

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

- 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
- 2.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
- 2.1.3 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
- 2.1.4 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- 2.1.5 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

- 2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ
- 2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
- 2.2.3 การวัดความพึงพอใจ

2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคุ้งกระเบน กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืชในพื้นที่การดำเนินงานของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก และมีบทบาทเป็นรากฐานของการบริการที่หลากหลาย (John R. W., 2009 : p. 37) เป็นกิจกรรมทางสังคมที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม (Lickorish and Jenkins, 1997 : p. 3) องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO-United Nation of World Tourism Organization) อธิบายว่า “การท่องเที่ยว” คือ กิจกรรมของบุคคลที่เดินทางไปและพำนักอาศัยอยู่ในสถานที่ นอกเหนือจากสภาพแวดล้อมปกติในชีวิตประจำวัน ติดต่อกันไม่เกินหนึ่งปี ด้วยเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนหย่อนใจ ธุรกิจ หรือจุดประสงค์อื่นใดซึ่งต้องไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ได้คำตอบแทนจากสถานที่แห่งนั้น กิจกรรมการท่องเที่ยว จึงประกอบด้วยเงื่อนไข 3 ประการ ได้แก่

1. การเคลื่อนที่ออกไปจากสถานที่อันคุ้นเคยในชีวิตประจำวัน
2. วัตถุประสงค์จะต้องไม่เป็นไปเพื่อการหารายได้จากสถานที่ที่เดินทางไปเยือน โดย

ในอดีตวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำกัดเพียงเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเยี่ยมญาติมิตรเท่านั้น

ต่อมาภายหลังได้ขยายรวมถึงการเดินทางเพื่อทำธุรกิจด้วย (แต่ต้องเป็นธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ที่ไปท่องเที่ยว)

3. ระยะเวลาที่กำหนดไว้ยาวนานที่สุดติดต่อกันไม่เกินหนึ่งปี สำหรับช่วงระยะเวลาที่มาเยือนอาจไม่จำเป็นต้องพักค้างคืนก็ได้

จากนิยามของคำว่า “การท่องเที่ยว” ดังกล่าวข้างต้น มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุพดี เสตพรธ (2548 : หน้า 287) ที่ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และไม่ใช่เป็นการเดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และไม่ใช่นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในจังหวัดที่เดินทางไป โดยวัตถุประสงค์ในการเดินทางไม่เฉพาะเพื่อการพักผ่อนหรือสนุกสนานรื่นเริงเท่านั้น แต่รวมถึงการเดินทางเพื่อไปประชุมสัมมนา เพื่อการกีฬา ติดต่อธุรกิจหรือเยี่ยมญาติ อีกทั้งยังเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราว เพื่อทำการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ (ศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543 : หน้า 19) รวมไปถึงการเดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ทางธุรกิจตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้วยการใช้การคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ (วิมล จิโรจพันธุ์ ประชิต สกฤษพัฒน์ และอุดม เขยกิจวงศ์, 2548 : หน้า 47) การท่องเที่ยว คือ การเดินทางเพื่อสราญใจโดยมีนักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเพื่อไฝหาสุขารมณ์ หรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น (ธนดล สุวรรณนิชชะ, 2556 : หน้า 6) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วย การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน (นิศา ชัชกุล, 2554 : หน้า 2) การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รัฐบาล และชุมชนที่เป็นเจ้าบ้าน ในกระบวนการดึงดูดและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน (ประภัทร สุทธาเวช, 2550 : หน้า 112)

จากความหมายของการท่องเที่ยวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยว คือ กิจกรรมการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่ปกติไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และหาประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งไม่ใช่การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพหรือเปลี่ยนที่พำนักเป็นการถาวร

2.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวง สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย กระทรวงมหาดไทย (2541 : หน้า 2-5) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่

1. นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว หากไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งออกนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

ก. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักเป็นการถาวรในราชอาณาจักรไทย

ข. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourism) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

ค. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทย แต่ไม่ค้างคืน

ง. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักอาศัยอยู่ในราชอาณาจักรไทยและเดินทางไปยังสถานที่หนึ่ง ไปอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช่เป็นที่อยู่ประจำของตนเอง

จ. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

ฉ. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

2. การตลาดท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว นั้น จำเป็นต้องมีการตลาดท่องเที่ยวช่วยชักนำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ โดยการตลาดท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี ดังนี้

ก. การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และการบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

ข. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น เร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ

3. การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้วก็ต้องจำเป็นต้องใช้บริการขนส่ง เพื่อนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ซึ่ง การขนส่ง หมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ และกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

ก. การขนส่งทางรถยนต์

ข. การขนส่งทางรถไฟ

ค. การขนส่งทางเรือ

ง. การขนส่งทางเครื่องบิน

4. ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของ

นักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือน หรือไปท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

ก. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นสิ่งดึงดูดใจและมีความสวยงามที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ แม่น้ำ ป่าไม้ ชายหาด เป็นต้น

ข. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และโบราณคดี เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด พระพุทธรูป กำแพงเมือง เครื่องปั้นดินเผาโบราณ ศิลาจารึก เป็นต้น

ค. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ มีคุณค่าและเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนเผ่าต่างๆ การแต่งกาย ศิลปะการแสดง ภาษาพื้นบ้าน เป็นต้น กิจกรรมร่วมสมัย เช่น การพายเรือล่องแก่งซีจรรย์าน ปีนเขา เป็นต้น

5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย และปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

ก. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะประกอบด้วย

1. การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง และการตรวจตราหนังสือเดินทาง การต่อวีซ่า เป็นต้น

2. การให้บริการท่องเที่ยว เป็นการให้ความสะดวกในระหว่างการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ได้แก่ การให้บริการ 5 ประเภท ได้แก่ การบริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว การบริการที่พักแรม การบริการอาหารและบันเทิง การบริการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ และการบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

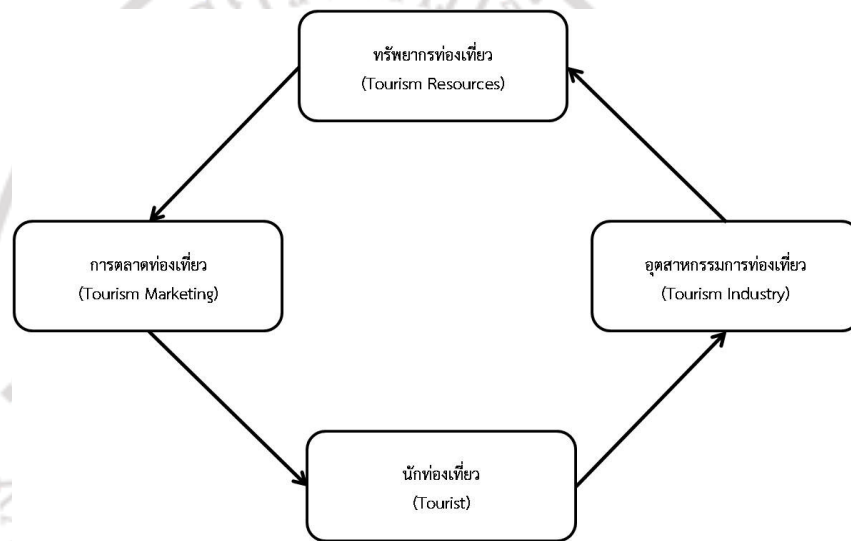
ข. สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้นแก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ ประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่

1. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความความสะดวกสบายในความเป็นอยู่ และส่งผลเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวด้วย เช่น การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสาธารณสุข เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งทางร่างกาย ทรัพย์สิน และการเดินทางแก่ประชาชน และนักท่องเที่ยว ด้วยการป้องกัน และปราบปรามอาชญากรรม และความเดือดร้อนต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้นชิงทรัพย์ และความปลอดภัยจากบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งเสริมหรือสนับสนุนเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงาม และการรักษาพยาบาล เป็นต้น

แนวคิดเรื่ององค์ประกอบการท่องเที่ยวข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555 : หน้า 4-8) ที่อธิบายว่า การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 ประการ ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 2.1 ได้แก่



ภาพที่ 2.1: องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
แหล่งที่มา บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555 : หน้า 5)

1. ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resources) หมายถึง สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว อันเป็นพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยว โดยมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทุกประเภทเข้ามาเยี่ยมชม ทรัพยากรท่องเที่ยวอาจเป็นได้ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เป็นองค์ประกอบแรกของการท่องเที่ยว เนื่องจากทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว หรือเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยว จึงต้องสามารถจูงใจหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอยู่เสมอ อาจมีการปรับปรุงทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น หรือพยายามที่จะพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น ทรัพยากรท่องเที่ยวเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปซื้อถึงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเอง

2. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นองค์ประกอบที่สองของการท่องเที่ยว เนื่องจากการที่คนจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ย่อมต้องมีสิ่งจูงใจให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้นๆ การตลาดท่องเที่ยวจะช่วยส่งเสริมชักจูงเร้าให้คนเข้ามาท่องเที่ยวที่หนึ่งๆ ที่ใดมากขึ้น ทั้งนี้เพราะการที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวก็ต้องรู้จักสถานที่นั้นๆ ก่อนว่ามีสิ่งที่น่าสนใจอะไรบ้างที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะไปเยี่ยมชม

การตลาดท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่ต้องร่วมมือกันทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐและเอกชนในการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและสนใจที่จะมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

3. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ บุคคลที่เดินทางอยู่ในประเทศใดประเทศหนึ่งที่มีใช้บ้านเมืองที่อาศัยอยู่เป็นประจำเป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สามของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น หากไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นไม่ได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นการบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและความพึงพอใจ

4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หรือธุรกิจท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบสุดท้ายของการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวที่ใดที่หนึ่งก็ต้องมีการเดินทาง แต่การเดินทางจะเกิดขึ้นไม่ได้ หากขาดการขนส่ง และเมื่อเดินทางถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวก็ต้องการบริการที่พัก อาหาร และบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ตามปกติธุรกิจท่องเที่ยวมักลงทุนโดยเอกชน แต่รัฐบาลจะเป็นผู้ควบคุมให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล ด้วยการส่งเสริมและพัฒนาให้ธุรกิจท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 2 ธุรกิจใหญ่ ๆ ได้แก่

ก. ธุรกิจโดยตรง เป็นธุรกิจบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจไมซ์ (การจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและนิทรรศการ) และธุรกิจการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

ข. ธุรกิจทางอ้อม เป็นธุรกิจให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจตัดเสื้อผ้า ธุรกิจการเงิน ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจรักษาโรค ธุรกิจล้างอัดรูป ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจการศึกษา เป็นต้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.1.3 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

Della Corte & Micera (2007) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่จะสื่อไปถึงความเชื่อ ความคิด และสร้างความประทับใจให้ลึกกลงไปในจิต (mind) ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย (Milman & Pizam, 1995 : pp. 21-27)

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการท่องเที่ยว คุณภาพของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว
2. พฤติกรรมและทัศนคติของคนในชุมชน
3. สิ่งแวดล้อม ได้แก่ สภาพอากาศ และทิวทัศน์

นอกจากภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นแล้ว การบริการนักท่องเที่ยวยังเป็นปัจจัยสำคัญในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย (Rüdiger Leidner, 2004 : pp. 1-47) โดยได้กล่าวถึงการบริการนักท่องเที่ยวว่าประกอบไปด้วย

1. โรงแรม
2. การคมนาคมขนส่ง
3. การบริการอาหารและเครื่องดื่ม
4. การบริการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ (Commercial Tourist Attraction)
5. การบริการกิจกรรมทางการกีฬาและการพักผ่อนหย่อนใจ
6. การบริการห้องชุดแบบไม่มีบริการ (Non-Service Apartment)
7. การบริการพื้นที่ตั้งค่าย (Camp)
8. การบริการร้านค้าปลีก
9. การบริการที่พักอาศัยแบบมีบริการ (Serviced Accommodation)
10. การบริการให้เช่าห้องพัก (Rented Rooms)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : หน้า 30-37) ได้อธิบายถึงเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยการพิจารณาจากปัจจัย 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่

ก. ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด และชุมชนท้องถิ่นมีความพึงพอใจ และยอมรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ได้แก่ การอยู่ห่างจากพื้นที่ที่มีคุณค่าเชิงอนุรักษ์ การอยู่ห่างจากตัวเมือง และการเป็นที่ยอมรับของประชาชนในท้องถิ่น

ข. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความใกล้หรือไกลจากตัวเมือง ความสะดวกและความปลอดภัยในการเข้าไปเยี่ยมชมแหล่งเที่ยวนั้นๆ ได้แก่ ความใกล้หรือไกลจากถนนสายหลัก และถนนสายรอง ความปลอดภัยในการเดินทาง คุณภาพของเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางสู่แหล่งท่องเที่ยว

2. ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ ได้แก่

ก. คุณค่าทางเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางตามประเภทของแหล่งเที่ยวนั้นๆ ได้แก่ มีเอกลักษณ์เฉพาะทางธรรมชาติ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี หรือกิจกรรม

ข. คุณค่าทางความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความสมบูรณ์ และความเป็นสภาพดั้งเดิมของทรัพยากรเที่ยวนั้นๆ ได้แก่ ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติ และความเป็นสภาพดั้งเดิมของธรรมชาติ ความสมบูรณ์ของสิ่งก่อสร้างทางด้านประวัติศาสตร์ และโบราณคดี ความสมบูรณ์ของศิลปวัฒนธรรมประเพณี และกิจกรรมที่สืบทอดกันมา

ค. คุณค่าทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงลักษณะเด่นเฉพาะทางสังคมที่ได้รับจากแหล่งเที่ยวนั้นๆ ได้แก่ ความเข้มแข็งในการดำรงรักษาเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ความผูกพันต่อชุมชนท้องถิ่น และการสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ

ง. คุณค่าทางวิชาการและการศึกษาของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงลักษณะเด่นทางวิชาการและการศึกษาของแหล่งเที่ยวนั้นๆ ได้แก่ การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียน

รู้ถึงลักษณะเด่นทางวิทยาการและการศึกษาจากแหล่งท่องเที่ยว กระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และวิธีการเผยแพร่ความรู้

จ. คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความกลมกลืนและความงดงามของธรรมชาติ ความกลมกลืนและความงดงามด้านสถาปัตยกรรม ความกลมกลืนและความงดงามด้านศิลปวัฒนธรรม

3. ด้านความนิยมของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่

ก. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการรู้จักอย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ ระดับความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว การเผยแพร่ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

ข. ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

ค. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความนึกคิดและคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในความนึกคิดและคาดหวังของนักท่องเที่ยว การเสริมสร้างแหล่งท่องเที่ยว

4. ด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

ก. การให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงข้อมูล และวิธีการให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว วิธีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

ข. การป้องกันอุบัติเหตุในขณะเยี่ยมชมของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงมาตรการการป้องกันความปลอดภัยในขณะเยี่ยมชมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ การติดตั้งป้ายและสัญญาณเตือนภัย การมีอุปกรณ์ และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย การมีแผนป้องกันภัย

ค. การป้องกันการโกงราคาค่าบริการของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ มีการกำหนดมาตรฐานและราคาค่าบริการอย่างเหมาะสม มีการควบคุมตรวจสอบป้องกันการขึ้นราคาค่าบริการ มีมาตรการลงโทษผู้ฝ่าฝืน

ง. การดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย การพัฒนาและสร้างขวัญกำลังใจแก่เจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย

Collier and Harraway (1997 อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ 2542 : หน้า 8) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วนของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วย

1. การขนส่ง (Transportation) โดยการขนส่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ ประกอบด้วย การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

2. ที่พัก (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บ้านพัก แยกต่างออกไปตามวัตถุประสงค์ของ ผู้ประกอบการ รสนิยมของนักท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3. สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่างๆ (Attractions Activities and Ancillary Services) เพื่อความเพลิดเพลินบันเทิงใจและความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพื่อให้เกิดความประทับใจในสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ

4. การขาย (Sales) ทำให้เกิดการกระจายการให้บริการด้านการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ผู้ขายส่ง บริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนการจัดการเดินทาง (Travel Agents)

ทัศนรณ์ นาคเขียว (2545 : หน้า 23) ได้กล่าวว่า การที่การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ หรือ 3 As ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมเยือน หากไม่มีสิ่งดึงดูดใจแล้ว นักท่องเที่ยวก็ไม่มีแรงจูงใจมาสถานที่นั้น ได้แก่ ความสวยงามตามธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สิ่งที่จะบริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ สะดวกและอยากมาท่องเที่ยวอีก หรือพักอยู่นานขึ้น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง การสื่อสาร ไฟฟ้า น้ำประปา ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และบริการนำเที่ยว เป็นต้น

3. การเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility) หมายถึง การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงพื้นที่นั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง ปัจจัยคมนาคมที่สะดวกจะทำให้มีนักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปท่องเที่ยวมาก แต่ถ้าแหล่งท่องเที่ยว อยู่ไกลและไม่มีการคมนาคมเข้าถึงได้สะดวกเพียงพอก็จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นลดความสำคัญลง

ดรชชนี เอมพันธุ์ และเรณูภา รัชโน (2550: 2) ได้อธิบายเพิ่มเติมถึงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่า การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นการบ่งชี้ความสามารถ และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งเป็นการจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ในกรณีที่มีแหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่ในพื้นที่ที่ต้องการพัฒนาเป็นจำนวนมาก แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงจะถูกจัดให้อยู่ในลำดับต้นของการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพของตัวแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจ และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

2. ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

จากแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจากนักวิชาการที่หลากหลายข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปเป็นมิติการประเมินศักยภาพในรูปแบบตาราง ดังเห็นได้จากตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

แนวคิดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	นักวิชาการ						
	ก	ข	ค	ง	จ	ฉ	ช
1. ด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	✓						
1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว		✓			✓	✓	✓
1.2 พฤติกรรมของคนในชุมชน		✓					
1.3 ทักษะของคนในชุมชน		✓		✓			
1.4 สภาพอากาศ		✓					
1.5 ทิวทัศน์		✓				✓	✓
1.6 ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว		✓					✓
2. ด้านการบริการนักท่องเที่ยว			✓				
2.1 การคมนาคมขนส่ง			✓	✓	✓	✓	✓
2.2 การบริการอาหารและเครื่องดื่ม			✓				
2.3 การบริการกิจกรรมทางการกีฬาและการพักผ่อนหย่อนใจ			✓		✓		
2.4 การบริการพื้นที่ตั้งค่าย (Camp)			✓				
2.5 การบริการร้านค้าปลีก			✓				
2.6 การบริการให้เช่าห้องพัก (Rented Rooms)			✓		✓		
2.7 สิ่งอำนวยความสะดวก			✓		✓	✓	✓
3. ด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว				✓			
3.1 ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว				✓			
3.2 ความพร้อมในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว				✓			✓
4. ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว				✓			✓
4.1 เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว				✓			
4.2 ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว				✓			
4.3 วิทยาการและการศึกษาของแหล่งท่องเที่ยว				✓			
4.4 สุนทรียศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว				✓			
5. ด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว				✓			
5.1 การให้ข้อมูลด้านความปลอดภัย				✓			
5.2 การป้องกันอุบัติเหตุ				✓			
5.3 การดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่				✓			

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ก. Della Corte & Micera (2007)

ข. Milman & Pizam (1995)

ค. Rüdiger Leidner (2004)

ง. บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548)

จ. Collier and Harraway (1997 อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2542)

ฉ. ทศภรณ์ นาคเขียว (2545)

ช. ดร.ช. นี เอ็มพินธุ์ และเรณูภา รัชโน (2550)

2.1.4 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินงานที่จะให้การท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รักษาทรัพยากรให้คงความดึงดูดใจ และพัฒนาให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542 : หน้า 2-12)

การบริหารจัดการและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จัดการได้ยาก เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐมีการแบ่งแยกเขตกัน แต่หน่วยงานของแต่ละจังหวัดต่างมีสิทธิ์ในการทำสิ่งต่างๆ ทำให้ยากต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาตามลักษณะของพื้นที่ และวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ โดยหลักของการบริหารจัดการที่ดีและจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ควรมีการจัดทำมาตรฐานเพื่อช่วยส่งเสริมและผลักดันให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม มีความปลอดภัย สะอาด เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก และสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น (สุชาติ ศรีสุวรรณภาพ, 2558 : หน้า 90-100)

ถึงแม้ว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่จัดการได้ยาก แต่ปัจจุบันมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้เกิดความยั่งยืน โดยศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย (Asian Center for Tourism Planning and Poverty Reduction) (2549 : หน้า 8-11) ได้เสนอหลักการสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 18 ประการ ดังนี้

1. สมาชิกของชุมชนจะต้องควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน กำหนดแหล่งทรัพยากรที่จะต้องได้รับการทำนุบำรุงและส่งเสริม รวมทั้งการร่วมกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ในกาพัฒนาและบริหารจัดการ นอกจากนี้สมาชิกของชุมชนจะต้องเข้าร่วมในการดำเนินการตามแนวทางและกลยุทธ์ที่ได้กำหนดขึ้น รวมทั้งการเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานด้านบริการสาธารณสุข และการอำนวยความสะดวกต่างๆ

2. นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวควรพัฒนาขึ้นจากความร่วมมือของกลุ่มต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่

3. การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจะต้องรวมถึงโอกาสในการจ้างงานที่มีคุณภาพ การจัดหางานที่ดีและเหมาะสมให้กับคนในพื้นที่ การให้โอกาสคนในท้องถิ่นเข้ามาร่วมบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า ฯลฯ นอกจากนี้การให้การศึกษา การฝึกอบรมกับคนในท้องถิ่น ถือเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาประเภทนี้ด้วย

4. การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวควรเป็นไปอย่างกว้างขวางในแต่ละพื้นที่

5. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องให้ความเสมอภาคระหว่างคนรุ่นต่างๆ ชุมชนควรรักษาทรัพยากรไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีไม่น้อยกว่าสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าเกิดประโยชน์สูงสุด

6. การวางแผนระยะยาวเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นหลักประกันว่าพื้นที่นั้นๆ จะไม่เสียหายจากการดำเนินกิจกรรมใดๆ เพียงเพื่อประโยชน์ระยะสั้น

7. ความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและมนุษย์ ตลอดจนการตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมมือระหว่างรัฐบาล ชุมชนท้องถิ่น และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนองค์กรไม่แสวงกำไรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

8. กลยุทธ์และแผนด้านการท่องเที่ยวจะต้องได้รับการเชื่อมโยงเข้ากับนวัตกรรมและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

9. ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างผู้กำหนดนโยบายและผู้ปฏิบัติในระดับต่างๆ

10. การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากแต่ละธุรกิจหรือการดำเนินงานด้านหนึ่งด้านใด ย่อมมีผลกระทบต่อ การประกอบการ หรือคุณภาพการทำงานของธุรกิจด้านอื่นๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

11. การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับของพื้นที่ จะต้องได้รับการพิจารณา โดยครอบคลุมทั้งข้อจำกัด และการพัฒนาด้านกายภาพ ด้านธรรมชาติ ด้านสังคมและวัฒนธรรม จะต้องมีความสอดคล้องกับข้อจำกัดของท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม แผนและ การดำเนินงานใดๆ ควรได้รับการประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ และมีการปรับปรุงแก้ไขตามความเหมาะสม

12. การสร้างหลักเกณฑ์ประเมินผลกระทบ นอกจากจะต้องมีการสร้างประมวล จรรยาบรรณในการปฏิบัติสำหรับการท่องเที่ยวในทุกระดับ ทั้งในระดับชาติ ระดับภูมิภาคและระดับ ท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาดัชนีชี้วัดสำหรับใช้ชี้วัดผลกระทบ และความสำเร็จของโครงการท่องเที่ยว

13. การเน้นผลประโยชน์ชุมชน คุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การวางแผนการท่องเที่ยวจะต้องเปลี่ยนแปลงจากแนวทางดั้งเดิมที่เน้นการเติบโตของอุตสาหกรรมมาเป็นการให้ความสำคัญของโอกาสในการจ้างงาน และการพัฒนารายได้ รวมทั้งคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น ด้วย ในขณะที่เดียวกันต้องแน่ใจว่า การตัดสินใจในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนานั้นสะท้อนให้เห็นถึง การตระหนักในคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การบริหารจัดการและการใช้ ทรัพยากรสาธารณสุขต่างๆ เช่น น้ำ อากาศ และที่ดินของส่วนรวม ควรมีความรับผิดชอบที่สามารถ ตรวจสอบได้ในฐานะของผู้ใช้ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นที่แน่ชัดว่าทรัพยากรเหล่านี้ไม่ถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด

14. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาการศึกษาและ หลักสูตรอบรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจให้กับสาธารณะชน ตลอดจนความสามารถทาง ธุรกิจ การประกอบอาชีพ และความเชี่ยวชาญในสาขาอาชีพต่างๆ

15. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนรวมถึงการส่งเสริมกิจกรรมและการ ดำเนินการที่จะช่วยส่งเสริมลักษณะเด่นของสภาพภูมิทัศน์และพื้นที่ในบริเวณนั้น ความเป็น เอกลักษณ์ของชุมชน และโอกาสในการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ กิจกรรมต่างๆ ควรมุ่งให้เกิด ประสพการณ์ที่มีคุณภาพ อันนำไปสู่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

16. ขนาดและประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวจะต้องสะท้อนให้เห็นข้อจำกัดและขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากรในพื้นที่ โดเน้นการส่งเสริมให้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็ก และบริการที่มีผลกระทบน้อย

17. กระบวนการบริหารจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะต้องช่วยดำรงรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา ทั้งนี้โดยใช้หลักเกณฑ์และมาตรฐานสากล

18. การตลาดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ควรให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับในขณะที่ยังเน้นหลักการข้ออื่นๆ ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น การส่งเสริมการตลาดดังกล่าว ควรกระทำอย่างมีสำนึกรับผิดชอบ และสะท้อนจริยธรรมของการบริหารจัดการของแหล่งพื้นที่การท่องเที่ยว

หลักเกณฑ์ 18 ประการข้างต้น เป็นความมุ่งมั่นและเป็นการดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จเป็นสิ่งที่ยากมากที่จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวยึดมั่นอยู่กับหลักเกณฑ์ดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ในการวางแผนด้านการท่องเที่ยวทุกครั้งควรนำหลักการเหล่านี้มาพิจารณาใช้เป็นเป้าหมายในการวางแผนดำเนินการ

Jennifer Stange et al. (2017 : p. 21) ได้สรุปถึงขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. ส่งเสริมและกระตุ้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Promote sustainable development)
2. สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเฉพาะเจาะจง (Create products for specific visitor market segments)
3. ยกระดับและรักษาระดับความสามารถในการแข่งขัน (Gain and maintain competitiveness)
4. เพิ่มประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว (Enhance visitor experience)
5. อนุรักษ์และยังคงอยู่ซึ่งทรัพยากรท้องถิ่น (Preserve local resources)
6. พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น (Improve residents' quality of life)

สมชาย สนั่นเมือง (2541 : หน้า 19) กล่าวถึง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งมีปัจจัยหลักสำหรับการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนั้นจะต้องมีกระบวนการ และองค์ประกอบหลักที่สำคัญประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวต้องมีการพิจารณาทั้งในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน ความพร้อมของชุมชนท้องถิ่น ความพร้อมในเรื่องการบริหารจัดการ ซึ่งหากในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมก็ยังไม่ควรเปิดให้ผู้คนเข้ามาเที่ยว ซึ่งทำให้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวยังคงอยู่ตลอดไป

2. การบริการทางการท่องเที่ยว ในส่วนของการบริการทางการท่องเที่ยวสามารถพิจารณาได้ 2 ส่วน ดังนี้คือ ส่วนของการกำกับดูแล ได้แก่ ภาครัฐ และส่วนของการดำเนินงาน ได้แก่ ภาคเอกชน ซึ่งการดำเนินงานของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะประกอบด้วย บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การขนส่ง สำหรับในส่วนของการ

การกำกับดูแลภาครัฐจะมีหน้าที่กำกับดูแลตามกฎหมายระเบียบที่ระบุอยู่ในพระราชบัญญัติต่างๆ และการกำกับดูแลในส่วนนี้ยังหมายถึง การประสานงานทำความเข้าใจ และการกำกับให้เติบโตของภาคบริการทางการท่องเที่ยวในทิศทางที่เหมาะสม

3. การตลาด ในส่วนของการตลาด จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องการจัดวางสินค้า เนื่องจากการตลาดเป็นส่วนสำคัญในการชักจูงให้ผู้ซื้อ (นักท่องเที่ยว) มาซื้อสินค้า ดังนั้น ในเชิงของการตลาดจะต้องมีการทำความเข้าใจให้ชัดเจนว่ามีสินค้าทางการท่องเที่ยวคืออะไร และควรเลือกกลุ่มผู้ซื้ออย่างไร

อนุชา เล็กสกุลดิถ (2560 : หน้า 24-31) กล่าวถึงการวางแผนและการประเมินความสามารถขีดความสามารถในการรองรับในแหล่งท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติหลายแห่งสามารถควบคุมได้ในเวลาปกติ ยกเว้นช่วงเทศกาล จึงได้เสนอแนวคิดในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ชาวเมืองอยู่เป็นสุข มีรายได้ดี เพียงพอค่าใช้จ่าย รักบ้านเกิดไม่ทิ้งถิ่น (ชายที่دينหรือแบกรับค่าครองชีพที่สูงขึ้นไม่ไหว) ไม่เดือดร้อนจากปัญหาน้ำ ไฟฟ้าขาดแคลน น้ำเน่า ขยะตกค้าง อากาศเป็นพิษ และชีวิตลำบาก

2. ชุมชนและท้องถิ่นในเมือง สามารถคงอัตลักษณ์และความเป็นอยู่ได้อย่างดี สามารถพัฒนาและใช้ประโยชน์ชุมชนเพื่อการเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม หรือมีการพัฒนาที่ยั่งยืน

3. นักลงทุน ผู้ประกอบการ ปฏิบัติตัวถูกต้องตามกฎหมาย มีธุรกิจและรายได้เหมาะสมเพียงพอกับการลงทุน ไม่แสวงผลประโยชน์เกินควร ไม่บุกรุกทำลายทรัพยากร และไม่มีปัญหาความขาดแคลนและสิ้นเกินของโครงสร้างพื้นฐาน

4. ภาครัฐ มีงบประมาณเพียงพอ และพร้อมลงทุนด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ภายใต้ขีดความสามารถรองรับที่เหมาะสม

5. นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจ ไม่อึดอัด ราคาสูง หรือลำบากในการมาเที่ยว ต่อสภาวะไม่สิ้นเกินของจำนวนนักท่องเที่ยว

6. สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ และที่สาธารณะไม่ถูกบุกรุกทำลาย

นอกจากนั้นยังได้เสนอแนะแนวทางในการสร้างความเหมาะสมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่า อยู่ที่ว่า การสร้างความพอดีให้เกิดขึ้นโดยการควบคุมจำนวน และเพิ่มการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งสามารถจำแนกเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. รัฐจะต้องมีการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ และแผนพัฒนาที่ถูกต้อง ไม่มุ่งในการเพิ่มปริมาณการขยายตัวของนักท่องเที่ยวโดยขาดการจัดการที่ดี และไม่มองเป้าหมายเพียงตัวเลขของนักท่องเที่ยว และรายได้ที่เข้ามาเพียงอย่างเดียว รัฐจะต้องทำการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เกิดความชัดเจน

2. การกำหนดเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะขีดความสามารถในการรองรับต่อด้านโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งนี้ต้องประเมินว่า ในวันหนึ่งๆ ควรมียกนักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่จำนวนเท่าใด ที่สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกับประชาชนและแรงงานที่มีอยู่ประจำ หากช่วงใดมีส่วนเกินจำเป็นต้องควบคุมให้ลดลง แต่สามารถไปเพิ่มในช่วงที่มี

นักท่องเที่ยวด้วย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือสร้างฤดูกาลการท่องเที่ยวใหม่ให้เกิดขึ้นซึ่งการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่อไปยังอาจสามารถเพิ่มได้โดยไม่กระทบขีดความสามารถในการรองรับที่กำหนด

3. การควบคุมปริมาณสถานบริการ โรงแรม ที่พัก อสังหาริมทรัพย์ และสถานบริการ ให้พอดีกับขีดความสามารถในการรองรับที่กำหนด ลดหรือห้ามการขยายตัวขนาดใหญ่ ตรวจสอบการพัฒนาที่ผิดกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายตัวสู่พื้นที่ป่าเขา การรุกรานชายหาดหรือเกาะแก่งต่างๆ

4. การทำความเข้าใจกับคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และสังคมโดยรวมถึงความจำเป็นในการควบคุม กำกับ ดูแลการขยายตัวของนักท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์โดยรวมมากกว่าประโยชน์เฉพาะตน ลดการแข่งขัน หันมาสร้างความร่วมมือระหว่างกันบนความสมดุลและความพอใจทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้รวมถึงการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น

5. การสนับสนุน ส่งเสริม การพัฒนาเป้าหมายปลายทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่อื่น (เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวใหม่) หรือเวลาท่องเที่ยวอื่น (นอกวันหรือนอกฤดูท่องเที่ยว)

6. การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ช่วยในการกำกับดูแล และรักษาสถานภาพของการท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับของความยั่งยืน

สถณี อาชวานันทกุล (2560 : หน้า 46-55) ได้กล่าวถึงหัวใจของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ประการ ดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นหัวใจของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่า บำรุงรักษากระบวนการหลักในระบบนิเวศ และช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพ

2. การแสดงความเคารพใน ‘ความแท้’ ทางวัฒนธรรมและสังคมของชุมชนเจ้าภาพ (Host Community) อนุรักษ์วัฒนธรรม วิถีชีวิต และคุณค่าตามประเพณี ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความอดทนอดกลั้นระหว่างวัฒนธรรม

3. การสร้างหลักประกันว่าการพัฒนาเศรษฐกิจจะยั่งยืนในระยะยาว สร้างประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายในทางที่กระจายอย่างเป็นธรรมรวมถึงการสร้างงาน โอกาสหารายได้ และบริการสังคมสำหรับชุมชนเจ้าภาพตลอดจนช่วยลดปัญหาความยากจนในท้องถิ่น

โดยมีรายละเอียดหลักปฏิบัติ 10 ประการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ดังนี้

1. การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainably) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญ และเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว

2. การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็น และการลดของเสีย (Reducing Overconsumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย

3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย
 6. การเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชนและสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต และการจัดการการท่องเที่ยว
 7. การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา
 8. การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ
 9. การสื่อข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly)
 10. การวิจัยและติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางแก้ไข
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552 : หน้า 59-63) อธิบายว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นกระบวนการในการปรับปรุง หรือฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น โดยอยู่บนฐานความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่ง เป็นสำคัญ ซึ่งกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้
1. สำรวจแหล่งท่องเที่ยว โดยความร่วมมือของภาครัฐทั้งส่วนกลาง และส่วนท้องถิ่น โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของท้องถิ่น ประชาชนในพื้นที่ และภาคเอกชนร่วมสำรวจแหล่งท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงการสำรวจความพร้อมในฐานะเจ้าบ้านด้วย ทั้งนี้เป็นการสำรวจว่าในท้องถิ่นดังกล่าวมีแหล่งท่องเที่ยวใดบ้าง เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด มีสภาพเป็นอย่างไร และจัดทำบัญชีรายชื่อแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการสำรวจความพร้อมในด้านอื่นๆ ด้วย เช่น แรงงาน สาธารณูปโภคต่างๆ เป็นต้น
 2. จัดแบ่งพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวตามความเหมาะสมในการใช้งาน โดยจัดแบ่งให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และการใช้ประโยชน์ เช่น เขตพื้นที่สำหรับการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว บริการธุรกิจท่องเที่ยว นันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่หวงห้าม กิจกรรมพิเศษ เป็นต้น
 3. กำหนดสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามความเหมาะสมเพื่อบริการนักท่องเที่ยว โดยดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงภูมิสถาปัตยกรรม ความทนทาน การประหยัดพลังงาน ความสะดวกในการใช้งาน และการดูแลรักษา เป็นต้น

4. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการสรรหาล้างดึงดูดใจต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

5. ประเมินขีดความสามารถทางการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว และประเภทนักท่องเที่ยวตามความเหมาะสม

6. ศึกษาผลกระทบของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

7. รวบรวมข้อมูลด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวและท้องถิ่น เพื่อเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ตามความเหมาะสม ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายต่อไป

8. จัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบในการดำเนินการ จัดหางบประมาณ และแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมในเชิงพหุภาคี โดยเฉพาะความร่วมมือจากประชาชนในท้องถิ่น

ภาคีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถใช้กระบวนการดังกล่าวเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่สอดคล้องกับศักยภาพ ความสามารถและบริบทของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว โดยกระบวนการวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนนั้น ควรกำหนดทิศทางการพัฒนาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะแบ่งเป็นหลายขนาดตั้งแต่ขนาดเล็ก เช่น วัด พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น เมือง ประเทศหรือแม้แต่ภูมิภาค โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้น กล่าวคือ ให้โอกาสชุมชนได้มีสิทธิเลือกกว่าท้องถิ่นของตนเองนั้น ควรจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ ถ้าชุมชนไม่ต้องการและยินดีกับสิ่งที่พวกเขามี ก็ไม่ควรพัฒนาการท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะล่มสลายไปในที่สุด เนื่องจากชุมชนถือเป็นด่านแรกที่นักท่องเที่ยวจะได้พบปะ แต่หากชุมชนใดยินดีต้อนรับการท่องเที่ยวก็ควรคำนึงถึงระบบรวมทางการท่องเที่ยว กล่าวคือ ต้องทราบว่าท้องถิ่นของตนเองอยู่ในฐานะ “จุดผ่าน” หรือ “จุดหมายปลายทาง” ฐานะทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันย่อมมีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ปัญหาที่สะท้อนภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย เพราะโดยส่วนใหญ่เมื่อกล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนานั้นจะมุ่งเน้นที่การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูด แต่ไม่สนใจ “ฐานะ” ของท้องถิ่นเลย

กล่าวโดยสรุป หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ชุมชน องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ต้องให้ความสำคัญกับการบูรณาการการทำงานร่วมกันเป็นอันดับแรก และการท่องเที่ยวต้องเกิดจากความต้องการ และได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านในชุมชนเป็นประเด็นหลัก ซึ่งการพัฒนานี้เป็นการปรับปรุง หรือฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น โดยอยู่บนฐานความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งเป็นสำคัญ

2.1.5 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2542 : หน้า 37-38) ได้อธิบายถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการพักผ่อนทางร่างกาย และ จิตใจ เพื่อหลีกเลี่ยงงานจำเจ และความยุ่งยากต่างๆ ไปหามุมสงบเพื่อคลายความเครียด
2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา เป็นแรงจูงใจทางด้านความอยากรู้อยากเห็น อยากรู้จักผู้คน วัฒนธรรม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ
3. แรงจูงใจทางด้านสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ การไปพบปะ เยี่ยมญาติ หรือการแสวงหาสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ
4. แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ ได้แก่ การไปเจรจาติดต่อธุรกิจทั้งภาครัฐ และเอกชน ตลอดจนการติดตามผลการเข้าร่วมประชุมสัมมนา การเดินทางไปโดยมีภาระงานเกี่ยวข้องเป็นบางส่วน หรือ กิ่งทำงานกึ่งเที่ยว เป็นต้น
5. แรงจูงใจด้านการบันเทิง และสิ่งเพลิดเพลิน ได้แก่ การไปเที่ยวชมสวนสนุก สถานที่บันเทิงต่างๆ การได้ดูกีฬา และกิจกรรมบันเทิงซึ่งให้ความเพลิดเพลิน
6. แรงจูงใจทางด้านศาสนา ได้แก่ การได้มีโอกาสร่วมแสวงบุญ ศึกษาธรรมะ ฝึกสมาธิ เข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา การไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยว และถือเป็นการพักผ่อนทางจิตใจ
7. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติยศ เนื่องจากการเดินทางในบางครั้ง อาจจะสร้างชื่อเสียง ยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนา หรือ ศึกษาต่อต่างประเทศ

แรงจูงใจดังกล่าวแบ่งออกเป็น 4 ประเภทโดยอิงหลักความต้องการของ Maslow ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยดังต่อไปนี้ (Beach & Ragheb, 1983 อ้างถึง ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548 : หน้า 44)

1. ปัจจัยด้านความต้องการรู้จักตนเอง โดยแรงจูงใจประเภทนี้จะทำให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ การค้นหา การใช้ความคิด จินตนาการ
2. ปัจจัยด้านความต้องการทางด้านสังคม พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยมีแรงจูงใจประเภทนี้จะท่องเที่ยวโดยมีเหตุผลด้านสังคมเป็นหลัก ประกอบไปด้วยเหตุผล 2 อย่างคือ
 - ก. ความต้องการเพื่อน ต้องการเป็นที่ยอมรับ
 - ข. ความต้องการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งเหตุผลอย่างหลังนี้เป็นความต้องการที่จะเอาใจผู้อื่น
3. ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จ มักเป็นผู้ท่องเที่ยวแบบผจญภัย หรือทำกิจกรรมที่ทำให้ตนเองรู้สึกว่าคุณมีความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย ทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งสำเร็จลุล่วงด้วยความสามารถของตน
4. ปัจจัยด้านความต้องการปลื้มตัว คือความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสังคมหรือสิ่งที่เป็นชีวิตประจำวัน ต้องการพักผ่อนปลดปล่อยตนเองออกมาจากชีวิตสังคม

ปณิศา มีจินดา และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2553 : หน้า 9-12) กล่าวถึงปัจจัยสำคัญในการจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในที่ต่างๆ ประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติที่มี

อยู่แล้ว ทรัพยากรที่มีการสร้างขึ้น ขอบเขตของกิจกรรมที่จัดขึ้น ปัจจัยสนับสนุน และปัจจัยสถานการณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ทรัพยากรตามธรรมชาติ (Endowed Resources) หมายถึง ทรัพยากรที่มีอยู่แล้วตาม ธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย

ก. ทรัพยากรที่เป็นธรรมชาติ (Natural Resources) ประกอบด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ กายภาพ อากาศ พืชพันธุ์ ทัศนียภาพ

ข. ทรัพยากรที่เป็นมรดกและวัฒนธรรม (Heritage and Culture) ประกอบด้วย ประวัติศาสตร์ สถาปน ประเพณี ลักษณะทางสถาปัตยกรรม อาหาร งานศิลปะ ดนตรี งานฝีมือ การละเล่น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากทั้งทรัพยากรที่เป็นธรรมชาติและทรัพยากรที่เป็นมรดกและวัฒนธรรม ช่วยสร้างแรงจูงใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวอยากมาสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (Campbell & Harald, 2009 : p. 77)

2. ทรัพยากรที่มีการสร้างขึ้น (Created Resources) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกเป็น

ก. สาธารณูปโภคการท่องเที่ยว (Tourism Infrastructure) เป็นสภาพแวดล้อมหนึ่ง ของแหล่งท่องเที่ยว และมีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวขาดแคลนสาธารณูปโภคที่เหมาะสมจะมีผลกระทบต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

ข. กิจกรรมที่หลากหลาย (Range of Available Activities) กิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวที่สำคัญ

ค. การเลือกซื้อสินค้า (Shopping) ถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว

ง. การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Events) เป็นความตั้งใจที่จะใช้เหตุการณ์ต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม

3. ปัจจัยสนับสนุน (Supporting Factors) เป็นปัจจัยที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ประกอบด้วย

ก. สาธารณูปโภคทั่วไป (General Infrastructure) ได้แก่ การคมนาคม ถนน สนามบิน ระบบรถโดยสารสาธารณะ ระบบประปา ระบบไฟฟ้า ระบบโทรศัพท์ การดูแลสุขภาพสุขอนามัย และการให้บริการทางด้านการเงิน หากระบบสาธารณูปโภคเอื้ออำนวยต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ก็จะสามารถสร้างแรงจูงใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ข. คุณภาพการบริการ (Quality of Service) ความน่าเชื่อถือในการบริการ และการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างทันทั่วถึง จะช่วยเพิ่มข้อได้เปรียบในการสร้างแรงจูงใจของ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ การพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การกำหนด มาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว และการปฏิบัติงานของพนักงานผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว

ค. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of Destination) ได้แก่ ความถี่ในการเดินทาง ความสะดวกและความง่ายในการเดินทาง ความใกล้ของแหล่งท่องเที่ยว

ง. อหิยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น (Hospitality of Residents) ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น และทัศนคติของคนในชุมชนที่มีต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความอบอุ่นในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ความเต็มใจของคนในชุมชนที่จะให้ข้อมูลต่อนักท่องเที่ยว ทัศนคติของชาวบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยว และทัศนคติของชาวบ้านที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

4. ปัจจัยสถานการณ์ (Situational Conditions) ซึ่งปัจจัยสถานการณ์มีส่วนช่วยทำให้แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มหรือลดได้ ประกอบด้วย

ก. ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Location) ประกอบด้วย ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ระยะทางและระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจากแหล่งที่อยู่ของนักท่องเที่ยว

ข. ความสามารถในการรองรับ (Ability to Accommodate) หมายถึง จำนวน โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ระบบการขนส่งสาธารณะ เป็นต้น ซึ่งหากมีการให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ก็จะมีส่วนช่วยสร้างแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ค. ความปลอดภัย และความมั่นคง (Safety/Security) ประกอบด้วย ระดับของความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว อัตราการเกิดอาชญากรรมในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ความไม่มั่นคงทางการเมือง และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในการเดินทาง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

วิลลิสท์ หรยางกูร (2525 : หน้า 23) อธิบายถึงความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับความหมายของสภาวะแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน

จันทร์เพ็ญ ดุเทศานันท์ (2542 : หน้า 47) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกในขั้นแรกเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ และความรู้สึกขั้นสุดท้ายเมื่อบรรลุถึงจุดหมายโดยมีแรงกระตุ้น

ชรีณี เดชจินดา (2530 : หน้า 14) กล่าวว่า เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง

Davis K. (1976 : p. 81) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับบุคคล เมื่อความต้องการพื้นฐานของร่างกายและจิตใจได้รับการตอบสนอง พฤติกรรมความพึงพอใจของมนุษย์เป็นความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด หรือความกระวนกระวาย หรือภาวะความไม่สมดุลในร่างกาย เมื่อสามารถขจัดสิ่งต่างๆ ออกไปได้ มนุษย์ย่อมจะได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการ

Tiffin J. (1973 : p. 384) อธิบายถึงความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

Vroom V. (1964 : p. 99) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลได้เข้าไปมีส่วนร่วมในงานที่ตนทำ ความพึงพอใจหรือทัศนคตินั้นเป็นค่าที่ใช้แทนกันได้ โดยทัศนคติในทางลบ จะแสดงให้เห็นถึงความไม่พึงพอใจ

Kotler P. (2003 : p. 62) อธิบายว่า ประโยชน์หรือคุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หากการรับรู้จากผลิตภัณฑ์หรือบริการต่ำกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะรู้สึกไม่พอใจ แต่ถ้าประโยชน์หรือคุณค่าที่ได้รับรู้ใกล้เคียงหรือเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะรู้สึกพึงพอใจ

Good C. V. (1973 : p. 13) ความพึงพอใจเป็นสภาพหรือระดับความพอใจที่เป็นผลจากความสนใจ และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อคุณภาพและสภาพของสิ่งนั้น

Shelly M. W. (1975 : pp. 350-355) อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกตามแบบฉบับของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข

จากความหมายของความพึงพอใจข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของมนุษย์ โดยความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นหลังจากความต้องการพื้นฐานของร่างกายและจิตใจได้รับการตอบสนอง

2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.2.2.1 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow, 1970 : pp. 35-38) อธิบายว่า ความต้องการจะเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการจูงใจ ซึ่งความต้องการสามารถแบ่งเป็นลำดับขั้นต่างๆ กัน โดยได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ไว้ ดังนี้

1) มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะเกิดความต้องการอย่างอื่นต่อไปเรื่อยๆ ไม่มีที่สิ้นสุด

2) ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง จะเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ส่วนความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจอีกต่อไป

3) ความต้องการของมนุษย์จะเรียงลำดับความสำคัญ เมื่อความต้องการขั้นใดได้รับการตอบสนองแล้ว จะเกิดความต้องการขั้นที่สูงกว่าไปเรื่อยๆ

มาสโลว์ได้จัดลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ชั้น ตามลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Need) เป็นความต้องการพื้นฐานที่มนุษย์ต้องการเพื่อการพักผ่อน เช่น ความต้องการทางเพศ ความต้องการอาหาร ความต้องการเครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ความต้องการทางด้านร่างกายจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายยังไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอแล้วก็จะเริ่มมีความต้องการขั้นต่อไป

2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง (Safe and Secure Need) เป็นความต้องการความมั่นคงในชีวิต ในหน้าที่การงาน เช่น การมีงานทำ มีรายได้สม่ำเสมอ มีสวัสดิการ

ส่วนความต้องการความปลอดภัยนั้น เป็นความต้องการที่ปราศจากการประสบอุบัติเหตุ การเจ็บป่วย เป็นความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคง สะดวกสบาย

3. ความต้องการทางสังคมและความรัก (Social and Love Need) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการในสองขั้นต้นจนเป็นที่น่าพอใจแล้ว ความต้องการทางสังคมจะเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น ความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ต้องการที่จะมีโอกาสเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่างๆ ความต้องการเป็นที่รักและเป็นที่ยอมรับของสังคมอื่นๆ เป็นต้น

4. ความต้องการการยอมรับและยกย่อง (Esteem Need) เป็นความต้องการการได้รับความนับถือ อยากมีชื่อเสียง ทำให้เกิดความภูมิใจในตนเอง การได้รับการตอบสนองความต้องการในขั้นนี้จะนำไปสู่ความเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกว่าตนเองเป็นผู้มีคุณค่า รวมทั้งความต้องการที่จะมีฐานะโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ต้องการให้คนอื่นเคารพยกย่อง

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization Need) เป็นความปรารถนาที่จะใช้ศักยภาพสูงสุดที่ตนเองมีอยู่ ทำในสิ่งที่คิดว่าสามารถจะทำหรือเป็นได้ เช่น ความปรารถนาที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจที่มีชื่อเสียง ความปรารถนาที่จะเป็นเป็นพนักงานตัวอย่าง เป็นต้น เป็นความต้องการที่จะให้ตนได้รับความสำเร็จ และสมหวังในสิ่งที่ตนคิดหรือต้องการทุกอย่าง

2.2.2.2 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

Parasuraman et al. (1988 : 16) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังหมายถึงทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้านั้นซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

ทฤษฎีของ Vroom (1970 : 9-103) ทฤษฎีความคาดหวังถูกนำเสนอโดย Victor Vroom ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงานซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงานโดย Vroom มีความเห็นว่าการที่จะจูงใจให้พนักงานทำงานเพิ่มขึ้นนั้นจะต้องเข้าใจกระบวนการทางความคิดและการรับรู้ของบุคคลก่อนโดยปกติเมื่อคนจะทำงานเพิ่มขึ้นจากระดับปกติเขาจะคิดว่าเขาจะได้อะไรจากการกระทำนั้นหรือการคาดคิดว่าอะไรจะเกิดขึ้นเมื่อเขาได้แสดงพฤติกรรมบางอย่าง ในกรณีของการทำงานพนักงานจะเพิ่มความพยายามมากขึ้นเมื่อเขาคิดว่าการทำงานนั้นนำไปสู่ผลลัพธ์บางประการที่เขาที่มีความพึงพอใจ เช่นเมื่อทำงานหนักขึ้นผลการปฏิบัติงานของเขาอยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นทำให้เขาได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง และได้ค่าจ้างเพิ่มขึ้น ค่าจ้างกับตำแหน่งเป็นผลของการทำงานหนัก และเป็นรางวัลที่เขาต้องการเพราะทำให้เขารู้สึกว่าได้รับการยกย่องจากผู้อื่นมากขึ้น แต่ถ้าเขาคิดว่าแม้เขาจะทำงานหนักขึ้นเท่าไรก็ตามหัวหน้าของเขาก็ไม่เคยสนใจดูแลยกย่องเขา จึงเป็นไปได้ที่เขาจะได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เขาก็ไม่เห็นความจำเป็นของการทำงานเพิ่มขึ้น ความรุนแรงของพฤติกรรมที่จะทำงานขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่จะกระทำตามความคาดหวังนั้น รวมถึงความดึงดูดใจของผลลัพธ์ที่จะได้รับ ซึ่งจะมีเรื่องของความดึงดูดใจ การเชื่อมโยงรางวัลกับผลงานและการเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความ

พยายามโดยทฤษฎีนี้จะเน้นเรื่องของการจ่ายและการให้รางวัลตอบแทน เน้นในเรื่องพฤติกรรมที่คาดหวังเอาไว้ต่อเรื่องผลงานผลรางวัลและผลลัพธ์ของความพึงพอใจต่อเป้าหมายจะเป็นตัวกำหนดระดับของความพยายามของพนักงาน

Vroom ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงาน เรียกว่า VIE Theory ซึ่งได้รับความนิยมนอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงาน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. V มาจากคำว่า Valence หมายถึง ความพึงพอใจของมนุษย์ที่มีต่อผลลัพธ์ของการกระทำ ซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญที่สุดของความพึงพอใจของมนุษย์ ระดับของความพึงพอใจที่มนุษย์คาดหวังว่าจะได้จากผลลัพธ์นั้นๆ ไม่ใช่เกิดจากการเห็นคุณค่าที่แท้จริงของผลลัพธ์นั้นเสมอไป ค่าของผลลัพธ์เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ เช่น การยอมรับ การยกย่อง หรือคำสรรเสริญจากผู้อื่น
2. I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง ความเชื่อถือ วิธีการในการเชื่อมโยงผลลัพธ์อย่างหนึ่งไปสู่ผลลัพธ์อีกอย่างหนึ่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
3. E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความเป็นไปได้ถึงความพยายามที่ทำให้เกิดการกระทำที่บรรลุผล

2.2.3 การวัดความพึงพอใจ

วิภา เกียรติธนะบำรุง (2538 : หน้า 42) อธิบายการวัดความพึงพอใจ ดังนี้

1. การสอบถามโดยตรง เป็นวิธีการที่ง่ายและตรงไปตรงมาที่สุด กล่าวคือ เมื่อต้องการทราบความพึงพอใจที่มีต่อวัตถุ บุคคล หรือเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ก็ใช้วิธีการถามความคิดเห็นหรือความรู้สึกต่อสิ่งนั้นๆ ได้ วิธีนี้มีข้อเสียที่ว่าผู้ที่ถามอาจจะไม่ได้รับคำตอบที่จริงใจจากผู้ตอบ เนื่องจากผู้ตอบเกรงใจหรือเกรงกลัวต่อการแสดงความคิดเห็น ซึ่งสามารถแก้ไขได้โดยการสร้างบรรยากาศให้ผู้ตอบรู้สึกอิสระต่อการตอบคำถามนั้น และต้องเป็นความลับระหว่างผู้ถามและผู้ตอบ โดยให้ผู้ตอบมั่นใจว่าคำตอบจะไม่มีผลกระทบในทางเสื่อมเสียต่อตัวผู้ตอบ
2. การสังเกตพฤติกรรม เมื่อต้องการทราบว่าผู้ใดมีความรู้สึกหรือความคิดเห็นอย่างไร อาจทำได้โดยวิธีการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ ซึ่งวิธีนี้มีภาระได้แก่อย่างมาก เนื่องจากการที่บุคคลกระทำสิ่งใดออกมา อาจจะได้ไม่ได้หมายถึงการอยากทำสิ่งนั้นก็ได้
3. การใช้แบบวัดความพึงพอใจ เป็นการสร้างข้อความเชิงข้อคิดเห็นต่อสิ่งเร้าที่ต้องการวัดความพึงพอใจ เพื่อให้แสดงความรู้สึกและข้อคิดเห็นว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นๆ

บุญเรียง ขจรศิลป์ (2543 : หน้า 27) อธิบายว่า ความพึงพอใจหรือทัศนคติหรือเจตคติเป็นนามธรรม เป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยอ้อมซึ่งจะทำได้โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตจำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดจากบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนนี้อาจเกิดขึ้นได้เป็นธรรมชาติของการวัดทั่วไป โดยเสนอว่าเทคนิคของ Likert เป็นแบบหนึ่งที่สามารถเทียบสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง และได้เพิ่มเติมว่าสามารถวัดทัศนคติได้เกือบทุกเรื่อง และให้ค่าเที่ยงตรงสูง สำหรับมาตรฐานการวัดความพึงพอใจจริงๆ นั้น กระทำได้โดยวิธีการ ดังนี้

1. การใช้แบบสอบถามเป็นวิธีการวัดที่นิยมแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยขอรับรองผู้ที่เราต้องการให้แสดงความคิดเห็นในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาข้อสรุปที่แน่นอนต่อไป
2. วัดโดยการสัมภาษณ์เป็นวิธีที่ต้องใช้เทคนิค และการวางอุบายอย่างมาก มิฉะนั้น จะได้คำตอบซึ่งมีความไม่เที่ยงตรง หรือไม่มีผล
3. การสังเกต วิธีนี้ไม่ค่อยแพร่หลาย และไม่สามารถทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงานมากๆ ซึ่งวิธีนี้ผู้สังเกตต้องใช้ความพยายามอย่างสูง และต้องใช้เวลา ความถี่ในการสังเกตอย่างทั่วถึง

2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคู้งกระเบน กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช ในพื้นที่การดำเนินงานของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริจังหวัดจันทบุรี

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ได้เริ่มก่อตั้งตามพระราชดำริ ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (รัชกาลที่ 9) ในคราวที่พระองค์เสด็จพระราชดำเนินประกอบพิธีเปิดพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชที่จังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2524 โดยมีพระราชดำริแก่ผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี ให้พิจารณาพื้นที่ที่เหมาะสมจัดทำโครงการพัฒนาอาชีพการประมงและการเกษตรในเขตที่ดินชายฝั่งทะเล จังหวัดจันทบุรี และได้พระราชทานเงินที่ราษฎรจังหวัดจันทบุรีร่วมทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวาย โดยเสด็จพระราชกุศลในโอกาสดังกล่าวเป็นทุนริเริ่มดำเนินการ ต่อมา เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2524 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (รัชกาลที่ 9) ได้มีพระราชดำริเพิ่มเติม ณ พระตำหนักจิตรลดารโหฐาน สาระโดยสรุปว่า... "ให้พิจารณาจัดหาพื้นที่ป่าสงวนเสื่อมโทรมหรือพื้นที่สาธารณประโยชน์เพื่อจัดตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนาเช่นเดียวกับศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อน ให้เป็นศูนย์ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาในเขตที่ดินชายทะเล" จากนั้นจังหวัดจันทบุรีได้ร่วมหารือกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องและพิจารณาความเหมาะสมจึงกำหนดพื้นที่ตำบลคลองขุด อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เป็นพื้นที่จัดตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนฯ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2525 ศูนย์ศึกษาดังกล่าวเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการศึกษาวิจัย และการพัฒนาในเขตที่ดินชายทะเล โดยวิธีการผสมผสานความรู้อันหลากหลายของแต่ละหน่วยงานเพื่อวางแผนพัฒนาการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสมและยั่งยืนตลอดไป (ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2560)

ป่าคู้งกระเบนอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า ประกอบไปด้วยป่าบกและป่าชายเลน เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร แหล่งอาหาร และที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า ประกอบกับพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน จังหวัดจันทบุรี) ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (รัชกาลที่ 9) ซึ่งทรงมีพระราชดำริให้หน่วยงานต่างๆ ร่วมกันศึกษาเพื่อแก้ไขปัญหา และพัฒนาพื้นที่แบบผสมผสาน โดยมีส่วนราชการต่างๆ ร่วมกันดำเนินงาน ได้แก่ กรมป่าไม้ กรมประมง กรมวิชาการเกษตร เป็นต้น เพื่อให้การดำเนินงานในพื้นที่ป่าคู้งกระเบนประสบความสำเร็จตามแนวพระราชดำริ คณะอนุกรรมการของโครงการศูนย์ศึกษาพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน (อันเนื่องมาจากพระราชดำริ) จึงหาแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของชาติใน

บริเวณดังกล่าว ซึ่งเป็นที่ป่าไม้ตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2464 โดยประสานงานกับฝ่ายจัดการเขตห้ามล่าสัตว์ป่า เพื่อกำหนดให้พื้นที่ในท้องที่ตำบลคลองขุด ตำบลราพัน อำเภอกำแพง จังหวัดจันทบุรี และตำบลสนามไชย อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี เนื้อที่ประมาณ 11,370 ไร่ เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า และเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2542 ได้มีประกาศให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า

สำหรับลักษณะภูมิประเทศบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคู้กระเบน ตั้งอยู่ในท้องที่ตำบลคลองขุด ตำบลราพัน อำเภอกำแพง จังหวัดจันทบุรี และตำบลสนามไชย อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี มีลักษณะเป็นภูเขาหินปูนทอดตัวตามยาวแนวเหนือ - ใต้ไปจดอ่าวไทย มีแนวหิน แนวปะการัง และเกาะเล็กๆ อยู่ทางใต้สุดของพื้นที่ พื้นที่มีลักษณะไม่ต่อเนื่องเป็นผืนเดียวกัน จะเป็นภูเขา และเกาะ ได้แก่ เขาเจ้าหลาว เขาอัมพวา เขาหมุดต เขาร้อยรู เขาเตาหม้อ เขาคอก เขาใหญ่ เขาคู้กระเบน และเขามอบค้อ ส่วนด้านตะวันออกมีเกาะขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นป่าสงวนแห่งชาติคู้กระเบน อ่าวแฉะหนู พื้นที่บางส่วนเป็นที่ราบสลับเนินเขาเตี้ยๆ มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 80 - 215 เมตร

ลักษณะภูมิอากาศ เนื่องจากเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคู้กระเบน ตั้งอยู่แถบที่ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นลมร้อนและชื้น จากมหาสมุทรอินเดีย และผ่านอ่าวไทย จึงทำให้เกิดฝนตกชุกตลอดทั้งปี ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 2,813.5 มิลลิเมตร / ปี อุณหภูมิเฉลี่ย 26.7 องศาเซลเซียส สำหรับฤดูกาล สามารถแบ่งเป็น 3 ฤดู ได้แก่ ฤดูฝน จะเริ่มตั้งแต่ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่ช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ และฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคมจนถึงเดือนเมษายน ในส่วนของข้อมูลทางด้านชีวภาพในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคู้กระเบน มีสัตว์ป่าบริเวณเขาหมุดต เขาอัมพวา พบกระเจงและแก้งจำนวนมาก บริเวณเขาคู้กระเบนพบลิงแสมเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีสภาพป่าหลายชนิด ได้แก่

1. ป่าดิบแล้ง พบบริเวณเขาใหญ่ เขาคอก เขามอบค้อ เขาหมุดต เขาเจ้าหลาว และเขาน้อย ชนิดพันธุ์ที่พบ ได้แก่ ยางนา ป้าง พลอง หว่า เป็นต้น
2. ป่าเบญจพรรณ จะพบมากบริเวณด้านตะวันตกและตะวันออกของเขากำแพง เขาหมุดต เขาอัมพวา เขาคู้กระเบน ชนิดพันธุ์ไม้ที่พบได้แก่ มะค่าโมง สะแก จีวป่า ตะแบก ตีนนก เป็นต้น
3. ป่าชายหาด ป่าชนิดนี้พบเป็นหย่อมๆ บริเวณถัดจากชายฝั่งทะเลเข้ามา บริเวณด้านตะวันออกของเขากำแพง เขาหมุดต แหลมเจ้าหลาว เขาคู้กระเบนและเขามอบค้อ ชนิดพันธุ์ไม้ที่ขึ้นจะแปรผันตามลักษณะของดิน บริเวณพื้นที่ที่เป็นดินทรายจะมี สนทะเล โพธิ์ทะเล ปอทะเล รักทะเล เตยทะเล เป็นต้น
4. ป่าชายเลน พบบริเวณแหลมเจ้าหลาว เขามอบค้อ และเกาะช่องสะบ้า ชนิดพันธุ์ไม้ที่สำคัญ ได้แก่ โกงกางใบเล็ก โกงกางใบใหญ่ แสม ตะบูน ตะบัน ลำแพน เป็นต้น (ส่วนอนุรักษ์สัตว์ป่า สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 2 (ศรีราชา), 2560)

ภายในบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคู้กระเบนมี “ลานหินสีชมพู” ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแห่งใหม่ของจังหวัดจันทบุรี เป็นโขดหินริมทะเลที่มีสีชมพูอมม่วงไปจนถึงสีม่วงอมน้ำตาลแดง เป็นหินทรายอาร์คอส (Arkosic Sandstone) ลานหินสีชมพูโดยเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติภายในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคู้กระเบน มีระยะทางรวมประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นเส้นทางวงกลมที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินเลียบชายหาดเพื่อไปชมลานหินสีชมพู หรืออาจเดิน

ตามเส้นทางป่าเพื่อไปจุดชมวิวด้านบนเขาก่อนจะลงมาบริเวณลานหินสีชมพู โดยปัจจุบันบริเวณจุดชมวิว และลานหินสีชมพูได้รับความสนใจ และความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และ พัชรินทร์ เสริมการดี (2556 : หน้า 97–112) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอกวนโดนและบ้านโดนพานัน อำเภอกวนกาหลง จังหวัดสตูล” พบว่า แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านทุ่งมะปรางและบ้านโดนพานันเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำนึงถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ด้าน 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว ควรสร้างจุดเด่นของพื้นที่โดยนำธรรมชาติมาเสนอเป็นจุดขาย ปรับปรุงความสะอาด และภูมิทัศน์ ให้สวยงามและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้แก่นักท่องเที่ยวและชาวบ้าน 2) ด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว ควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก จัดทำสื่อความหมายทางธรรมชาติและวัฒนธรรมและจัดเตรียมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นสำหรับการถ่ายทอดความรู้ และเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และ 3) ด้านการพัฒนาการตลาดจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของทั้งสองชุมชน เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มี การเรียนรู้และสร้างความเข้าใจสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน และจัดทำคู่มือ แผ่นพับ ไปปพลิเคชันและพัฒนาเว็บไซต์สำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ คือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีแผนนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีความยั่งยืนโดยให้ ชุมชนมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นเพื่อการวางแผนและการดำเนินงาน ควรมีการสร้าง เครือข่ายกับชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และจัดให้มีกลไกที่สำคัญของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างชุมชนบ้านทุ่งมะปราง และชุมชนบ้านโดนพานัน

สุพรรณิ เสริมศรี และ กนกกานต์ แก้วนุช (2556 : หน้า 1–11) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการ สภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดแม่รำพึง จังหวัดระยอง” พบว่า ความคาดหวังต่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดแม่รำพึง จังหวัดระยอง ในระดับที่มาก แต่กลับมีความพึงพอใจเพียงปานกลาง ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดแม่รำพึง ไม่มีความสัมพันธ์กันในทุกๆ ด้าน ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดแม่รำพึงที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณ ชายหาดแม่รำพึงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์ (2557 : หน้า 1–11) ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง สู่การเป็นศูนย์กลางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง พบว่า 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาภายใต้โครงการความร่วมมือของประเทศในกลุ่ม GMS ตามแนว Economic Corridor จะช่วยส่งเสริมบทบาทของประเทศไทยในการเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค 2) กิจกรรมการ

ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดยังเป็นเพียงกิจกรรมการท่องเที่ยวตามเทศกาลเท่านั้น แต่ยังไม่มีการพัฒนากิจกรรมสนับสนุนเพื่อสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นเพิ่มเติม 3) เส้นทางคมนาคมในพื้นที่ยังไม่สามารถเชื่อมโยง แหล่งท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวกระจายตัวและอยู่ห่างไกลกันในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งเส้นทางที่ใช้สัญจรเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในบางแห่งยังไม่ได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพมาตรฐานอย่างเพียงพอ และ 4) ผู้เยี่ยมเยือนมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับผู้เยี่ยมเยือนในภาคอื่นๆ ของประเทศ

เพ็ญประภา เพชระบูรณิน และ ศศิธร ป่องเรือ (2557 : หน้า 74–86) วิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดนครพนม ตาม แนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” โดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วิเคราะห์สภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดนครพนม จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ วัดพระธาตุพนมวรมหาวิหาร วัดธาตุเรณู และวัดธาตุศรีคุณ เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือ แบบสอบถามและเทคนิค SWOT Analysis ผลการศึกษา พบว่า แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งโอกาส และ อุปสรรค จากการประชุม พบว่า วัดธาตุพนมมีจุดแข็ง คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ จุดอ่อนคือ ขาดการรวมกลุ่มของชุมชนที่เข้มแข็ง แต่มีโอกาสในการพัฒนาเพราะมีหน่วยงานภาครัฐ สนับสนุน และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และมีอุปสรรคคือ มีผู้ฉวย โอกาสหาผลประโยชน์จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยว วัดธาตุเรณู มีจุดแข็งคือ มีการแสดงพื้นบ้านและการ แต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและชาวบ้านยังมีวิถีชีวิตดั้งเดิมแบบภูไท จุดอ่อนคือ เจ้าหน้าที่ขาดการตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และมีโอกาสในการพัฒนาเพราะมีหน่วยงานภาครัฐ สนับสนุน พร้อมทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และมีอุปสรรคคือ มีผู้ฉวยโอกาสหาผลประโยชน์จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยว วัดธาตุศรีคุณ มีจุดแข็งคือ ชาวบ้านมีวิถีชีวิตดั้งเดิมแบบชนบท และมีความร่วมมือในระดับสูง จุดอ่อนคือ แหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการพัฒนา ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน แต่มีโอกาสในการพัฒนาเพราะมีหน่วยงานภาครัฐ สนับสนุน และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และมีอุปสรรคคือ การประชาสัมพันธ์ไม่มีประสิทธิภาพ และแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดย 1) สร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนโดยจัดตั้งกลุ่ม และมีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจที่ชัดเจน 2) จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม 3) จัดอบรมเจ้าหน้าที่ ประชาชนชาวบ้านหรือภาคีเครือข่ายเพื่อสื่อความหมาย 4) หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

เดือนเพ็ญ คำพวง และคณะ (2559 : หน้า 65–90) ทำการวิจัยเรื่อง “กระบวนการสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน และสร้างการเชื่อมโยงเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการดังกล่าว ประกอบด้วย 1) เครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีสมาชิกเริ่มต้น 31 ราย 2) ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ให้ได้มาตรฐาน 3) การเรียนรู้ทั้งด้านการเกษตร การจัดการการท่องเที่ยว และกระบวนการทำงานแบบเครือข่าย 4) การเชื่อมโยงธุรกิจกับผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ 5) กระบวนการวางแผนเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว 6) กระบวนการในการประชาสัมพันธ์เส้นทาง แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น 7) การจัดกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเบื้องต้นเป็นความร่วมมือของสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครราชสีมา และกรมส่งเสริมการเกษตร และ 8) การประชุมอย่างต่อเนื่องเพื่อวางแผนร่วมกันในการปรับปรุง พัฒนาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐาน ยั่งยืนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและสร้างชื่อเสียงให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอำเภอปากช่อง

ภักจิรา แสนใจ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2558 : หน้า 54-67) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ปัญหาและ อุปสรรค รวมไปถึงเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ในจังหวัดขอนแก่น เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 24 คน และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสัมภาษณ์โดยการอัดเทป และจดประเด็นการสนทนาจากการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาถอดเทป เรียบเรียงเนื้อหา เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา พบว่า จังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE โดยสามารถแบ่งออกเป็นรายด้าน ดังนี้ 1) การเข้าถึง ด้วยความเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคจึงสามารถเดินทางเข้าถึงได้อย่างเร็วและ สะดวกสบาย แต่การเดินทางด้วยเครื่องบินยังมีจุดที่ต้องพัฒนาคือ สายการบินที่เชื่อมโยงไปยังจังหวัดที่สำคัญมีจำนวนเที่ยวบินน้อย และขาดสายการบินที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศ 2) ด้านสถานที่จัดงานมีสถานที่ในการจัดกิจกรรม MICE ที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากและมีความ คุ่มค่าต่อต้นทุนในการจัดงาน 3) ด้านโรงแรมที่พัก มีจำนวนโรงแรมที่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวในปริมาณมากและหลากหลายระดับ 4) ร้านอาหารและของที่ระลึก ส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารประเภทอาหารท้องถิ่น และร้านของที่ระลึกยังมีจำนวนน้อยและหาซื้อได้ยาก 5) ด้านของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีจำนวนน้อยขาดความสวยงาม และเป็นเอกลักษณ์ 6) ด้านธุรกิจท่องเที่ยวในปัจจุบันเริ่มมีการขยายสาขามากขึ้นเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว MICE 7) ด้านความมั่นคงและปลอดภัย จังหวัดขอนแก่นมีระบบรักษาความปลอดภัยสูงในสถานที่จัดกิจกรรม MICE แต่ทั้งนี้ในส่วนของสถานที่จัดงานกลางแจ้งยังไม่ได้รับความน่าเชื่อถือ เรื่องความปลอดภัยเท่าที่ควร 8) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน ยังไม่สามารถร่วมกันได้อย่างดี ปัญหาและอุปสรรค ของการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ในจังหวัดขอนแก่นนั้น ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีของภาครัฐและภาคเอกชนทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว MICE