



## บทที่ 2

### แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทที่ 2 นี้ ได้อาศัยแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์และช่วยสนับสนุนผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มแนวคิดต่างๆ ดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับเมืองศิลปวัฒนธรรม การตั้งถิ่นฐาน และวิถีชีวิตชุมชน
2. แนวความคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ชุมชน
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
4. แนวความคิดเกี่ยวกับการวางแผนและกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยว
5. การศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระดับต่างๆ

#### 2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับเมืองศิลปวัฒนธรรม การตั้งถิ่นฐาน และวิถีชีวิตชุมชน

##### 2.1.1 ความหมายของเมืองและเมืองศิลปวัฒนธรรม

ประจักษ์ สกุนตะลักษณ์ (2537) กล่าวว่า เมือง คือ เขตชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น มีอาณาเขตที่แน่นอน มีความเจริญมากกว่าบริเวณรอบนอกที่เป็นชนบท ประชากรที่อาศัยอยู่ในเมืองประกอบอาชีพที่มีใช้เกษตรกรรม เมืองเป็นศูนย์กลางของการผลิต การจำหน่ายสินค้าและบริการ ตลาดปัจจัยการผลิต การคมนาคมขนส่ง การติดต่อสื่อสาร การบริหารการปกครอง ศิลปวัฒนธรรม และการบริการสาธารณสุขประเภทต่างๆ

ประภาวดี เผ่าทองจีน (2538 : 18) ได้ให้ความหมายของเมืองศิลปวัฒนธรรม ประเพณี คือ เมืองที่มีลักษณะเด่นเป็นพิเศษอันเนื่องมาจากศิลปะท้องถิ่น สถาปัตยกรรม ชนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่

##### 2.1.2 การตั้งถิ่นฐาน

วิลาวณีย์ เอื้อวงศ์กุล (2542) ได้ให้ความหมายของการตั้งถิ่นฐาน (Settlement) คือ การที่มนุษย์เข้าไปเกี่ยวข้องกับสภาพพื้นที่ สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ โดยนำสิ่งเหล่านี้มาดัดแปลงปรับปรุงให้เหมาะสมกับการตั้งชุมชนของตนเกิดเป็นอาณาเขตครอบคลุมพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งที่มีทั้งการขยายตัวและหดตัวของพื้นที่ที่ครอบครอง หน่วยของการตั้งถิ่นฐานเป็นการแสดงออกซึ่งการจัดการพื้นที่ของมนุษย์ ในรูปของอาคารบ้านเรือน ถนนหนทาง และการใช้ที่ดิน ตลอดจนผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อม

วิลาวัณย์ เอื้อวงศ์กุล (2542) ยังได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งถิ่นฐานและรูปแบบการตั้งถิ่นฐาน ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้งถิ่นฐาน สรุปได้ 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ แหล่งน้ำ ที่ดอน และแหล่งแร่ เป็นต้น
2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่มักเกิดคู่กับการตั้งถิ่นฐานของชุมชน และมีอิทธิพลต่อการขยายตัวเป็นเมืองต่อไปในอนาคต ได้แก่ บริเวณที่อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ บริเวณที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรม บริเวณเส้นทางคมนาคมตัดกัน บริเวณจุดเชื่อมของเส้นทางคมนาคม
3. ปัจจัยทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนความเชื่อของแต่ละกลุ่มชน ได้แก่ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ลักษณะที่เป็นประเพณีนิยมหรือความนิยมหรือความเชื่อต่างๆ

ในประเทศไทยนั้น ชุมชนจะตั้งถิ่นฐานอยู่รวมกันเป็นสังคมและหมู่บ้านไม่ไกลจากพื้นที่เกษตรกรรม และมักจะเติบโตอย่างไม่มีการวางแผนหรือวางผัง ณวรรธน์ สายเชื้อ (2541) กล่าวว่ารูปแบบการตั้งถิ่นฐานของชุมชนในประเทศไทยแบ่งได้ ดังนี้

1. แบบบนฝั่งแม่น้ำ ลำคลองหรือถนนหลวง ซึ่งตามหลักวิชาการผังเมืองก็คือชุมชนที่ขนานตัวไป ตามแนวยาวนั่นเอง โดยจะตั้งถิ่นฐานขนานไปกับแม่น้ำลำคลองหรือถนนหลวง สมัยโบราณ คลองและแม่น้ำช่วยให้มีน้ำสำหรับอุปโภคบริโภค ใช้เป็นเส้นทางคมนาคมติดต่อ ในขณะเดียวกันเส้นทางรถไฟและถนนหนทางที่เข้ามาแทนที่ ก็มีบทบาทในการสร้างชุมชนที่ยาวเหยียดไปตามเส้นทาง ปรากฏทั่วไปในประเทศไทยปัจจุบัน

2. แบบเป็นกลุ่มก้อนหนาแน่น มักเกิดขึ้นในชุมชนชนบทที่มีความเป็นอยู่แบบพึ่งพาตนเองผู้คนในสังคมคุ้นเคยสนิทสนม และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มก้อนช่วยให้เกิดความปลอดภัยในยามสงคราม หรือยามที่มีโจรร้ายชุกชุม ชุมชนแบบนี้จะมีลักษณะคล้ายเมืองเล็ก ห้อมล้อมด้วยทุ่งนา ป่าละเมาะ พบมากทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ

3. แบบเป็นกลุ่มเล็กๆหลายๆกลุ่ม เป็นชุมชนที่บางที่แยกออกจากกันเป็นหน่วย มีลักษณะคล้ายชุมชนเล็กๆ หลายชุมชน หากไม่อยู่ห่างกันเกินไปก็อาจพัฒนาให้อยู่รวมกลุ่มเป็นหมู่บ้านเดียวกันได้ ชุมชนแบบนี้มีอยู่ทั่วไปในภาคต่างๆของประเทศ

4. แบบกระจัดกระจายไม่เป็นกลุ่มก้อน เป็นชุมชนที่ประกอบด้วยอาคารพักอาศัยที่กระจัดกระจายออกไปเป็นกลุ่มเล็กในแปลงที่ดินที่ถมขึ้น มีสภาพคล้ายเกาะเล็กเกาะน้อยกระจายตามทุ่งนา พบได้ทั่วไปบริเวณภาคกลางและบริเวณโดยรอบกรุงเทพมหานคร

5. แบบทำไร่เลื่อนลอย พบมากทางภาคเหนือ เพราะเป็นชุมชนของชาวเผ่าต่างๆที่อพยพเข้ามา โดยจะย้ายไปตามสถานที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ปัจจุบันการอพยพได้ลดลงไปมาก

เนื่องจากมีความพยายามให้ชาวเขาอยู่รวมกันเป็นชุมชนใหญ่ และมีนโยบายส่งเสริมอาชีพแทนการทำไร่เลื่อนลอย

ดวงจันทร์ อาภาวัชรุตม์ เจริญเมือง (2542) ให้คำจำกัดความเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับการตั้งถิ่นฐานในสังคมไทย ว่าส่วนใหญ่ความเชื่อเกี่ยวกับการตั้งถิ่นฐานของคนไทยในแต่ละภาคมีความคล้ายคลึงกัน ทำเลที่ถือว่ามีชัยภูมิที่ดีจะใช้เป็นที่ตั้งถิ่นฐานของคนไทยในแต่ละภาคมีความคล้ายคลึงกัน ทำเลที่ถือว่ามีชัยภูมิที่ดีจะใช้เป็นที่ตั้งถิ่นฐานจะประกอบไปด้วย

1. แม่น้ำ เป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์และมั่นคง ที่คู่กับสังคมเกษตรกรรม เพราะต้องใช้น้ำในการเพาะปลูกและดำรงชีวิต ใช้ในการคมนาคมขนส่ง หรือเป็นปราการธรรมชาติที่ช่วยป้องกันจากศัตรู
2. ที่ราบเพื่อการอยู่อาศัยและการเพาะปลูก
3. ภูเขา ซึ่งได้รับอิทธิพลเรื่องฮวงจุ้ยจากประเทศจีน เช่น ชัยภูมิที่ตั้งของเมืองเชียงใหม่ หรือสุโขทัย มีภูเขาอยู่ทางทิศตะวันตกและที่ราบอยู่ทางทิศตะวันออก
4. ระบบการระบายน้ำ เช่น ความลาดเอียงของพื้นที่ หรือแนวการไหลของน้ำ ทั้งนี้เพื่อป้องกันน้ำท่วมหรือการกัดเซาะดินของน้ำ

### 2.1.3 ชุมชน วิถีชีวิตชุมชน

ศรีศักร วัลลิโภดม (2534) กล่าวว่า ชุมชน คือ หมู่บ้าน (Village) ถือเป็นหน่วยทางสังคมที่อยู่เหนือระดับครอบครัวขึ้นไป การรวมตัวของหลายๆครอบครัวในพื้นที่บริเวณเดียวกัน ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมที่ทำให้คนเหล่านั้น มีการสังสรรค์กันอย่างสืบเนื่อง จนกลายเป็นพวกเดียวกัน มีรูปแบบการดำรงชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี และระบบความเชื่อเป็นอย่างเดียวกัน มีภาษาที่สื่อสารกันเองได้ บริเวณหมู่บ้านที่มีลักษณะเป็นชุมชนเช่นนี้ จะประกอบด้วยโครงสร้างทางกายภาพที่เห็นได้ชัด ก็คือ กลุ่มของบ้านเรือน จะมีวัดเป็นศูนย์กลาง มีโรงเรียน ศาลเจ้า ร้านค้า โดยเฉพาะวัด นับได้ว่าเป็นศูนย์กลางที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด

Poplin (อ้างถึงใน ดารณี ฤวิฬพัฒน์กุล, 2540) มองชุมชนใน 3 สถานะ คือ

1. ชุมชนในฐานะหน่วยทางภูมิศาสตร์ (Community as a Territorial Unit) โดยเห็นว่าอาณาบริเวณทางภูมิศาสตร์มีอิทธิพลต่อชุมชน นั่นคือ สภาพภูมิศาสตร์เป็นตัวกำหนดสถานที่ตั้งและศักยภาพในการเจริญเติบโตของชุมชน ขณะเดียวกัน ชุมชนก็มีอิทธิพลต่ออาณาบริเวณทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้เนื่องจากการปรับตัวของคนอันเนื่องมาจากวัฒนธรรม และknow-knowให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการและความจำเป็นของมนุษย์

2. ชุมชนในฐานะหน่วยของการจัดองค์กรทางสังคม (Community as a Social Organization Unit) ชุมชนเป็นระบบสังคมอันหนึ่ง ประกอบด้วยระบบย่อยๆ ซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น ได้แก่ การถ่ายทอดวัฒนธรรมให้แก่สมาชิกใหม่ของสังคม การควบคุมทางสังคม การมีส่วนร่วมในสังคม การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การผลิต การบริโภค และการกระจายสินค้าและบริการภายในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนยังถูกมองว่าเป็นโครงข่ายการปะทะสัมพันธ์กันทางสังคมอีกด้วย การติดต่อสัมพันธ์กันจะเกิดขึ้นระหว่างบุคคล กลุ่ม และสถาบันต่างๆ ถ้าความสัมพันธ์นั้นเกิดขึ้นระหว่างบุคคล กลุ่ม และสถาบันที่อยู่ในชุมชนหรือในระดับเดียวกัน เรียกว่า เป็นการเชื่อมโยงในแนวราบ (Horizontal Ties) และถ้าความสัมพันธ์เกิดขึ้นระหว่างบุคคล กลุ่ม และสถาบันต่างระดับกัน เรียกว่าเป็นการเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical Ties) การปะทะสัมพันธ์กันในระดับชุมชนจะอยู่ใน 3 รูปแบบใหญ่ คือ ความร่วมมือ (Cooperation) การแข่งขันกัน (Competition) และความขัดแย้งกัน (Conflict)

3. ชุมชนในฐานะหน่วยทางจิตใจและวัฒนธรรม (Community as a Psycho-cultural Unit) เกิดความรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน (Community Sentiment) จึงความรู้สึกผูกพันร่วมกันระหว่างคนในชุมชน ทั้งนี้เพราะสมาชิกของชุมชนมีค่านิยม กฎเกณฑ์ทางสังคม และเป้าหมายร่วมกัน

สุรเชษฐ เวชชพิทักษ์ (2542) เสนอว่า ชุมชนจะมีระบบความสัมพันธ์ที่ขึ้นอยู่กับ 3 ระบบย่อยที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน กลายเป็นโครงสร้างที่ทำให้ชุมชนดำรงอยู่ได้ ระบบย่อยทั้ง 3 ได้แก่

1. ระบบการผลิต หรือ ระบบทำมาหากิน
2. ระบบการอยู่ร่วมสัมพันธ์กัน ประกอบด้วย ครอบครัว เครือญาติ ชุมชน และความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน
3. ระบบความเชื่อ ประกอบด้วย ศาสนา คุณค่า และพิธีกรรม ที่เป็นการผสมผสานระหว่างพระพุทธศาสนากับความเชื่อดั้งเดิม เช่น การนับถือผีสงเทวดา ลัทธิพราหมณ์

กล่าวคือ ชุมชนถือเป็นระบบสังคมหนึ่งที่จะดำรงอยู่ได้ก็ด้วยการจัดการชุมชน และการปะทะสัมพันธ์กันระหว่างบุคคล กลุ่ม และสถาบันต่างๆในชุมชน กลายเป็นระบบความสัมพันธ์ที่ส่งผลให้เกิดกิจกรรมต่างๆทางสังคมขึ้นไปในชุมชนที่สอดคล้องสภาพภูมิศาสตร์ ระบบการผลิตในสังคมระบบการอยู่ร่วมสัมพันธ์กัน และระบบศาสนาและความเชื่อ หรือเรียกได้ว่าเป็น "วิถีชีวิตชุมชน" ซึ่งก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของ "วัฒนธรรม" ด้วย



## 2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ชุมชน

เอกลักษณ์ของชุมชน หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัว (Character of community) อันเกิดจากภาพรวมที่ปรากฏอยู่ในรูปแบบลักษณะทางกายภาพ เป็นอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างอื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในเมือง โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลายๆอย่างประกอบกัน ที่ทำให้พื้นที่นั้นมีลักษณะที่พิเศษแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ ทั้งนี้หมายรวมถึงความต่อเนื่องของگردดำรงชีวิตในสังคมที่อยู่ในพื้นที่หรือเมือง เช่น กิจกรรมของเมือง ซึ่งเป็นแบบแผนความเป็นอยู่ที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น สามารถมองเห็นได้จากองค์ประกอบด้านกายภาพที่มีลักษณะเฉพาะ Kevin Lynch (2000) ได้ศึกษาเกี่ยวกับจินตภาพของเมือง (The Image of the city) ซึ่งได้มาจากการวิเคราะห์ระบบมโนทัศน์ที่เกิดจากเอกลักษณ์ (Identity) โครงสร้าง (Structure) และความหมาย (Meaning) กล่าวคือ สิ่งต่างๆที่ประกอบขึ้นมาเป็นเมืองนั้น มีลักษณะเฉพาะเป็นของตัวเอง (Individuality) และมีความสัมพันธ์ทางกายภาพของตำแหน่งที่มีต่อกัน รวมทั้งต่อผู้รับรู้ด้วย โดยสื่อถึงความเข้าใจ ก่อให้เกิดความรู้สึกและทัศนคติด้านการใช้สอยหรือทางอารมณ์ องค์ประกอบที่แสดงลักษณะเฉพาะมี 5 อย่าง ประกอบด้วย ทางสัญจร (Pathways) ย่าน (Districts) ขอบเขต (Edges) จุดหมายตา (Landmarks) และจุดศูนย์รวม (Nodes)

เนื่องจากองค์ประกอบทั้ง 5 ประการ สะท้อนภาพรวมที่เกิดขึ้นในมโนทัศน์ของผู้สังเกต ดังนั้น หากสภาพแวดล้อมของเมืองที่มีการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมสอดคล้องกันก็จะทำให้เกิดเอกลักษณ์ทางด้านจินตภาพชัดเจน ส่งผลให้เมืองนั้นๆ มีความประทับใจต่อผู้พบเห็นในที่สุด

สรุปว่า การศึกษาเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น จากองค์ประกอบทางกายภาพของชุมชนจะเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบทางกายภาพที่มีลักษณะเด่นควรแก่การอนุรักษ์และพัฒนาให้ดำรงความสำคัญต่อชุมชนต่อไป

Harry L. Gamham (1976) กล่าวว่า เอกลักษณ์ หรือ ลักษณะเฉพาะจะประกอบไปด้วยส่วนต่างๆ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ กิจกรรม และการสื่อความหมาย โดยปฏิสัมพันธ์ขององค์ประกอบนี้เองได้สร้างสรรคจิตวิญญาณแห่งสถานที่ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จในการดำเนินการอนุรักษ์ และฟื้นฟูกิจกรรมในสภาพแวดล้อมของชุมชน ได้แก่

1. ลักษณะเฉพาะทางกายภาพและรูปลักษณ์ โครงสร้างทางกายภาพที่แท้จริงของสถานที่ ลักษณะจริงของอาคาร ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ และคุณลักษณะของสุนทรียภาพ

2. กิจกรรมและหน้าที่ซึ่งสังเกตได้ ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์ต่อพื้นที่อย่างไร สถาบันทางวัฒนธรรมมีผลอย่างไร และอาคารกับภูมิทัศน์ถูกใช้งานอย่างไร

3. การสื่อความหมายหรือสัญลักษณ์ เป็นแง่ที่ซับซ้อนกว่า เริ่มด้วยผลจากความมุ่งหมายหรือประสบการณ์ของมนุษย์ คุณลักษณะของสถานที่ มีจำนวนมากที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากที่ประชากรตอบสนองต่อลักษณะทางกายภาพและหน้าที่ใช้สอย

ลักษณะเฉพาะของเมืองควรจะอยู่บนรากฐานของสิ่งต่อไปนี้

- ลักษณะทางสถาปัตยกรรม
- ภูมิอากาศ ปริมาณแสง ปริมาณน้ำฝน และความแตกต่างอุณหภูมิ
- ลักษณะเดิมทางธรรมชาติที่เฉพาะตัว
- ความทรงจำและการถ่ายทอดความหมายของสถานที่ต่อบุคคลที่เคยมีประสบการณ์ด้วย
- การใช้วัสดุพื้นถิ่น
- ฝีมือช่าง
- ระดับของการรับรู้ในจุดตำแหน่งของอาคารและสะพานที่สำคัญ
- ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
- คุณค่าของประชากร
- สภาพแวดล้อมสาธารณะอันทรงคุณค่าที่เข้าถึงได้
- กิจกรรมที่พบมากทั้งเมือง ทั้งในรายวันและฤดูกาล

จากการศึกษาองค์ประกอบของเมืองที่ทำให้เกิดเอกลักษณ์นั้น ได้แบ่งองค์ประกอบของเมืองเพื่อทำการวิเคราะห์เป็น 3 ประเภทใหญ่ ดังนี้

1. องค์ประกอบทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่รองรับกิจกรรมในการดำรงชีวิตของพลเมือง ได้แก่ ลักษณะอาคารบ้านเรือน สิ่งแวดล้อม การตั้งถิ่นฐาน การใช้ที่ดิน ถนนหนทาง การคมนาคม และพื้นที่โล่งว่าง

2. องค์ประกอบทางด้านเศรษฐกิจ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การประกอบอาชีพ กิจกรรมทางเศรษฐกิจของคนในชุมชน

3. องค์ประกอบด้านสังคมวัฒนธรรม เป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้สังคมอยู่ได้อย่างสงบสุข ได้แก่ เชื้อชาติ กิจกรรมในชีวิตประจำวัน ประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อของคนในชุมชน

จากกลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ชุมชนนั้น ทำให้สรุปได้ว่า เอกลักษณ์ชุมชน หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของชุมชน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลักๆ 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบทางด้านกายภาพ องค์ประกอบทางด้านเศรษฐกิจ และองค์ประกอบทางด้านสังคม วัฒนธรรมของชุมชนนั้น ทำให้มีลักษณะแตกต่างจากชุมชนอื่นๆ ซึ่งในการวิจัยนี้เราได้แบ่งการศึกษาเอกลักษณ์ชุมชนสัมพันธ์วงศที่โดดเด่น โดยแบ่งออกเป็นการศึกษาเอกลักษณ์ทางด้าน กายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม เช่นเดียวกัน

## 2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### 2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

คำว่า การท่องเที่ยว (Tourism) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้ค่อนข้างหลากหลาย ดังนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการเดินทาง ภายได้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย หรือ วท. (อ้างถึงใน McIntosh and Goeldner, 1984) ได้สรุปไว้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจ และบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ใน กิจกรรม หรือ กระบวนการในการดึงดูดด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไปด้วยไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

มล.ตุ้ย ชุมสายและคณะ (2527) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทาง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุก บันเทิง เริงรมย์ นอกจากนั้นยังรวมถึง การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง

Lawson and Bovy (1977) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นการใช้เวลาว่าง (Leisure) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปพักผ่อนยังอีกที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว

R.W. McIntosh (1972) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทาง โดยใช้เวลาวางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivation) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

Webster Dictionary ได้ให้ความหมายว่า "Tourism (n.), 1. the practice of traveling for recreation 2. The guidance or management of tourism 3. a: the promotion or encouragement of touring b: the accommodation of tourism.

### 2.3.2 ระบบและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) ได้สรุปสาระสำคัญของระบบและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้านคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง

ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ใช้ได้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใดๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปของทรัพยากรและอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่เกิดขึ้นกับระบบย่อยต่างๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ

ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่นๆ เช่นระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่การท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเข้ามาเกี่ยวข้องจึงไม่อาจเป็นการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพ และระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์การและกฎหมาย เป็นต้น

องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน มีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่ง Peter (1969) ได้จัดหมวดหมู่ของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ



- แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงประเพณีต่างๆ
- แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆของภูมิประเทศ
- แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง
- แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว

สำหรับประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ทางโบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว เป็นอุปทานประเภทหนึ่งซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย ในประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความที่เกี่ยวข้องบางส่วน ดังนี้

- ผู้เยี่ยมเยือน (Visitors) คือ ผู้ที่จากถิ่นพำนักของตน เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง อาจพักค้างแรมหรือไม่ก็ได้ (เป็นผลรวมของนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร)
- นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมายังพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นการไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่นั้น ผู้เดินทางนี้จะต้องค้างแรมอย่างน้อย 1 คืน (แต่ไม่เกิน 90 วัน) วัตถุประสงค์ในการเดินทางอาจเพื่อใช้เวลาว่าง (การันทนาการ การพักผ่อนวันหยุด การรักษาสุขภาพ การศึกษา เรียนรู้ การศาสนา และการกีฬา) ธุรกิจ เยี่ยมญาติ การปฏิบัติหน้าที่ และการประชุม เป็นต้น
- นักทัศนาจร (Excursionist) คือ ผู้เดินทางที่ไม่ได้พักค้างคืน
- การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จากจังหวัดหนึ่งไปอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่

การไปทำงานประจำ การศึกษา และต้องไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่จังหวัดที่เดินทางไป

- ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourist Consumption Expenditures) คือ ค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้าและบริการ ที่จ่ายโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (International Tourists) ระหว่างการพำนักอยู่ในประเทศ โดยไม่รวมค่าโดยสารระหว่างประเทศ

- รายได้จากการท่องเที่ยว (Tourism Revenues) คือ รายได้ที่ประเทศไทยได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม ในรูปของเงินตราต่างประเทศจ่ายเป็นค่าสินค้าและบริการ ไม่รวมค่าโดยสารระหว่างประเทศ

การท่องเที่ยวจัดว่าเป็นกิจกรรมที่ขึ้นต่อคุณภาพของมนุษย์ ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งไม่สามารถแยกตัวออกมาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจอื่นๆได้ กระบวนการการท่องเที่ยวได้พัฒนาจนเกิดเป็นสาขาหนึ่งในระบบเศรษฐกิจที่มีผู้ซื้อผู้ขาย จนต่อมาขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ที่ก่อให้เกิดรายได้ที่สำคัญมาสู่ประเทศ แม้ในช่วงเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจหลายครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถึงแม้จะได้รับผลกระทบแต่ก็สามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว สามารถทดแทนภาวะชะงักงันทางเศรษฐกิจได้ดี

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของท่องเที่ยวก็ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและสังคม ทั้งในทางตรงและทางอ้อม เช่นเดียวกับการพัฒนาในสาขาการผลิตในภาคอื่นๆ

สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2527:3-1-3-2) ให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วย 5 ส่วนใหญ่ ดังนี้

1. ผู้เดินทางมาท่องเที่ยว (Tourists) อันได้แก่ นักท่องเที่ยวโพ้นทะเล (International Tourists) นักท่องเที่ยวภูมิภาค (Regional Tourists) นักท่องเที่ยวประจำชาติ (Domestic Tourists) และนักท่องเที่ยวประจำถิ่น (Local Tourists)

2. ระบบการเดินทาง (Transportation Networks) ซึ่งจะประกอบด้วย โครงข่ายการสัญจร ประเภทของการเดินทาง (Network, Mean of Transportation) สถานีของการขนส่งและการเดินทาง (Modes of Transportation) การบริการและความสะดวกในการเดินทาง (Transportation and Services and Facilities)

3. แหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attractions) อันได้แก่ ประเภทธรรมชาติ (Nature Tourist Attractions) ประเภทประวัติศาสตร์ ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม (Historical Art and

Architecture Tourist Attractions) ประเภทศิลปวัฒนธรรมความเป็นอยู่ท้องถิ่น (Culture, Tradition and local people Tourist Attractions) และประเภทอื่นๆ

4. สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว (Facilities Utilities) อันประกอบไปด้วย ศูนย์กลางชุมชน และศูนย์กลางการบริการ (City and Location) สถานที่พัก (Accommodation) อาหาร (Food) การพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation and Entertainment) ผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ (Retail Product) สุขอนามัย (Health) ความปลอดภัย (Safety)

5. การติดต่อให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) อันประกอบด้วย การส่งเสริม (Promotion)

### 2.3.3 รูปแบบการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะการท่องเที่ยวแตกต่างกันตามมิติของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งแยกออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติหรือเชิงนิเวศน์ (Natural Tourism) ซึ่งจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ การพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาธรรมชาติ การทัศนศึกษาในแหล่งธรรมชาติและ การผจญภัย

2. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ซึ่งจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ การแสดงทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน การเยี่ยมชมโบราณสถาน

3. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ (Recreation Tourism) ซึ่งจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแหล่งบริการและสถานบันเทิงเริงรมย์ รวมถึงการท่องเที่ยวทางเพศ คาสีโน และเกมกีฬาบางประเภท

4. รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมหรือสัมมนา (Convention Tourism) ซึ่งจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยว คือการประชุม สัมมนานอกสถานที่ รวมถึงการติดต่อธุรกิจนอกสถานที่

ทั้งนี้ได้สรุปเพิ่มเติมเพื่อชี้ให้เห็นความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวว่าการเดินทางของคนเพื่อไปท่องเที่ยวยังที่แห่งหนึ่ง มักจะไปเกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานของผู้คนนั่นเอง จึงเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่โยงใยกันขึ้น การเดินทางไปสถานที่ใหม่ได้มีการใช้สถานที่นั้นๆ ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และบริการที่มีอยู่มากบ้างน้อยบ้างตามศักยภาพของแต่ละบุคคล การเดินทางของแต่ละบุคคลต่างมีจุดมุ่งหมาย วิธีการ และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีการเรียกขานต่างๆกันแต่ละรูปแบบตามมุมมองหรือมิติต่างๆ ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

**มิติด้านทรัพยากร**

- การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism)
- การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism)
- การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ (Historical Tourism)
- การท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism)
- การท่องเที่ยวเศรษฐกิจ (Economic Tourism)

**มิติด้านกิจกรรม**

- การท่องเที่ยวเชิงป่าเขาธรรมชาติ (Wilderness Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Travel)
- การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติประวัติศาสตร์ (Natural History Tourism)
- การท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism)
- การท่องเที่ยวประสบการณ์ (Experience Travel)
- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Travel)
- การท่องเที่ยวแบบเพิ่มคุณค่า (Value-added Travel)
- การท่องเที่ยวเชิงบันเทิง (Entertainment)
- การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport)
- การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ (Recreation)

**มิติด้านการตลาด**

- Mass Market
- Elite Market
- Back Packing Market
- Individual Market
- International Market
- Domestic Market

**มิติด้านการจัดการ**

- การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Eco-tourism)

### 2.3.4 ผลกระทบจากการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่ก่อประโยชน์ในหลายๆด้าน ทั้งในแง่การพักผ่อนหย่อนใจ หรือ หรือในแง่การนันทนาการ (Recreation) และเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่มีองค์ประกอบทางด้านต่างๆตามที่กล่าวมา การดำเนินไปของการท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถือได้ว่าเป็นผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งผลกระทบในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สรุปผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

#### ผลกระทบด้านบวก

##### 1. ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก จากตัวเลขสถิติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกในภาคการผลิตอื่นๆ

1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบพหุคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าที่มากกว่า 2 เท่าตัว

1.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาคนั้น ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆในท้องถิ่น เช่น ที่พักในรูปแบบต่างๆ ร้านค้า ร้านอาหารต่างๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างแท้จริง

1.4 การท่องเที่ยวมีบทบาทกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ ทั้งในรูปแบบของการผลิตสินค้าพื้นเมือง สินค้าที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้นๆ

1.5 การท่องเที่ยวขึ้นถือเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

1.6 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรมูลเงินภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปแบบของภาษีอากรประเภทต่างๆ

## 2. ประโยชน์ทางสังคม

2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือน ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ

2.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรักแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

2.4 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้นไหล และการเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำ หรือเสียดังในเมืองของประชาชนในชนบท

2.5 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึกไว้ขายให้กับผู้มาเยือน ช่วยให้มีความเจริญก้าวหน้าเพิ่มขึ้น

## 3. ประโยชน์ทางการเมือง

3.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกมั่นคง ปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

3.2 การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะ รู้จักทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก ค้นเคย รู้ปัญหา พึ่งพาอาศัยกัน เป็นการสร้างความรัก ความสามัคคี ความสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน อันจะนำไปสู่ความเป็นมิตรที่ดีต่อกันระหว่างประเทศ และสร้างความสันติสุขมาสู่โลก

### ผลกระทบด้านลบ

แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะก่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมากมาย กว้างขวาง ตามที่กล่าวมา แต่ก็ยังมีข้อเสียหรือผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมที่ความพิจารณา ดังนี้

### 1. ปัญหาผลกระทบทางเศรษฐกิจ ได้แก่

1.1 การเปลี่ยนแปลงอาชีพจากการทำงานด้านเกษตรกรรม มาทำงานด้านการท่องเที่ยว จะทำให้เกิดปัญหาผลิตผลทางการเกษตรลดลงในขณะที่ความต้องการมีสูงขึ้น เนื่องจากการมีนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นก็จะทำให้เกิดการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้สินค้าที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตมีราคาสูง ค่าครองชีพจึงเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

1.2 ลักษณะความเป็นฤดูกาลของการท่องเที่ยว อาจทำให้เกิดปัญหาการว่างงาน และความไม่คุ้มค่าในการลงทุน

### 2. ปัญหาผลกระทบทางสังคม ได้แก่

2.1 ความรู้สึกที่ว่านักท่องเที่ยวมักมีลักษณะท่าทางวางตัวเหนือกว่า ก่อให้เกิดความรู้สึกต่อต้านที่เป็นต้นเหตุของความเปลี่ยนแปลงอุปนิสัยที่เคยโอบอ้อมอารี มีความเป็นมิตรไมตรีต่อกันนักท่องเที่ยวในทางตรงกันข้าม

2.2 มีส่วนกระตุ้นให้เกิดปัญหาอาชญากรรมเนื่องจากค่าครองชีพสูงขึ้น

2.3 นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีส่วนส่งเสริมในกิจกรรมที่เป็นปัญหาของสังคม เช่น การขายบริการทางเพศ การเสพยาเสพติด ฯลฯ

### 3. ปัญหาผลกระทบทางวัฒนธรรม ได้แก่

3.1 การนำวัฒนธรรมเป็นการค้า เช่น การดัดแปลงประเพณีให้เป็นงานบันเทิงเพื่อรองรับการท่องเที่ยว อาจทำให้สูญเสียความภาคภูมิใจในคุณค่าทางวัฒนธรรมของชาติ

3.2 เกิดการลอกเลียนแบบ หรือผลิตศิลปวัตถุโดยขาดคุณค่าทางศิลปะและความประณีตบรรจง

3.3 วัฒนธรรมการแต่งกายและค่านิยมของท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการเลียนแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

### 4. ปัญหาผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ได้แก่

การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการการท่องเที่ยวที่ อาจก่อให้เกิดการทำลายธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ ผลกระทบด้านนี้จะเห็นเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน เช่น การบุกรุกที่ดินสาธารณะ การปลูกสร้างอาคารที่มีรูปแบบขัดกับสภาพแวดล้อม การกำจัดของเสียสิ่งปฏิกูลที่ไม่มีประสิทธิภาพ ฯลฯ

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวที่มีทั้งผลดีและผลเสียอยู่ในตัวเอง ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวจึงต้องพยายามควบคุมป้องกันไม่ให้เกิดผลเสียหรือให้เกิดผลเสียขึ้นน้อยที่สุด

### 2.3.5 แนวความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับวัฒนธรรม

ริชชี และซินส์ (อ้างถึงใน ดอกอ้อ, 2544) ได้กล่าวถึง แนวความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมว่า วัฒนธรรมจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม ซึ่งมีลักษณะเด่น 12 ประการ ของวัฒนธรรมซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว ดังนี้

1. การฝีมือ
2. ภาษา
3. ประเพณี
4. การบริโภค
5. ศิลปะและดนตรี การแสดงดนตรี การวาดรูป และการแกะสลัก
6. ประเภทของการจ้างงานในที่อยู่อาศัยและเทคโนโลยีที่ใช้
7. ประวัติศาสตร์ของพื้นที่ รวมถึงเครื่องเตือนใจที่มองเห็นได้
8. สถาปัตยกรรมที่แตกต่างกว่าที่อื่น
9. ศาสนา
10. ระบบการศึกษา
11. เครื่องแต่งกาย
12. กิจกรรมเวลาว่าง

ซึ่งทั้งหมดของลักษณะเด่นทั้ง 12 ประการจะเป็นตัวดึงดูด หรือแรงดึงดูดในส่วนของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น ซึ่งการที่เมืองต่างๆ จะมีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากจะมีลักษณะเด่นขององค์ประกอบดังกล่าวแล้ว ยังต้องประกอบไปด้วยส่วนอื่นๆ ที่จะก่อให้เกิดแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น ซึ่งอาจจะเป็นแค่ชุมชนเล็กๆ หรือมีอัตราส่วนใหญ่ขึ้นมาในระดับเมือง หรือระดับประเทศก็ได้

### 2.3.6 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม โดยมุ่งควบคุมคุณภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยจะมุ่งเน้นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวมีที่ยั่งยืน อยู่คู่สังคมมนุษย์ และก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ฉะนั้น แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงไม่ใช่เป็นเพียงการท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่มุ่งเสนอขายสินค้า หรือบริการทางการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว



เพียงอย่างเดียว หากยังมุ่งประสานผลประโยชน์ทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอีกประการ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2538) กำหนดไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม รวมถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อสภาพนิเวศน์ ซึ่งมีองค์ประกอบหลักในการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการกระจายรายได้ ซึ่งจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะต้องมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาสิ่งต่างๆดังนี้

1. กิจกรรมต่างๆที่ให้ประสบการณ์ที่หลากหลายมากขึ้น
  2. ประสบการณ์จากการได้ไปเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และ หรือประสบการณ์ที่ได้สัมผัสวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสังคมที่แตกต่างจากตนเองอยู่
  3. โอกาสที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะทางธรรมชาติ วัฒนธรรมที่มีความแตกต่างในแต่ละพื้นที่
  4. ให้มีการอนุรักษ์สภาพธรรมชาติและสมบัติทางวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ที่ไปชม โดยที่เป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นจะพิจารณาจากองค์ประกอบหลัก ดังนี้
    1. ต้องดำเนินในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว
    2. ต้องตระหนักต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว
    3. ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วน ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
    4. ต้องชี้้นำความปรารถนาของประชาชนในท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ที่เที่ยวนั้นๆ
- นับเป็นทางออกที่ดีที่จะก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนา และการอนุรักษ์ทางการท่องเที่ยว แต่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ประสบผลสำเร็จนั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนในพื้นที่ด้วย

### 2.3.7 การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ในการประชุม Globe'90 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า หมายถึง "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆของอนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวนี้มีความหมายถึง การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศน์ด้วย" (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2538)

Shirley Eber (อ้างถึงในสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 1992) ได้เสนอหลักการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไว้ดังนี้

#### 1. การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม (Using Resource Sustainably)

การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม เป็นสิ่งสำคัญและเป็นแนวทางในการทำธุรกิจในระยะยาว

#### 2. การลดการบริโภคที่เกินพอดี (Reducing Over-consumption and Waste)

การลดการบริโภคที่มากเกินไปและความจำเป็น และการลดของเสียจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว

#### 3. การรักษาความหลากหลายทางธรรมชาติ (Maintaining Diversity)

การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวและช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

#### 4. การบูรณาการการท่องเที่ยวเข้ากับการวางแผน (Integrating Tourism into Planning)

การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

#### 5. การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Supporting Local Economics)

การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาด้านราคาและคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังปกป้องสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดการทำลาย

#### 6. การมีส่วนร่วมของท้องถิ่น (Involving Local Communities)

การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชาชนและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย

### 7. การปรึกษากันระหว่างผู้เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public)

การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนในท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหา และลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

### 8. การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff)

การฝึกอบรมโดยสอดแทรกแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยว

### 9. การตอบสนองต่อการตลาดท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly)

การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว

### 10. การวิจัยตรวจสอบ (Under Taking Research)

การวิจัยและการตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและนักลงทุน

จะเห็นได้ว่าแนวความคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม ปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2538) ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนาจึงครอบคลุมถึงองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน (All Tourism Should Be Sustainable Tourism: Dowling, 1995) กล่าวโดยสรุปกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือนสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงสามารถรักษาความดึงดูดใจไว้ไม่เสื่อมคลาย กิจกรรมบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม จะต้องไม่มีหรือมีน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

หลักการพื้นฐานของความยั่งยืน จะต้องได้รับการปฏิบัติโดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด ไม่จำเพาะแต่การท่องเที่ยวเฉพาะอย่าง การท่องเที่ยวขนาดเล็ก การท่องเที่ยวราคาแพง หรือการท่องเที่ยวของกลุ่มตลาดบน (Elite Market) เท่านั้น รวมถึงการท่องเที่ยวแบบคนละใหญ่ (Mass Market) ด้วย

จากกลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวนี้ ทำให้เราทราบเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว องค์ประกอบของการท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยว ผลกระทบของการท่องเที่ยว

ทั้งทางบวกและทางลบ นอกจากนี้ยังทำให้ทราบว่าการทำงานเกี่ยวกับวัฒนธรรมนั้นเกี่ยวพันกัน การทำงานสามารถทำลายวัฒนธรรมได้เช่นเดียวกันถ้าขาดการวางแผนและจัดการทำงานอย่างเหมาะสม ซึ่งจะเป็นสิ่งที่น่าสนใจไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

#### 2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับการวางแผนและกระบวนการวางแผนการทำงานเที่ยว

Edward (1994: 3-4) ได้กล่าวว่า เพื่อให้การบริหารจัดการทำงานเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คือ สร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมประเภทต่างๆ อย่างน้อยที่สุด แต่สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด จึงสมควรที่จะต้องมีการวางแผนเสียแต่เนิ่นๆ เนื่องจากเป็นกระบวนการที่นำมาซึ่งข้อดีต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ทราบถึงทิศทางการพัฒนาการทำงานเที่ยว และความเป็นไปได้ของการพัฒนา
  2. เป็นแนวทางในการคงสภาพอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อให้ใช้ประโยชน์ได้ถึงอนาคต
  3. เป็นแนวทางสร้างความเชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ เนื่องจากมีความต่อเนื่องกับแผนพัฒนาในระดับต่างๆ
  4. เป็นเครื่องมือสำหรับการตัดสินใจของภาครัฐและเอกชน
  5. เป็นแนวทางประสานประโยชน์ร่วมกันระหว่างธุรกิจประเภทต่างๆ ที่เป็นหน่วยบริการการทำงานเที่ยว
  6. เป็นกระบวนการสร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมรวมทั้งลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงานเที่ยว
  7. เป็นการสร้างโครงการทางกายภาพที่เป็นระเบียบอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้ดี
  8. เป็นแนวทางมาตรฐานสำหรับการวางแผนเฉพาะจุด
  9. เป็นการสร้างกรอบการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการลงทุนเพื่อการพัฒนาการทำงานเที่ยว
  10. เป็นพื้นฐานสำหรับติดตามความก้าวหน้าได้อย่างต่อเนื่อง
- การวางแผนเพื่อบริหารจัดการการทำงานเที่ยว มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความร่วมมือและความคิดเห็นจากบุคคลหลายฝ่าย ซึ่ง Edward (1994) ได้จำแนกออกเป็น 2 ฝ่ายคือ กลุ่มที่มีบทบาทหลัก ได้แก่ นักวางแผน ผู้เชี่ยวชาญตลาดการทำงานเที่ยว นักเศรษฐศาสตร์การทำงานเที่ยว นักวางแผนโครงสร้างคมนาคม และกลุ่มที่มีบทบาทรอง ได้แก่ นักนิเวศวิทยา นักสิ่งแวดล้อม นักสังคมศาสตร์ นักมานุษยวิทยา ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนอัตราแรงงาน

ผู้เชี่ยวชาญองค์การท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านการโรงแรมและการบริการ สถาปนิก ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสาธารณูปการ และนักวางแผนคมนาคมขนส่ง เป็นต้น

Edward และ Kaiser & Helber ได้เสนอแนะกระบวนการวางแผนเพื่อจัดการการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

#### 1. กระบวนการวางแผนตามข้อเสนอแนะของ Edward (1994)

##### ขั้นที่ 1 การศึกษาเบื้องต้น (Study Preparation)

เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำข้อกำหนดโครงการ (TOR : Term of Reference) ซึ่งประกอบไปด้วยการเลือกคณะผู้วางแผน การแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุม รวมไปถึงประเด็นการตัดสินใจในเรื่องเศรษฐกิจ สังคมและสภาพแวดล้อม โดยการปฏิบัติในขั้นตอนนี้จะเป็นการชี้แนะว่าการฟื้นฟู ปรับปรุง หรือการพัฒนาจะดำเนินไปในทิศทางใด และจะขยายตัวต่อเนื่องไปในอนาคตได้อย่างไร ทั้งนี้จะต้องสร้างกรอบระยะเวลาของการดำเนินการไว้ด้วย

##### ขั้นที่ 2 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Determination of Objectives)

เป็นการระบุความต้องการหรือผลลัพธ์ท้ายสุดที่ต้องการให้เกิดขึ้น ซึ่งจะต้องมีความสมดุลระหว่างประเด็นเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งควรมีความสอดคล้องกับแผนในระดับต่างๆ ด้วย

##### ขั้นที่ 3 การสำรวจองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง (Survey of all Elements)

ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว อันได้แก่

- รูปแบบและแนวโน้มของการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคและระดับชาติ
- ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีผลผลิตและลักษณะการบริการที่คล้ายคลึงกัน ดึงดูดลูกค้ากลุ่มเดียวกัน โดยศึกษาถึงศักยภาพและข้อจำกัด
- จำนวนและลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวและแนวโน้มในอนาคต
- กิจกรรมที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว
- ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ
- รูปแบบการใช้ที่ดินและการถือครองที่ดิน
- กิจกรรมทางเศรษฐกิจและการจ้างงาน
- แผนพัฒนาคุณภาพ สภาพเศรษฐกิจ สังคม และแผนพัฒนากำลังแรงงาน
- ลักษณะและคุณภาพของสภาพแวดล้อม รวมทั้งรูปแบบทางสถาปัตยกรรม
- รูปแบบทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาพื้นที่

- การจัดการศึกษา โครงการอบรมวิชาชีพแก่แรงงานในพื้นที่
- โครงสร้างการบริหารงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่
- นโยบายและการลงทุน
- กฎระเบียบ ข้อบังคับในปัจจุบัน

#### ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้ได้ความเข้าใจในภาพกว้าง ในประเด็นต่อไปนี้

- ตลาดการท่องเที่ยว
- อุปทานที่พัก โครงสร้างบริการพื้นฐานและแรงงานบริการ
- รูปแบบการคมนาคมขนส่งที่รองรับนักท่องเที่ยวได้
- ผังโครงสร้างสำหรับการพิจารณาความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่ง

นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

- ศักยภาพและปัญหาของการพัฒนา

#### ขั้นที่ 5 การสร้างนโยบายและแผน

เป็นขั้นตอนการร่างนโยบาย เพื่อเตรียมผังโครงสร้างทางกายภาพ โดยเริ่มต้นจากการใช้แผนทางเลือก (Alternative Scenario) เพื่อการประเมินผล กล่าวคือ แผนทางเลือกแต่ละแผนจะถูกประเมินด้วยเกณฑ์ต่างๆ ที่สอดคล้องในทางเดียวกันกับวัตถุประสงค์ ซึ่งแผนที่ดีที่สุดจะถูกเลือกและได้รับการปรับปรุงในบางส่วน แต่ทั้งนี้ในขั้นตอนของการเลือกควรเปิดโอกาสให้บุคคลหลายกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมด้วย

#### ขั้นที่ 6 การประกาศใช้แผนอย่างเป็นทางการ

#### ขั้นที่ 7 การนำไปปฏิบัติและติดตามผล ทั้งระหว่างที่ใช้แผนและหลังใช้แผน

## 2. กระบวนการวางแผนตามข้อเสนอแนะของ Kaiser & Helber

ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจสถานการณ์การท่องเที่ยวด้วยการลงไปสัมผัสปัญหาในพื้นที่ รวมทั้งศึกษาเชิงภาคสนาม แต่ทั้งนี้ การศึกษาควรทำในระยะเวลาอันสั้น เพื่อประหยัดต้นทุนการดำเนินงาน

ขั้นที่ 2 การสำรวจสภาพพื้นที่เบื้องต้น เพื่อการตัดสินใจวางแผน จากนั้นจึงตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผน เช่น การสร้างงานใหม่ การจำกัดระดับผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรม

ขั้นที่ 3 การศึกษาความเหมาะสมของแผน เป็นการศึกษาในแนวกว้าง เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการ ซึ่งสิ่งสำคัญของขั้นตอนนี้คือ การกระตุ้นให้คนในพื้นที่มี

ส่วนร่วมในการพัฒนาด้วย และผลลัพธ์ที่จะได้ก็คือ แนวความคิดและวัตถุประสงค์ในเชิงลึก มีข้อมูลพื้นฐานสนับสนุนและสามารถสร้างเป็นกรอบของโครงการได้

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ตลาดและทรัพยากร เป็นการรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย และส่วนแบ่งทางการตลาด โดยตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ได้แก่ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ สถานบันเทิงและสันทนาการ โครงสร้างพื้นฐานสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมสนับสนุน เงินทุน แรงงาน และทัศนคติของรัฐ

ขั้นที่ 5 การวางกรอบแนวความคิด เป็นการนำผลของการวิเคราะห์ตลาดมาสร้างภาพจำลองลักษณะพื้นที่โครงการ โดยสิ่งที่รวมอยู่ภายในกรอบแนวคิด อาจได้แก่ ภาพรวมของโครงการ จุดแข็งของทรัพยากรที่จะนำมาพัฒนา เป้าหมายและผลประโยชน์ตอบแทนของสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ทั้งนี้ ต้องพิจารณาควบคู่ไปกับการความต้องการโครงสร้างพื้นฐานของนักท่องเที่ยว นโยบายการใช้ที่ดิน รูปแบบทางสถาปัตยกรรมและนโยบายการลงทุน

ขั้นที่ 6 การสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทุกระดับ

ขั้นที่ 7 การวางแผนแม่บท ซึ่งครอบคลุมในเรื่องต่อไปนี้

- ขนาดและการจัดสรรการใช้ที่ดิน
- ผังสาธารณูปโภค สาธารณูปการ
- ขอบเขตและขนาดพื้นที่ใช้สอยของนักท่องเที่ยว
- การออกแบบทางสถาปัตยกรรมและมาตรฐานการพัฒนาอาคาร
- ภูมิทัศน์โดยรวม
- การจัดโซนนิ่งและระเบียบการใช้ที่ดิน
- ผังเวลาสำหรับการทำงาน
- การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนโครงการ
- กฎระเบียบข้อบังคับสำหรับการลงทุนโดยภาคเอกชน
- โครงการพัฒนาบุคลากร เช่น ทักษะฝีมือ การบริหาร การจ้างงาน ฯลฯ

ขั้นที่ 8 การใช้แผนในระยะนี้รัฐจะออกกฎหมายหรือนโยบาย รวมทั้งงบประมาณและโครงการกระตุ้นตามแผน ฝ่ายสถาบันการเงินและนักลงทุนจะจัดการเรื่องเงิน ส่วนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องก็จะสร้างที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ทั้งนี้ ต้องอาศัยการประสานงานที่ดี เพราะมีความซับซ้อนมาก

ขั้นที่ 9 การควบคุมให้เป็นไปตามแผน

ขั้นที่ 10 การประเมินผลและปรับปรุงโดยติดตามอย่างต่อเนื่อง

แนวความคิดเกี่ยวกับการวางแผนและกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยวนี้ สามารถทำให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยว ตั้งแต่ขั้นต้นศึกษาสถานการณ์และสภาพทั่วไปของพื้นที่ ไปจนถึงการกำหนดออกมาเป็นแผน ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเขตสัมพันธวงศ์ได้ต่อไป

## 2.5 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระดับต่างๆ

### ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ. 2547-2551

- เป้าประสงค์ การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ที่สามารถกระจายรายได้ และโอกาสการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง

- วิสัยทัศน์ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายในปี 2551

- เป้าหมาย ในปี 2551 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคน หรือมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 700,000 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ มี 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

#### ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

1) เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น  
 2) เพื่อเป็นเครื่องมือในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศให้เป็นไปตามเป้าหมาย  
 3) เพื่อดำเนินการตลาดเชิงรุกที่เกิดผลได้ในระยะเวลารวดเร็ว และเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ในภูมิภาคเอเชีย มากกว่าร้อยละ 10 ในสิ้นปี 2551 ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway ในภูมิภาคเอเชีย

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบสารสนเทศ

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริม World Event Marketing

#### ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

1) เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการกระจายรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน



2) เพื่อพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดและเป็น Magnet ดึงดูดนักท่องเที่ยว

3) เพื่อให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวนั้นมีมาตรฐาน สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

4) เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมาย คือ

- มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายทางการตลาด และเป็น Magnet เพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น มากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี

- รายได้ของประชาชนในพื้นที่เป้าหมายที่มาจากสาขาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี

- มีแหล่งท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรชุมชนดูแล อนุรักษ์ และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สร้าง พัฒนา ฟื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ยกกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

กลยุทธ์ที่ 3 เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ

1. เพื่อให้มีระบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

2. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์

ระดับชาติ นโยบายรัฐบาล และยุทธศาสตร์การพัฒนา 19 กลุ่มจังหวัด โดยมีเป้าหมาย คือ

- องค์กรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมีจำนวนเพิ่มขึ้น

- เพิ่มจำนวนบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ดี

- มีการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการในแบบบูรณาการทางด้านการท่องเที่ยว

ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อให้เป็นแกนหลักในการ ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในทุก  
ระดับทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน ในประเทศและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3 การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

### ยุทธศาสตร์การพัฒนาของเขตสัมพันธวงศ์ เฉพาะด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ของเขตสัมพันธวงศ์ กำหนดให้สัมพันธวงศ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
ที่ยังคงเอกลักษณ์ไชน่าทาวน์ โดยใช้หลักการสร้างความร่วมมือจากทุกฝ่ายในลักษณะบูรณาการ

1. สร้างภาคีการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆอย่างบูรณาการ
2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คงลักษณะไชน่าทาวน์ของเมืองไทยไว้ได้อย่างสมบูรณ์
3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามสำหรับนักท่องเที่ยว และเป็นเมืองที่น่าอยู่ของประชาชน

ทางเขตกำหนดให้พื้นที่สัมพันธวงศ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นทางด้านวัฒนธรรมประเพณี  
เนื่องจากสัมพันธวงศ์เป็นย่านไชน่าทาวน์ของเมืองไทย ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวเอง เช่น  
ความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชนชาวไทยเชื้อสายจีน ความหลากหลายทาง  
วัฒนธรรม ประเพณี และศาสนาของประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึง  
ลักษณะเฉพาะของย่านต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเอกลักษณ์  
ชุมชนและการท่องเที่ยวของผู้ศึกษา จะเห็นได้ว่า สามารถตอบรับกับยุทธศาสตร์ระดับเขตได้  
อย่างเหมาะสม

เขตสัมพันธวงศ์เป็นเขตที่มีความได้เปรียบทางด้านที่ตั้ง ซึ่งสามารถเดินทางจากที่ต่างๆ  
ได้จากทั้งทางบกและทางน้ำ โดยถนนสายหลักๆหลายสายและทางแม่น้ำเจ้าพระยา ประกอบกับ  
สภาพภูมิทัศน์ที่มีความสวยงามของไชน่าทาวน์ และยังมีศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่ ซึ่งทั้งหมดนี้  
ถือเป็นจุดเด่นทางการท่องเที่ยวของเขตสัมพันธวงศ์ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจ

ดังนั้นนโยบายหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวของเขตสัมพันธวงศ์ คือ การทำให้เขตสัม  
พันธวงศ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ ซึ่งมีความสามารถรองรับ  
นักท่องเที่ยวจากแหล่งต่างๆทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้ โดยอาศัยย่านการค้าที่มีชื่อเสียง  
ต่างๆภายในพื้นที่ เป็นปัจจัยหนึ่งในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง โดยไม่  
เป็นการทำลายเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของพื้นที่

การศึกษาแผนพัฒนาในระดับต่างๆนี้มีความจำเป็น เพราะในการศึกษาวิจัยและ  
เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเขตสัมพันธวงศ์ จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาแผน  
ยุทธศาสตร์ในระดับประเทศ และแผนยุทธศาสตร์ของเขตสัมพันธวงศ์เดิมควบคู่ไปด้วย เพื่อให้การ

พัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวมของเขตสัมพันธวงศ์ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระดับประเทศและของเขต

2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องนี้ ทำให้เราสามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเอกลักษณ์ชุมชนและการท่องเที่ยวของเขตสัมพันธวงศ์ได้ โดยนำแนวคิดเหล่านี้มาใช้ในกระบวนการคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

ในงานวิจัยเรื่องนี้ จะแสดงถึงการเกิดเอกลักษณ์ชุมชนโดยผูกพันกับระยะเวลาในการตั้งถิ่นฐานตั้งแต่อดีตส่งผลสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน และการกำหนดเอกลักษณ์ชุมชน ซึ่งได้แก่เอกลักษณ์ด้านกายภาพ กิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม ซึ่งเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวที่ปราศจากการจัดการที่เหมาะสม ก็จะทำให้เกิดปัญหาตามมา และส่งผลกระทบต่อเอกลักษณ์ชุมชนได้เช่นเดียวกัน

