษรออกมาจากคำเต็ม หรือชื่อเต็มขององค์กร สถาบันต่าง ๆ ออกมาใช้เป็นเครื่องหมายแสดงแทน

2.4.5.4 ชื่อหรือคำเต็มที่เป็นตัวอักษร (Logo) และอ่านออกเสียงได้ตามหลักไวยากรณ์ของภาษาโดยใช้ตัวอักษรเพียงเท่านั้น

2.4.5.5 เป็นการผสมผสานระหว่างภาพและตัวอักษร (Combination Marks) เข้ามาใช้ร่วมกัน และสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม

2.4.5.6 เครื่องหมายการค้า (Trademarks) ซึ่งอาจจะมีได้หลายลักษณะที่ได้กล่าวไว้ทั้ง 5 ประการ ขึ้นอยู่กับว่าเจ้าของกิจการต้องการให้เครื่องหมายของตนเองอยู่ในลักษณะใด

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เทศกนก ชุ่มประดิษฐ์และจรรยาพร ขุนศรี (2549) ทำการวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์และปัจจัยที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายพร้อมทั้งศึกษาภาพสะท้อนของอัตลักษณ์คือภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายและปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เหล่านั้น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพในส่วนของอัตลักษณ์ โดยมุ่งเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การอภิปรายกลุ่ม การสังเกตและการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาเชิงปริมาณในส่วนของภาพลักษณ์จังหวัดเชียงรายโดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 ชุด และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 400 ชุด

ภราเดช พยัคฆ์เชียร (2525) กล่าวว่าองค์ประกอบสำคัญที่นำมาเป็นเครื่องชี้วัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว มี 4 ประการ คือ ปัจจัยจูงใจหลักของการท่องเที่ยว (Primary Attraction) ซึ่งได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ (Natural Assts) ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์และศาสนา (Historical & Religious Assts) และปัจจัยด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น

สิริรัตน์ สีสสมบัติ (2552) ทำการศึกษา แหล่งเรียนรู้ชุมชนกับการฟื้นฟูอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวชอง โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งตอบคำถามสำคัญว่าแหล่งการเรียนรู้ชุมชนช่วยฟื้นฟูอัตลักษณ์ของชาวชองได้อย่างไร ผลการศึกษาพบว่า ศูนย์ชุมชนมีส่วนร่วมประกอบสร้างการฟื้นฟูอัตลักษณ์ชาวชองในท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยและการพัฒนาประเทศชาวชองสร้างอัตลักษณ์ผ่านกิจกรรมอนุรักษ์และฟื้นฟูภาษาของกลุ่มชาวชองได้มีการฟื้นฟูอัตลักษณ์ทางภาษาผ่านแหล่งเรียนรู้ที่เป็นโรงเรียนในชุมชนเพื่อสร้างความเป็นตัวตน

เสาวลี ทองเจิม (2544) ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน:กรณีศึกษาสถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาพระแทว จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาสรุปว่าสภาพปัจจุบันในการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวสถานีพัฒนาและส่งเสริมสัตว์ป่าเขาพระแทวอำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต อยู่ในขั้นเตือนภัย เนื่องจากองค์ประกอบของการจัดการสภาพแวดล้อมบางตัวมีความทรุดโทรมควรได้รับการปรับปรุง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวสถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่า อยู่ในระดับปานกลาง ข้อเสนอแนะการพัฒนาแบบยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาที่มีผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อม

รุ่งนภา จันทวีสมบุญ (2546) ได้ศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน:กรณีศึกษาประวัติศาสตร์เชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนประกอบด้วย การพัฒนาด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สะอาด ปลอดภัยต่อการเดินทาง การบริหารจัดการในเรื่องการกำหนดนโยบาย กำหนดผังเมือง ควบคุมการก่อสร้างรวมถึงการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน