

เอกสารประชุมวิชาการ
การพัฒนาสุขภาพประชาชนชาติไทยในทศวรรษหน้า
เรื่อง ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสุขภาพ

เสนอต่อ
สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข
กระทรวงสาธารณสุข



ศูนย์วิจัยระบบสาธารณสุข



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 202 อาคาร เลอ คองคอร์ด
ถนนรัชดาภิเษก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทร. 694-1222 โทรสาร 6941392

โครงเรื่อง เอกสารจัดประชุมทางวิชาการ เรื่อง การพัฒนาสุขภาพประชาชนชาวไทยในทศวรรษหน้า
ส่ง สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข
ผู้รับผิดชอบ นายภราเดช พัทธวิเชียร ในนามของคณะทำงานททท. (กวม./กสว./กผก./กวม./กพบ./กตป.และกอร.)

	หน้า
7. การท่องเที่ยว	
7.1 บทนำ	1
7.2 สถานการณ์การท่องเที่ยว	2
7.2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก	
7.2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิก	
7.2.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย	
7.3 การขยายตัวของนักท่องเที่ยว	7
7.3.1 การขยายตัวของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	
7.3.2 การขยายตัวของนักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรป	
7.3.3 การขยายตัวของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียใต้	
7.3.4 การขยายตัวของนักท่องเที่ยวภูมิภาคอเมริกา	
7.3.5 การขยายตัวของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียใต้	
7.3.6 การขยายตัวของนักท่องเที่ยวภูมิภาคตะวันออกกลาง	
7.3.7 การขยายตัวของนักท่องเที่ยวภูมิภาคแอฟริกา	
7.3.8 วันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว	
7.3.9 การขยายตัวของนักท่องเที่ยวไทย	
7.4 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว	16
7.5 ผลกระทบจากการขยายตัวทางการท่องเที่ยว	16
7.5.1 ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ	
7.5.2 ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคม	
7.5.3 ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม	
7.6 มาตรการแก้ไขและควบคุมป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	22
7.7 ทิศทางและมาตรการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	24
(Sustainable Tourism Development)	
7.7.1 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	
7.7.2 การดำเนินงานของททท. ในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	
7.7.3 นโยบายของททท. ที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	
7.7.4 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	
- รูปแบบของการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ	
- รูปแบบของการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม	
- รูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสาน	

เอกสารเตรียมจัดประชุมวิชาการ

เรื่อง การพัฒนาสุขภาพประชาชาติไทยในทศวรรษหน้า

ส่ง สถาบันวิจัยสาธารณสุข

ผู้รับผิดชอบ คณะทำงาน ททท. (กวม./กสว./กผก./กฉ. /กพบ./กตป.และกอร.)

7. การท่องเที่ยว

7.1 บทนำ

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงของประเทศให้เป็นที่รู้จักกันทั่วโลก และนำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเข้ามา เกิดการหมุนเวียนและกระจายรายได้สู่ประชากรทั่วประเทศ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเป็นธุรกิจบริการที่สร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว สามารถทำรายได้ให้กับประเทศสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งมาเกือบ 2 ทศวรรษ สถิติล่าสุดในปี พ.ศ. 2541 สร้างรายได้ถึง 430,075 ล้านบาท เป็นรายได้อันเป็นเงินตราจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 242,177 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวไทยเป็นจำนวน 187,898 ล้านบาท

จากบทบาทที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศสูงสุด และทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพและกระจายรายได้สู่ประชากรท้องถิ่นทั่วประเทศนี้ รัฐบาลจึงมีมติให้นำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหรือปัจจัยในการฟื้นฟูวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้นำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ภายในประเทศ อันได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรม และแรงงานบริการของประชากรในประเทศ มาใช้เป็นกิจกรรมหรือสินค้าส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นต่างแดนเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนั้นให้มากขึ้น พักค้างแรมให้นานวัน และใช้จ่ายเงินตราให้มากที่สุด นับเป็นผลให้ผู้ประกอบการและประชากรในท้องถิ่นนั้นมีรายได้จากการบริการสูงเป็นทวีคูณ

ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ที่ต้องใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่เพื่อบริการนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบ อันเป็นต้นเหตุของปัญหาต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รวมถึงปัญหาด้านสังคมที่ตามมาภายหลัง

ปัจจุบันทุกประเทศที่ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต่างยอมรับกันว่า เมื่อมีการบริหารจัดการที่ดี โดยคำนึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ทั้งทางด้านกายภาพและสังคม เพื่อให้เกิดผลทางเศรษฐกิจสูงสุด ในขณะเดียวกันป้องกันมิให้เกิดผลกระทบ หรือหากมีย่อมจัดการให้เกิดผลกระทบต่อ

สภาพแวดล้อมและสังคมในท้องถิ่นน้อยที่สุด เพื่อรักษาคุณภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ ให้ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และคุณค่าเช่นเดิมแล้ว ย่อมเป็นหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

7.2 สถานการณ์การท่องเที่ยว

7.2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเจริญเติบโตขยายตัวอย่างรวดเร็วทุกภูมิภาคของโลก ในปี 2542 องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้รายงานว่ามีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกเพิ่มขึ้นจากปี 2541 ร้อยละ 3.2 ซึ่งสถิติปี 2541 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 625 ล้านคน มีรายได้หมุนเวียนจำนวน 455,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยภูมิภาคยุโรปครองความเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับ 1 มีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 58.7 ส่วนภูมิภาคอเมริกา และเอเชียแปซิฟิก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

7.2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิก

สำหรับสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกในปี 2541 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในภูมิภาคนี้มี 86.9 ล้านคน ลดลงร้อยละ 1.2 ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 3.8 (74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) แต่เมื่อเทียบกับการลดลงของรายได้ในปี 2540 ซึ่งลดลงร้อยละ 6.9 ก็นับว่ามีการขยายตัวมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้จะชะลอตัว จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้มีอัตราลดลง แต่ประเทศไทยกลับเป็น 1 ใน 2 ประเทศที่สามารถรักษาอัตราการเติบโตทางการท่องเที่ยวไว้ได้ โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 7.53 มีสัดส่วนการถือครองตลาดเพิ่มขึ้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอันดับที่ 20 ของโลก

WTO คาดการณ์ในปี ค.ศ. 2000 (2543) แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยได้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกจะมีถึง 668 ล้านคน มีการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.4 (จากปี 2538-2543) โดยยุโรปยังคงเป็นภูมิภาคที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 1 เช่นเดิม (57.4%) แต่จะมีการขยายตัวต่ำที่สุด และต่ำกว่าภาพรวมของโลก ส่วนประเทศที่ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำของยุโรป ได้แก่ ฝรั่งเศส สเปน อิตาลี และสหราชอาณาจักร เป็นต้น

ตารางแสดงการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2543 จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน (ล้านคน)	ส่วนแบ่งตลาด (%)	อัตราการขยายตัว (2540-2541)
ยุโรป	386	57.4	3.0
อเมริกา	131	19.47	3.6
เอเชียแปซิฟิก	105	15.60	5.2
แอฟริกา	26	3.86	5.4
ตะวันออกกลาง	19	2.82	6.4
เอเชียใต้	6	0.89	5.6
โลก	673	100	3.6

ที่มา : WTO

สำหรับในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกในปี 2543 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้า 105 ล้านคน และอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูงถึงร้อยละ 5.2 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยในภาพรวมของโลก และถึงแม้ว่าจะอยู่ในระหว่างฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจ แต่ WTO คาดการณ์ว่าในปี 2543 ภูมิภาคนี้ จะสามารถมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับสอง (ประมาณร้อยละ 27) รองจากภูมิภาคยุโรป โดยจีนจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 นอกจากนั้นภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกยังเป็นภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 (462 ล้านคน) รองจากภูมิภาคยุโรป เช่นกัน โดยนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นและจีนมีการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด

หากพิจารณาถึงอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวทั้ง Inbound และ Outbound WTO ได้คาดการณ์ไว้ว่าภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีการขยายตัวสูงสุดเฉลี่ยประมาณร้อยละ 7 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวโดยรวมของโลกที่มีประมาณร้อยละ 4.3

ตารางแสดงการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound) ระหว่างปี พ.ศ. 2539-2563

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้า (ล้านคน)				Growth Rates (%) 2539-2563	Share (%) 2563
	2539	2543	2553	2563		
ยุโรป	334	386	526	717	3.1	45
อเมริกา	81	105	231	438	7.0	27
เอเชีย/แปซิฟิก*	110	131	195	284	3.8	18
แอฟริกา	20	26	46	75	5.5	5
ตะวันออกกลาง	14	19	37	69	6.7	4
เอเชียใต้	4	6	11	19	6.2	1
รวม	563	673	1,046	1,602	4.3	100

ที่มา : WTO

หมายเหตุ : * ประกอบด้วยเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ, เอเชียตะวันออกเฉียงใต้, ออสเตรเลีย และหมู่เกาะในแปซิฟิก (Micronesia, Melanesia และ Polynesia)

ตารางแสดงการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวขาออก (Outbound) ระหว่างปี พ.ศ. 2539-2563

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวขาออก (ล้านคน)				Growth Rates (%) 2539-2563
	2539	2543	2553	2563	
ยุโรป	333	393	547	771	3.1
อเมริกา	85	105	245	462	7.0
เอเชีย/แปซิฟิก*	115	135	183	248	3.8
แอฟริกา	17	23	41	69	5.5
ตะวันออกกลาง	9	12	20	35	6.7
เอเชียใต้	4	6	10	17	6.2
รวม	563	673	1,046	1,602	4.3

ที่มา : WTO

หมายเหตุ : * ประกอบด้วยเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ, เอเชียตะวันออกเฉียงใต้, ออสเตรเลีย และหมู่เกาะในแปซิฟิก (Micronesia, Melanesia และ Polynesia)

การคาดการณ์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของโลก, พ.ศ. 2563

ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)	อัตราการขยาย ปี 2539-2563 (ร้อยละ)
1. จีน	137.1	8.6	8.0
2. สหรัฐอเมริกา	102.4	6.4	3.5
3. ฝรั่งเศส	93.3	5.8	1.8
4. สเปน	71.0	4.4	2.4
5. จีน, ฮองกง	59.3	3.7	7.3
6. อิตาลี	52.9	3.3	2.2
7. สหราชอาณาจักร	52.8	3.3	3.0
8. เม็กซิโก	48.9	3.1	3.6
9. รัสเซีย	47.1	2.9	6.7
10. สาธารณรัฐเชก	44.0	2.7	4.0
รวม (1-10)	708.8	44.2	

ที่มา : WTO

การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวขาออกของแต่ละประเทศ, พ.ศ. 2563

ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก (ล้านคน)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
1. เยอรมัน	163.5	10.2
2. ญี่ปุ่น	141.5	8.8
3. สหรัฐอเมริกา	123.3	7.7
4. จีน	100.0	6.2
5. สหราชอาณาจักร	96.1	6.0
6. ฝรั่งเศส	37.6	2.3
7. เนเธอร์แลนด์	35.4	2.2
8. แคนาดา	31.3	2.0
9. รัสเซีย	30.5	1.9
10. อิตาลี	29.7	1.9
รวม (1-10)	788.9	49.2

ที่มา : WTO

7.2.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

ปี 2542 ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รายงานจากกองสถิติวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) แจ้งว่า มีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 8,580,332 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.5 เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ จากผลพวงที่ททท. ได้ประกาศโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 หรือ Amazing Thailand 1998-1999 นั้น ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวจากทั่วโลก นักท่องเที่ยวชาวไทย ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ได้รู้จักและใช้คำประกาศเชิญชวนว่า Amazing... นำหน้าอย่างกว้างขวาง มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปี 2542 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.72 สถิติปี 2542 มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 23.43 ล้านคนครั้ง สร้างรายได้เป็นเงิน 236,662 ล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 63.26 ล้านคนครั้ง (คนครั้งหมายถึง นักท่องเที่ยวคนเดียวเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่แห่งนั้นซ้ำ เช่น ในรอบ 1 ปี นายสุขเดินทางไปจังหวัดภูเก็ต 6 ครั้ง นับได้ 6 คนครั้ง) ได้ใช้จ่ายเป็นเงิน 203,179 ล้านบาท รวมเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ 439,841 ล้านบาท

จำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศพักค้างแรมเฉลี่ยนาน 7.96 วัน/คน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคน 3,705 บาท อันเป็นการเพิ่มพูนรายได้เข้าประเทศเพิ่มขึ้นจากปี 2541 ถึง ร้อยละ 4.48 เพื่อรักษาสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวให้สืบเนื่องต่อไปและเพิ่มขึ้น อีกนัยหนึ่งเป็นการรักษาสถานการณ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวไว้ให้ได้้นั้นนอกจากพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรม(สินค้า) ในกลุ่ม 9 กิจกรรมหลักของปีท่องเที่ยวไทย หรือ Amazing Thailand 1998-1999 รวม 9 กิจกรรมแล้ว ยังมุ่งเน้นในการให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรอง พิจารณาจัดการพัฒนาและส่งเสริมในลักษณะกลุ่มพื้นที่ โดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มพื้นที่นั้นเพื่อสร้างทางเลือกใหม่ (Alternative Destinations) ให้กับนักท่องเที่ยว และมุ่งพัฒนากลุ่มพื้นที่ดังกล่าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ

กิจกรรม (สินค้า) 9 กลุ่มที่ ททท. นำมาส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 หรือ Amazing Thailand 1998-1999 นั้น ได้จัดหมวดหมู่ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ดังนี้

1. สวรรค์แห่งการช้อปปิ้ง (Amazing Shopping Paradise)
2. เลิศรสอาหารไทย (Amazing Tasted of Thailand)
3. มรดกทางวัฒนธรรมหลากหลาย (Amazing Cultural Heritage)
4. ศิลปะไทยและวิถีชีวิตไทยที่น่าสนใจ (Amazing Thai Arts and Life style)
5. อลังการมรดกโลก (Amazing World Heritage)
6. กีฬาและการเล่นที่สนุกสนานตื่นเต้น (Amazing Thai Sport and Entertainment)
7. ธรรมชาติสดสวยกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Amazing Natural Heritage Eco-Adventure & Natural Beauty)

8. ประตูสู่เพื่อนบ้าน (Amazing Gateways)
9. มรดกเกษตรไทย-เกษตรสัญจร (Amazing Agricultural Heritage)

กิจกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 9 กลุ่มนี้ ททท. ได้ใช้แนวคิดเป็นคำขวัญเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ว่า “มุ่งมั่นตั้งใจ เพื่อการท่องเที่ยวไทยยั่งยืน”

นอกเหนือไปจากการจัดกิจกรรม 9 กลุ่มแล้ว ยังได้เพิ่มจุดเด่นของการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวขึ้นอีกคือ การเฉลิมฉลองแม่น้ำแห่งราชอาณาจักรไทย (Celebrate the Amazing River of Kings) กับกิจกรรมสงท้ายปี ค.ศ. 1999 ต้อนรับ ค.ศ. 2000

เพื่อรักษาตลาดทางการท่องเที่ยวให้ต่อเนื่อง และมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นกว่าในปี 2541 ททท. ได้รณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ดังนี้ กลุ่มสตรี กลุ่มเยาวชน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มความสนใจพิเศษ กลุ่มครอบครัว กลุ่ม MICE (M = Meeting / I = Incentive / C = Convention / E = Exhibition) กลุ่ม Repeater กลุ่มฮันนีมูน กลุ่ม Expats (นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ทำงานในประเทศไทย) และกลุ่มคนไทยที่พำนักในต่างประเทศ กลุ่มนักกีฬา กลุ่มเชื้อสายอินโดจีนที่พำนักในต่างประเทศ กลุ่มกองถ่ายภาพยนตร์ กลุ่มคนพิการ กลุ่มมุสลิม กลุ่มคณะทูตในอนุภาครวมแม่น้ำโขงและตะวันออกกลาง

กลุ่มเป้าหมายนี้ยังพิจารณาถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเป็นพิเศษ (Special Interest Tourists) อาทิ กลุ่มสนใจดำน้ำ สนใจเรียนการทำอาหารไทย (Cooking School) กลุ่มนักกีฬาอล์ฟ กลุ่มท่องเที่ยววัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ และกลุ่มทัวร์สุขภาพ

ไม่เพียงแต่เลือกสรรกลุ่มเป้าหมายแล้ว ททท. ยังมุ่งมั่นสู่ตลาดกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ เช่น ตลาดระยะใกล้ ได้แก่ สิงคโปร์ ฮ่องกง จีน ออสเตรเลีย เวียดนาม อินเดีย (MICE) ฟิลิปปินส์ (นักธุรกิจ และ Shopping) ตลาดระยะไกล ได้แก่ เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส แคนาดา สหรัฐอเมริกา ยุโรปตะวันออก สแกนดิเนเวีย อิสราเอล อิตาลี แอฟริกาใต้ และกลุ่มประเทศตะวันออก (UAE) ตลาดเดิมได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย

ดังนั้นภาพรวมของการท่องเที่ยวตลอดปี 2542 จึงเป็นกิจกรรมที่ร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างคึกคัก ตื่นเต้น มีสีสัน สวนทางกับธุรกิจอุตสาหกรรมอื่น ๆ อย่างสิ้นเชิง

7.3 การขยายตัวของนักท่องเที่ยว

7.3.1 การขยายตัวนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออก

สถานการณ์ท่องเที่ยวของตลาดเอเชียตะวันออก ปี 2542 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในระดับสูงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 13.37 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว

5,195,972 คน แทบทุกตลาดมีการเติบโตในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตลาดใหม่ และกลุ่มนักท่องเที่ยวสตรีที่มีการเติบโตในอัตราสูงมาก โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ไทยได้รับยังเป็นตลาดระดับกลาง ซึ่งนิยมเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดเอเชียตะวันออกมีการเติบโตที่ดีขึ้น คือ ภาวะเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้มีแนวโน้มการปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวของตลาดภูมิภาคนี้นิยมการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้นเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ตลาดที่มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ตลาดจีนและญี่ปุ่น โดยในปีนี้ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นถึง 1,064,539 คน ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ในโครงการ one million นอกจากนี้ ตลาดที่เคยประสบปัญหาในปีก่อนอย่างตลาดเกาหลี มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ได้มีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องนับจากช่วงครึ่งปีแรก อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในภูมิภาคนี้จะมีทิศทางการเติบโตที่ดีขึ้น แต่ก็ยังมีตลาดซึ่งอยู่ในภาวะที่น่าเป็นห่วง คือ ตลาดฮ่องกง ซึ่งประสบปัญหาเศรษฐกิจมาตั้งแต่ปลายปี 2541 และยังไม่มีแนวโน้มว่าจะดีขึ้น โดยอาจส่งผลกระทบต่อปี 2543 เช่นเดียวกับตลาดไต้หวัน ซึ่งไทยมีคู่แข่งจำนวนมากในการทำตลาด โดยทุกประเทศนอกจากจะแข่งขันเรื่องราคาแล้วยังให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพด้วย และทางรัฐบาลของไต้หวันเองได้หันมาดูแลเรื่องคุณภาพของการให้บริการทางการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ดังนั้น ในภาวะที่ไทยยังไม่สามารถลบภาพลักษณ์ของทัวร์คุณภาพต่ำได้อย่างสิ้นเชิง ไทยคงต้องดำเนินการทางการตลาดอย่างระมัดระวังหากต้องการขยายฐานตลาดไต้หวันอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ปัญหาการเกิดแผ่นดินไหว ซึ่งเคยเกรงว่าอาจส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจและการเดินทางออกของชาวไต้หวันในช่วงปลายปีนั้น กลับไม่มีผลกระทบรุนแรงต่อกระแสการเดินทางเข้าไทยแต่อย่างใด ดังจะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวไต้หวันที่เข้าไทยภายหลังเหตุการณ์ดังกล่าวยังคงเติบโตด้วยดี

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาดเอเชียตะวันออกจะกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง โดยมีแนวโน้มการขยายตัวที่สูง แต่ก็ยังไม่สามารถวางใจได้ว่าเป็นการเติบโตอย่างมีคุณภาพ เนื่องจากบรรยากาศการแข่งขันด้านการตลาดภายในภูมิภาคเดียวกันมีค่อนข้างสูง โดยมีกลยุทธ์ด้านการตัดราคาเป็นจุดขายหลัก ซึ่งท้ายสุดก็จะเหนี่ยวนำให้เกิดปัญหาทัวร์คุณภาพต่ำตามมาอีก ซึ่งจัดเป็นบรรยากาศการตลาดที่สร้างปัญหาให้กับประเทศไทยมาโดยตลอด การกำหนดจุดยืนที่ชัดเจนในการทำตลาดในภูมิภาคนี้โดยเน้นคุณภาพเป็นหลักจึงเป็นประเด็นที่ต้องเอาใจใส่อย่างยิ่ง

7.3.2 การขยายตัวนักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรป

การเติบโตของตลาดยุโรปในปีนี้อยู่ในระดับปานกลาง คือร้อยละ 5.39 แม้การเติบโตจะไม่มากเท่าปีที่ผ่านมา แต่ก็มีจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับที่น่าพอใจ คือ 1,990,449 คน ตลาดหลักที่ยังคงเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง คือ สแกนดิเนเวีย สหราชอาณาจักร และเนเธอร์แลนด์ ในขณะที่ตลาดหลักที่สำคัญ

เช่น เยอรมัน เริ่มอยู่ในภาวะทรงตัว และบางตลาดหลักได้ชะลอตัวลง อาทิ อิตาลี และออสเตรเลียที่เริ่มหันเหไปท่องเที่ยวสเปน โปรตุเกส และแอฟริกาเหนือมากขึ้น ด้วยแรงดึงดูดทางด้านราคา และการเปลี่ยนแปลงความนิยมของนักท่องเที่ยว ส่วนตลาดที่ยังไม่มีแนวโน้มที่จะฟื้นตัว คือ รัสเซีย ซึ่งยังคงได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในประเทศ

ในปีนีตลาดยุโรปได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดที่สำคัญ คือเริ่มขยายตัวไปสู่กลุ่มตลาดใหม่มากขึ้น โดยยังสามารถรักษาตลาดเก่าไว้ได้ในจำนวนและอัตราเพิ่มที่น่าพอใจ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ไทยได้รับเป็นตลาดคุณภาพ คือ เป็นกลุ่มตลาดระดับบนและเป็นกลุ่มครอบครัว นอกจากนี้การเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวและการเช่าเหมาลำมายังแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง โดยเฉพาะภูเก็ตมีการเติบโตเพิ่มขึ้นมาในตลาดสแกนดิเนเวีย ซึ่งได้มีการทำสัญญาล่วงหน้ากับโรงแรมในภูเก็ต จึงไม่ประสบปัญหาการขาดแคลนที่พัก นอกจากนี้ทิศทางตลาดดังกล่าวแล้ว ปัจจัยภายในภูมิภาคยุโรปซึ่งมีความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจยังเป็นแรงเสริมสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวยุโรปเดินทางต่างประเทศในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง

7.3.3 การขยายตัวนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียเนีย

สถานการณ์ภาพรวมของตลาดเอเชียเนียในปีนีอยู่ในระดับทรงตัวจากปีที่ผ่านมา คือ เติบโตเพียงร้อยละ 0.63 เท่านั้น หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 350,555 คน ภาวะการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้นในภูมิภาค โดยเฉพาะจากแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้ เช่น พิจิ และบาฮาลี ความได้เปรียบทางด้านจำนวนเที่ยวบินของคู่แข่งซึ่งมีการร่วมมือทางการบินกับกลุ่มประเทศในเอเชียเนีย รวมทั้งแนวโน้มสถานการณ์ทางการเมืองที่เริ่มคลี่คลายในประเทศคู่แข่ง ส่งผลให้ตลาดนี้อยู่ในระดับทรงตัวนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์เป็นต้นมา ทั้งนี้แม้ในไตรมาสสุดท้าย สถานการณ์ตลาดจะปรับตัวดีขึ้นบ้างเล็กน้อย จากปัจจัยเสริมหลายประการ อาทิ การคว่ำบาตรของตลาดออสเตรเลียที่มีต่ออินโดนีเซีย ซึ่งเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในติมอร์ และการที่สายการบินไทยปรับเส้นทางบินเชื่อมโยกรุงแทฮ์ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์เป็นวงกลม แต่ก็ไม่สามารถทำให้ภาพรวมของทั้งปีดีขึ้นได้ ปัจจัยเสริมดังกล่าวจะต้องอาศัยเวลาในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงตลาดนี้ให้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

7.3.4 การขยายตัวนักท่องเที่ยวภูมิภาคอเมริกา

ในปี 2542 กระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกามายังประเทศไทย มีการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกไตรมาส ทั้งในด้านจำนวนและสัดส่วนครองตลาด โดยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของตลาดตลอดทั้งปีอยู่ที่ระดับร้อยละ 14.67 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 514,595 คน ความได้เปรียบของประเทศไทยทางด้านภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่นยังคงเป็นจุดขายสำคัญในตลาดอเมริกา ยิ่งเมื่อผสมผสานกับปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งของตลาดหลัก

คือ สหรัฐอเมริกาและแคนาดา และกระแสนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวมายังเอเชียแปซิฟิกที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ได้แก่ การทำตลาดเชิงรุกของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในการจัดแพคเกจทัวร์ราคาถูกมายังเอเชีย การปรับเส้นทางบินเชื่อมระหว่างอเมริกา-เอเชียให้มีระยะเวลาเดินทางที่สั้นลง ปัญหาความรุนแรงและความไม่สงบทางการเมืองของประเทศเพื่อนบ้าน และภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวคู่แข่งที่สำคัญในแถบเอเชีย และแคริบเบียน ตลอดจนการรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทยที่เพิ่มมากขึ้น นับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ยังได้เปรียบให้กับประเทศไทย และส่งผลให้ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากตลาดนี้เพิ่มขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างสูง

แม้จะต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันทางด้านราคาจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ก็ตาม อย่างไรก็ตาม ภายใต้อิทธิพลของเศรษฐกิจโลกที่มีเพียงเดือนธันวาคมของปี 2542 เท่านั้น ที่ตลาดแม้จะยังมีการเติบโตดี แต่ก็อยู่ในอัตราที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับการเติบโตของตลาดในเดือนก่อน ๆ ทั้งนี้ เป็นเพราะตลาดได้รับปัจจัยลบจากปัญหา Y2K ทำให้นักท่องเที่ยวหันไปเดินทางในระยะใกล้ ๆ มากกว่า รวมทั้งการที่ทางการสหรัฐฯ ได้ออกประกาศเตือนชาวอเมริกันที่จะเดินทางไปร่วมฉลองเปลี่ยนศตวรรษใหม่ในต่างประเทศให้ระวังการเป็นเป้าโจมตีจากกลุ่มผู้ก่อการร้ายข้ามชาติ และให้หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีคนชุมนุมกันอยู่เป็นจำนวนมาก แต่กระนั้น เหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาอันสั้น ซึ่งคาดว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อกระแสการเดินทางเข้าประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากตลาดนี้ในช่วงต้นปี 2543 ทั้งนี้ ตลาดนักท่องเที่ยวอเมริกาที่ประเทศไทยได้รับนอกจากจะเป็นกลุ่มตลาดเก่าที่มีการเติบโตอยู่ในระดับดี เช่น กลุ่มตลาดระดับบน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางซ้ำ แล้วยังเริ่มขยายตัวไปสู่กลุ่มตลาดใหม่มากขึ้น อาทิ กลุ่มที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว กลุ่มสตรี และกลุ่มนักท่องเที่ยววัยเกษียณ

7.3.5 การขยายตัวนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียใต้

ในรอบปี 2542 สถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียใต้มีการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดีที่ระดับร้อยละ 8.35 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 280,422 คน แม้ว่าสถานการณ์ทางการเมืองในภูมิภาคเอเชียใต้ยังคงไม่น่าไว้วางใจจากปัญหาข้อพิพาททางการเมืองระหว่างอินเดียและปากีสถาน ซึ่งนำไปสู่การสู้รบในบางพื้นที่ รวมทั้งปัญหาความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศของบางประเทศ อาทิ ศรีลังกา และบังคลาเทศ แต่กระนั้น ภาวะการณ์ดังกล่าว ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางออกนอกประเทศของชาวเอเชียใต้เท่าใดนัก โดยเฉพาะการเดินทางจากตลาดหลัก คือ อินเดีย ที่ยังคงมีการเคลื่อนไหวในอัตราที่น่าพอใจ ในปีนี้นักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ที่ประเทศไทยได้รับส่วนใหญ่มักยังคงเป็นกลุ่มตลาดเดิม ซึ่งมีอัตราการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี คือกลุ่มตลาดระดับกลางถึงล่าง อย่างไรก็ตาม เริ่มมีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางซ้ำ ขณะเดียวกันก็เริ่มได้รับการตอบรับจากกลุ่มตลาดใหม่ ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ที่เพิ่งไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี และกลุ่มนักท่องเที่ยววัยเกษียณ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความหลากหลายและน่าสนใจของสินค้าทางการท่องเที่ยวของไทย ที่ยังคงเป็นจุดแข็งในการแข่งขัน

กับประเทศอื่น ๆ ได้ค่อนข้างดี ในภาวะที่ประเทศคู่แข่งในแถบเอเชียบางประเทศต้องเผชิญกับปัญหาภัยธรรมชาติและวิกฤตการณ์ทางการเมืองและสังคม

7.3.6 การขยายตัวนักท่องเที่ยวภูมิภาคตะวันออกกลาง

ในรอบปี 2542 สถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางมีแนวโน้มการเติบโตปานกลางในอัตราร้อยละ 6.07 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 175,106 คน โดยตลาดที่มีการขยายตัวในระดับดีอย่างต่อเนื่อง คือ อิสราเอล ส่วนตลาดอื่น ๆ กระแสการเดินทางยังคงมีความผันผวน โดยเฉพาะ ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ดี ในภาพรวมแล้ว นับว่าประเทศไทยประสบความสำเร็จค่อนข้างสูงจากการเปลี่ยนแปลงลักษณะของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับเพศชาย ยังผลให้นักท่องเที่ยวสตรีจากตะวันออกกลางมีการขยายตัวต่อเนื่องในอัตราที่ค่อนข้างสูง นับเป็นการเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนได้ง่ายและกว้างขวางขึ้น นอกจากนี้ ตลาดยังได้รับปัจจัยบวกจากภาวะทางเศรษฐกิจและการเมืองในตะวันออกกลางที่เริ่มมั่นคงขึ้น รวมทั้งการจัดการส่งเสริมการขายรูปแบบใหม่ ๆ ของภาครัฐกิจเอกชนของไทยในราคาที่ดีดึงดูด กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจจากความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในตุรกีและกรีซซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้ที่สำคัญของนักท่องเที่ยวจากตลาดนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอิสราเอลล้วนเป็นแรงหนุนให้ไทยยังคงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางเพิ่มขึ้น

แม้ว่าในช่วงเดือนธันวาคม นักท่องเที่ยวเกือบทุกตลาดยกเว้นอิสราเอลจะมีจำนวนลดลงอันเนื่องมาจากผลกระทบจากปัญหา Y2K แต่ก็ยังเป็นเพียงระยะเวลานั้นและไม่ส่งผลกระทบต่อทิศทางเคลื่อนไหวของตลาดในภาพรวมเท่าใดนัก ทั้งนี้ ในปี 2542 เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดที่สำคัญบางประการ กล่าวคือ ประเทศไทยเริ่มสูญเสียกลุ่มตลาดเก่าบางกลุ่มไปคือ กลุ่มตลาดที่เดินทางซ้ำ นอกจากนี้ กลุ่มตลาดระดับบนซึ่งเป็นกลุ่มตลาดเก่าที่ประเทศไทยได้รับเช่นกัน ก็เริ่มมีจำนวนลดลง ขณะเดียวกันก็เริ่มได้รับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น อาทิ นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยเลย กลุ่มที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว กลุ่มตลาดระดับล่าง กลุ่มสตรี และกลุ่มนักท่องเที่ยววัยเกษียณ

7.3.7 การขยายตัวนักท่องเที่ยวภูมิภาคแอฟริกา

ตลาดนักท่องเที่ยวแอฟริกาในปี 2542 ในภาพรวมมีทิศทางการเคลื่อนไหวน้อย โดยมีการขยายตัวในอัตราร้อยละ 1.58 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 73,233 คน แม้ตลาดจะเริ่มปรับตัวดีขึ้นตามลำดับนับแต่ช่วงไตรมาสที่ 2 เป็นต้นมา แต่การเติบโตของตลาดยังอยู่ในระดับต่ำ กอปรกับในไตรมาสสุดท้ายกระแสการเคลื่อนไหวของตลาดเริ่มมีทิศทางดังลงอีกครั้งอันเป็นผลจากแรงดูดของตลาดขนาดรองในภูมิภาคที่ชะลอตัวลง ขณะที่ตลาดหลักอย่างแอฟริกาใต้ที่ชะลอตัวมาโดยตลอด นับแต่ต้นปี 2542 เริ่มปรับตัวดีขึ้นนับแต่ไตรมาสที่ 3 ต่อเนื่องถึงไตรมาสที่ 4 แต่อัตราการเติบโตเฉลี่ยของตลาดนี้ในรอบปีก็ยังคงอยู่ในระดับที่ลดลงเล็กน้อย อย่างไรก็ดี แอฟริกา

ได้เป็นตลาดที่มีลักษณะการเคลื่อนไหวที่เป็นไปตามกระแสนิยม นับเป็นตัวแปรสำคัญที่ไม่อาจวางใจ และที่อิทธิพลสำคัญต่อการเพิ่ม/ลดของจำนวนนักท่องเที่ยวแอฟริกาได้ในประเทศไทย ซึ่งยุโรปและสหรัฐอเมริกายังคงเป็นจุดหมายปลายทางเดิมที่อยู่ในความนิยมของตลาดแอฟริกาได้อย่างสม่ำเสมอมาโดยตลอด ขณะที่ออสเตรเลียก็กำลังเป็นจุดหมายปลายทางใหม่ที่กำลังมาแรง ทั้งนี้ ในปี 2542 กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวแอฟริกาที่ประเทศไทยได้รับส่วนใหญ่นับว่าเป็นกลุ่มตลาดเดิม อย่างไรก็ตาม กลุ่มตลาดเดิมบางกลุ่มเริ่มมีจำนวนลดลง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางซ้ำ ขณะเดียวกันก็เริ่มขยายตลาดไปสู่กลุ่มใหม่ ๆ ได้เพิ่มขึ้น อาทิ กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวซึ่งมีการขยายตัวอยู่ในอัตราที่ค่อนข้างสูง

7.3.8 วันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว

ในปี 2542 จำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวลดลงเล็กน้อยจากจำนวน 8.4 วัน เหลือเพียง 7.96 วัน นักท่องเที่ยวจากเกือบทุกกลุ่มตลาดมีการลดของจำนวนวันพักเฉลี่ยแทบทั้งสิ้น ยกเว้นเพียงตลาดยุโรปที่ยังคงขยายตัวด้านวันพัก ผลของการชะลอตัวในจำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ทำให้จำนวนคืนพักของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปี 2541 ไม่มากนัก เพียงร้อยละ 4.69 มีจำนวนทั้งสิ้น 68.29 ล้านคืนพัก

7.3.9 การขยายตัวของนักท่องเที่ยวไทย

การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (Internal Tourism) ในปี 2542 เพิ่มขึ้นจากปี 2541 เล็กน้อย โดยมีจำนวนคนเดินทางท่องเที่ยวทั้งสิ้น 63.26 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.08 จากปีที่ผ่านมา การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทยในลักษณะค้างคืนกลับมีอัตราเติบโตลดลง ขณะที่การเดินทางในลักษณะทัศนอาจรเริ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ผลจากการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศทำให้การกระจายตัวการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีอัตราการเพิ่มขึ้นไม่มากนัก แม้ว่าลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะมีจำนวนเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนในการเดินทางต่อครั้งสูงขึ้นก็ตาม (1:18 จังหวัด) ในจำนวนการเดินทางที่กระจายตัวไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ กรุงเทพมหานคร นครยังคงมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนมากที่สุดในสัดส่วนร้อยละ 27.78 รองลงมาคือภาคใต้ในสัดส่วนร้อยละ 22.31 อันดับ 3 คือภาคเหนือ ในอัตราร้อยละ 17.15

สำหรับการกระจายตัวการเดินทางของนักท่องเที่ยวคนไทยร้อยละ 63 ของการเดินทางจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ค้างคืน ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปีที่ผ่านมา ขณะที่การเดินทางในลักษณะนักทัศนอาจรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.84 พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในภาคกลางจะมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทยเดินทางไปเยือนสูงที่สุด และยังคงมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากความได้

เปรียบในด้านระยะทางที่อยู่ใกล้พื้นที่ตลาดหลัก เช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวภาคใต้ ซึ่งยังคงมีการขยายตัวของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย ทั้งนี้การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกที่แล้วเสร็จในหลายเส้นทาง ทำให้การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถทำได้สะดวกขึ้น เป็นปัจจัยหนึ่งต่อการขยายตัวของนักท่องเที่ยว ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือได้รับผลกระทบต่อการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยในระดับที่ค่อนข้างสูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ

รายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ

จากจำนวนคืนพักของนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศ 162.63 ล้านคืนพัก เมื่อนำมาคำนวณหารายได้ที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในแต่ละจังหวัด โดยที่นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 1,972.14 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อคนประมาณ 972.02 บาท ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในแหล่งท่องเที่ยวรวมเป็นเงิน 28,308.82 ล้านบาท เมื่อรวมรายได้ทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ (ไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัด) มีจำนวนทั้งสิ้น 439,842 ล้านบาท โดยกรุงเทพมหานครจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.27 ของรายได้ทั้งหมด รองลงมาคือภูเก็ตคิดเป็นร้อยละ 12.67

เมื่อพิจารณารายได้หมุนเวียนที่เกิดจากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย ส่วนใหญ่กระจายอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,871.49 บาท และนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 911.36 บาท โดยที่กรุงเทพมหานครยังคงเป็นพื้นที่ที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงสุด ส่วนรายได้หมุนเวียนที่เกิดจากการเดินทางของชาวต่างประเทศประมาณ 236,662.23 ล้านบาท (ไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัด) รายได้ส่วนใหญ่กระจายอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร รองลงมาคือภูเก็ต และพัทยาตามลำดับ ในส่วนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 3,705 บาท และนักท่องเที่ยวคนไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 1,525 บาท กรุงเทพมหานครมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงสุด และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันต่ำสุด

ตารางการกระจายตัวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำแนกตามภูมิภาค ปี 2542

หน่วย: คน-ครั้ง

ภูมิภาค	ผู้เยี่ยมเยือน	นักท่องเที่ยว	นักทัศนาจร
	จำนวน (%) Δ	จำนวน (%) Δ	จำนวน (%) Δ
รวม	86,696,578 +5.72	57,573,038 +4.47	29,123,540 +8.28
ภาคเหนือ	11,674,396	10,002,909	1,671,487
กรุงเทพมหานคร	+2.42	+3.16	1.84
ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ)	21,712,401	15,958,289	5,754,112
ภาคตะวันออก	+4.10	+4.34	+3.45
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	19,593,256	7,743,672	11,849,584
ภาคใต้	+5.42	+5.38	+5.44
	9,062,503	6,787,697	2,274,806
	+4.99	+4.69	+5.91
	11,641,164	7,121,019	4,520,145
	+5.10	+6.18	+3.44
	13,012,858	9,959,452	3,053,406
	+13.57	+3.94	+62.74

แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2000

ในศตวรรษที่ 21 ประเทศไทยมีแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในแนวทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Development) มากยิ่งขึ้น จะมีการนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ (Eco-Tourism/Green Tourism) อย่างเป็นรูปธรรมพร้อมทั้งมีความพยายามที่จะพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ยั่งยืน ซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม (หรือ Attraction) น้อยที่สุด นอกจากนี้ ปัจจัย “3S” อย่าง Sun Sand Sea นั้นมิได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมอีกต่อไป แต่จะเกิด “3S” ในรูปแบบใหม่ที่เป็นผลจากการรักษาสิ่งแวดล้อมและจัดการที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนขึ้นมาทดแทน ได้แก่

- “S” Security หมายถึง ความปลอดภัยที่รวมถึงภัยธรรมชาติทั้งหลาย และความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- “S” Sanitation หมายถึง ความสะอาดปราศจากโรคและมลพิษทั้งอากาศ น้ำดื่ม และสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ
- “S” Satisfaction หมายถึง ความพึงพอใจ ประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยวในส่วนของสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและด้านบริการ

ทั้งนี้ จากกระแสการพัฒนาดังกล่าว ซึ่งขยายผลจากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วไปสู่กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาต่าง ๆ มีผลทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจต่อการรักษาสภาพแวดล้อมมากขึ้น ผสมกับความเป็นไปในโลกเทคโนโลยีทันสมัย ทำให้รูปแบบของการเดินทางเปลี่ยนไป ดังนี้

1. รูปแบบกระแสการเดินทาง

- การเดินทางเพื่อพักผ่อนอย่างแท้จริง
- การเดินทางเพื่อศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิต
- การเดินทางเพื่อพักผ่อนร่วมกับ Soft Adventure

2. ปัจจัยสนับสนุนการเดินทาง

- การเห็นประโยชน์จากการเดินทางท่องเที่ยวว่าเป็นการให้ความรู้ ประสิทธิภาพ และพัฒนาคุณภาพชีวิต
- การลดชั่วโมงการทำงาน และการปรับจำนวนวันหยุดพักผ่อนให้มากขึ้น
- การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว อาทิ การพัฒนาด้านการบิน
- การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งทำให้การแสวงหาข้อมูลเพื่อการเดินทางรวมทั้งการจัดเตรียมการเดินทางสะดวกมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

3. ปัจจัยเบี่ยงเบนการเดินทาง

- มาตรการควบคุมการเดินทางออกของบางประเทศ
- การต่อต้านการทำลายสิ่งแวดล้อม
- การต่อต้านการใช้แรงงานเด็กและสตรี
- ขาดมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

7.4 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวหรือพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น มีการใช้จ่ายมากขึ้น ทำให้เพิ่มทุนเศรษฐกิจ หรือมีรายได้หมุนเวียนในชุมชนนั้นเพิ่มมากขึ้น

7.4.1 องค์ประกอบโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว

1. ระบบคมนาคม การเชื่อมโยงเครือข่ายการคมนาคมจากถนนสายหลักเข้าไปยังชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง จนถึง เส้นทางจักรยาน ทางเดินเท้า และลานจอดรถในแหล่งท่องเที่ยว
2. ระบบน้ำดื่ม น้ำใช้ โดยการจัดหาแหล่งน้ำดิบเพื่อผลิตระบบประปาชุมชน เช่น น้ำบาดาล ประปาภูเขา และอ่างเก็บน้ำ
3. ไฟฟ้าส่องสว่าง มีการเชื่อมโยงระบบไฟฟ้าจากสายหลัก
4. ระบบการกำจัดของเสีย โดยเฉพาะการบำบัดน้ำเสีย และกำจัดมูลฝอยในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลกระทบที่สำคัญ

7.4.2 ประโยชน์ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

1. สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวในการประกอบกิจกรรมต่างๆ เช่น ประโยชน์ใช้สอย ความสะดวกสบาย
2. ช่วยป้องกัน รักษาทรัพยากร และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรมลง เช่น เส้นทางเดินเท้า ป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวเหยียบย่ำบนพื้นที่เปราะบาง
3. ป้องกันอันตรายที่อาจเกิดกับนักท่องเที่ยว เช่น รวากันตกริมหน้าผา ไฟฟ้าส่องสว่างในถ้ำ เป็นต้น
4. ลดผลกระทบต่องสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น ระบบการกำจัดมูลฝอย ระบบบำบัดน้ำเสีย

7.5 ผลกระทบจากการขยายตัวทางการท่องเที่ยว

7.5.1 ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางบวก

1. มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เช่น ชุมชนดั้งเดิมของประเทศส่วนใหญ่มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจแบบชุมชนเกษตร เมื่อมีการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว จะมีการลงทุนผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจจากการเกษตรเป็นการค้าและบริการ
2. มีการขยายตัวของธุรกิจหลายประเภทเพิ่มมากขึ้น
3. เกิดการสร้างอาชีพ และการจ้างงานเพิ่มขึ้นในท้องถิ่น
4. เกิดการกระจายรายได้ จากการซื้อสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว
5. มีรายได้ต่อหัวของประชากรในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น
6. มีการหมุนเวียนทางการเงิน จากการที่ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น อำนาจในการซื้อก็เพิ่มมากขึ้นด้วย
7. ลดปัญหาดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลกระทบทางลบ

1. เกิดปัญหารายได้ไม่สม่ำเสมอตลอดปี เนื่องจากรายได้จากการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นตามฤดูกาลท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า ล่องแก่ง ดำน้ำ ปีนเขา และงานประเพณี เป็นกิจกรรมที่จัดได้เฉพาะฤดูกาล ทำให้ขาดรายได้ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว
2. ปัญหาค่าครองชีพสูงในแหล่งท่องเที่ยว เกิดภาวะเงินเฟ้อ
3. เกิดปัญหาการแก่งแย่งผลประโยชน์ในสินค้าและบริการ เกิดการแข่งขันด้านราคา มีการตัดราคาสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นผลเสียต่อเศรษฐกิจโดยรวม
4. ปัญหาส่วนแบ่งผลประโยชน์อันควรได้ของชุมชน จากบุคคลภายนอกหรือถูกผูกขาดในการดำเนินการโดยธุรกิจต่างชาติ ทำให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวได้รับส่วนแบ่งในอัตราส่วนค่อนข้างน้อย
5. ปัญหาราคาที่ดิน จะมีราคาสูงขึ้นในทำเลที่ดี
6. ค่าใช้จ่ายในการจัดระเบียบชุมชนท้องถิ่น เมื่อมีการหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจากชุมชนอื่นเข้ามา ทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะและน้ำเสีย บุรณะซ่อมแซมความเสียหายของทรัพยากรท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการบำรุงและจัดหาสาธารณูปโภค

7.5.2 ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคม

ผลกระทบทางบวก

1. มีการเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ เพิ่มอาชีพเสริมให้แก่คนในชุมชน จากทำการเกษตรเป็นหลัก มีการค้าขายและบริการเป็นงานเสริม
2. มีการพัฒนาสาธารณูปโภคในชุมชน เพื่อเป็นการรองรับนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จึงเป็นผลพลอยได้ของชุมชนในการใช้ประโยชน์จากสาธารณูปโภคนั้น
3. ยกมาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตแก่คนในชุมชน
4. มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของครอบครัว เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับครอบครัวของตนก่อนจึงอาจชลอการมีบุตรไว้ก่อนเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดูบุตรและเพิ่มเงินออมมากขึ้น
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นในหลายด้านระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน
6. สร้างความสามัคคี เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในท้องถิ่น รู้สึกภาคภูมิใจ ตระหนักในคุณค่าของชุมชน เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนทำให้เกิดการร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่นานสืบไป
7. ป้องกันการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น จากความยากจน หรือย้ายไปหางานทำที่อื่น เนื่องจากมีอาชีพที่สามารถเลี้ยงตัวเองและครอบครัวได้ในท้องถิ่นอยู่แล้ว
8. เสริมสร้างการศึกษาให้แก่คนในท้องถิ่น มีโลกทัศน์กว้างขึ้น เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนให้เจริญก้าวหน้า เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสืบไป
9. เสริมสร้างความปลอดภัยในชุมชน จากการมีมาตรการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนนั้น

ผลกระทบทางลบ

1. เกิดการทำลายเอกลักษณ์ของชุมชน เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และค่านิยมของสังคมในท้องถิ่น จากการเลียนแบบการแต่งกาย อาหารการกิน การบริโภคสินค้า การใช้เครื่องจักรแทนแรงงาน หรือรูปแบบการสร้างอาคารบ้านเรือน
2. เกิดปัญหาการว่างงานนอกฤดูกาลท่องเที่ยว มีผลต่อการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในท้องถิ่น การลดคนงานออกบางส่วน เป็นต้น

3. ปัญหาการอพยพของแรงงานในท้องถิ่นอื่น เกิดการถ่ายเทแรงงานจากชุมชนอื่นเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว เกิดปัญหาแรงงานคุณภาพต่ำ หรือปัญหาสังคมด้านอื่น ๆ ตามมา เช่น ปัญหาด้านที่อยู่อาศัย ปัญหาด้านสาธารณสุข เป็นต้น
4. ปัญหาเพศพาณิชย์ในชุมชนท้องถิ่น
5. ปัญหาด้านอาชญากรรม และความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
6. การหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว จากความละโมภของผู้ประกอบการในท้องถิ่น กอบโกยผลประโยชน์ให้ตนเองมากกว่านึกถึงประโยชน์ส่วนรวม

7.5.3 ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรม

ผลกระทบทางบวก

1. ใช้วัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นเป็นจุดขาย หรือเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชม เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน ของที่ระลึก งานประเพณีที่สืบทอดกันมาเป็นต้น
2. นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น ลดความเชื่อและความเข้าใจที่ผิด ๆ เช่น ประเทศด้อยพัฒนามีวิถีชีวิตที่ล้าหลัง
3. สร้างความรัก ความภาคภูมิใจ และหวงแหนวัฒนธรรม ประเพณีที่มีคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น
4. ช่วยฟื้นฟู และสืบทอดวัฒนธรรม ประเพณี ของชุมชนท้องถิ่น เมื่อมีนักท่องเที่ยวสนใจ และสามารถเป็นจุดขายได้ชุมชนจะเกิดจิตสำนึกในการรักษาวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมไว้
5. เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น
6. เกิดประโยชน์ในการส่งเสริมการผลิตและเผยแพร่ผลงานศิลปวัฒนธรรม ให้เป็นสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยว เช่น เสื้อผ้าพื้นเมือง เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเงิน เป็นต้น

ผลกระทบทางลบ

1. เกิดความขัดแย้งทางวัฒนธรรม ประเพณีที่ไม่เหมาะสม จากความไม่รู้ของนักท่องเที่ยว เช่น แต่งกายไม่ถูกกาลเทศะ ละเมิดประเพณีท้องถิ่น เป็นต้น
2. เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยมทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ละทิ้งขนบประเพณีดั้งเดิม

3. เปลี่ยนแปลงรูปแบบวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว มุ่งเน้นความสวยงามเพื่อการต้อนรับ หรือสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว ละเลยหรือไม่ได้ให้ความสนใจทางพิธีกรรม ความเชื่อเดิม และความร่วมมือร่วมใจจากท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรม
4. ลดคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น นำประเพณีที่เกี่ยวกับศาสนาและวัฒนธรรมมาจัดขึ้นเพื่อหวังผลประโยชน์ทางการค้า กลายเป็นจัดงานประเพณีขึ้นเพื่อแสดงให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาชม
5. การทำลายศิลปวัตถุ โบราณสถาน จากนักท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ หรือการรู้เท่าไม่ถึงการณ์

7.5.4 ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบทางบวก

1. สร้างความตระหนักในคุณค่าสิ่งแวดล้อมของชุมชนในท้องถิ่น เกิดการรักษา หวงแหน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสืบต่อไป
2. ก่อให้เกิดประโยชน์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม พื้นฟูและปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสวยงาม เป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว
3. เกิดแรงกระตุ้นในการศึกษาค้นคว้าหาแนวทางในการรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชนไม่ให้เสื่อมโทรมลง

ผลกระทบทางลบ

1. การบุกรุกพื้นที่ป่า และที่สาธารณะ เพื่อการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว
2. การทำลายพรรณไม้ รบกวนสัตว์ป่า จากการท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า พักแรมในธรรมชาติ
3. ขาดแคลนทรัพยากรน้ำ เนื่องจากมีการใช้น้ำเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามา ต้องค้นหาแหล่งน้ำเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ขุดเจาะบ่อนบาดาล การทำประปาภูเขา เป็นต้น
4. เกิดน้ำเสียและปัญหาด้านการระบายน้ำในแหล่งท่องเที่ยว จากการขาดการวางแผนการบำบัดน้ำเสียที่ไม่ได้คุณภาพ การปล่อยน้ำเสียลงในแหล่งน้ำ

5. การสูญเสียทรัพยากรชีวภาพ จากบางกิจกรรมของมนุษย์ เช่น การเดินป่า การใช้ช้าง บรรทุกนักท่องเที่ยวเดินเข้าไปในป่าต้นน้ำ ซึ่งเป็นพื้นที่เปราะบาง รบกวนพื้นที่วางไข่ของเต่าทะเล ปะการังเสื่อมโทรม
6. ปัญหาขาดความสมดุลในระบบนิเวศ เช่น การทิ้งขยะ การปล่อยน้ำเสียลงในพื้นที่อุทยานแห่งชาติและป่าชายเลน ทำให้สูญเสียตัวอ่อนของสัตว์และพรรณไม้หลายชนิด การตัดถนนเข้าไปในเขตป่า ทำให้ช้าง ชะนีสูญเสียแหล่งอาหาร และที่อยู่อาศัย เป็นต้น
7. การชะล้างพังทลายของดิน จากการตัดถนนเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว
8. การทรุดตัวของดิน จากการนำน้ำบาดาลขึ้นมาใช้
9. ปัญหาการจัดการมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล
10. มลภาวะทางเสียง จากการจราจรทั้งรถ เรือ แหล่งบันเทิงเรีงรมย์

7.5.5 ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสุขภาพอนามัย

ผลกระทบทางบวก

1. การท่องเที่ยวมีส่วนเสริมสร้างคุณภาพชีวิต และสุขภาพอนามัยของประชาชน มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง จิตใจแจ่มใสเบิกบานที่ได้ไปเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อการพักผ่อน
2. คนในท้องถิ่นได้รับผลพลอยได้ และเกิดประโยชน์ทางอ้อมต่อสุขภาพจากการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภค และสาธารณูปการต่างๆ ทำให้คนในท้องถิ่นมีน้ำดื่ม น้ำใช้ที่สะอาดจากการพัฒนาระบบประปา ได้รับประทานอาหารถูกสุขลักษณะ เนื่องจากต้องมีการควบคุมคุณภาพอาหารและความสะอาด เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ถนนปราศจากฝุ่นเนื่องจากมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
3. เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในท้องถิ่น จะช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น จากการกระจายรายได้ทำให้เศรษฐกิจในครอบครัวดีขึ้น มีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อสุขภาพได้มากขึ้น รวมทั้งมีการเลือกใช้บริการจากสถานพยาบาลยามเจ็บป่วย
4. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเสริมสร้างความปลอดภัยแก่คนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะเกิดความมั่นใจ และเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ชุมชนจึงต้องมีมาตรการเสริมสร้างความปลอดภัยในท้องถิ่น
5. การพัฒนาระดับมาตรฐานด้านการบริการ มุ่งสู่มาตรฐานสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม คือ ISO, Green Globe และ Blue Flag ซึ่งจะบังเกิดผลให้

แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่ดี นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่ออุบัติเหตุ และปลอดภัยจากโรคติดต่อ

ผลกระทบทางลบ

1. การอพยพย้ายถิ่นจากชุมชนอื่นเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อประกอบอาชีพ ทำให้เกิดปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย ความแออัด ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพได้
2. ปัญหาอาชญากรรมในแหล่งท่องเที่ยว อาจมาจากความแตกต่างด้านฐานะทางเศรษฐกิจ ชุมชนต่างถิ่น หรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเกิดอาชญากรรม เช่น การแต่งกายไม่เหมาะสม การเปลือยกายอาบแดด เป็นต้น
3. ธุรกิจเพศพาณิชย์ในแหล่งท่องเที่ยว ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์อันดีของประเทศ ยังส่งผลกระทบต่อปัญหาด้านสุขภาพด้วย คือ ปัญหาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ เช่น กามโรค โรคเอดส์ เป็นต้น
4. มลพิษทางเสียงจากยานพาหนะบนท้องถนน และสถานบริการ สถานเริงรมย์ รบกวนการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว และชุมชน เกิดความเครียดจากเสียงดัง มีผลกระทบต่อการได้ยิน
5. ปริมาณน้ำเสียและขยะที่เพิ่มขึ้น และขาดการจัดการที่ถูกต้อง เช่น ปล่อยน้ำทิ้งที่ไม่ได้มาตรฐานลงในแหล่งน้ำ กองขยะที่กองทิ้งไว้เพื่อรอการกำจัด เมื่อฝนตกจะชะความสกปรกลงในแหล่งน้ำ คลอง ทะเล หรือแหล่งน้ำใต้ดิน ซึ่งอาจเกิดการปนเปื้อนต่อแหล่งน้ำดื่ม น้ำใช้ของชุมชน

7.6 มาตรการแก้ไข และควบคุมป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

มาตรการแรก ดูแล ป้องกัน รักษาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด สะดวกต่อการเข้าชม โดยตั้งเป้าหมายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานฉลากเขียว (Green Globe 21) หรือมาตรฐาน Green Products ซึ่งเป็นมาตรฐานผ่านการตรวจประเมินในด้านการบริหารจัดการเช่น การจัดการขยะและของเสีย การจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค และการจัดการน้ำเสีย การจัดซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานฉลากเขียว (Green Label) การจัดการใช้พื้นที่ไม่รุกรานในพื้นที่อนุรักษ์ และการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม

วิธีการจัดการนั้น ททท. ได้ประสานงานและมอบหมายให้จังหวัดต่าง ๆ ที่เป็นเจ้าของแหล่ง ประสานงานในพื้นที่เพื่อให้มีการใช้กฎหมาย ระเบียบควบคุมรักษาแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด ดำเนินมาตรการทางกฎหมายกับผู้บุกรุกที่สาธารณะ

วิธีที่สอง ร่วมกับผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว จัดภูมิทัศน์และระเบียบร้านค้า จัดหาแหล่งเงินทุนร่วม
ฟื้นฟูและลงทุน

วิธีที่สาม รมรณรงค์ให้ความรู้ สร้างทัศนคติ และจัดสถิติในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
ปลายปี 2543 นี้ ททท. ได้ร่วมกับ สภาการค้าและการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Travel & Tourism
Council หรือ WTTC) จัดนำสมุยเข้าร่วมโครงการ Samui Green Globe 21 Destination คาดว่าสามารถได้
รับมาตรฐานในอีก 3-4 ปีข้างหน้า

มาตรการที่สอง ดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทั้งในพาหนะเดินทางทุก
ประเภท ในที่พักค้างแรมและในแหล่งท่องเที่ยว

วิธีการจัดการประสานงานกับกระทรวงคมนาคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อำนวยความสะดวก จัด
ระบบการเข้าออกประเทศ/ท่าอากาศยาน/สถานีขนส่ง/สถานีรถไฟ ของเมืองท่องเที่ยว

วิธีที่สอง จัดระเบียบและควบคุมการเดินทางทางน้ำ การเล่นกีฬาทางน้ำ พัฒนาและปรับปรุงท่าเรือ
เพื่อการท่องเที่ยว

วิธีที่สาม กวดขันยานพาหนะที่เกี่ยวข้องกับบริการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ให้ปฏิบัติตามกฎหมาย
และปรับปรุงระบบการจราจรในเมืองท่องเที่ยวหลัก

วิธีที่สี่ ขยายเครือข่ายระบบการสื่อสารให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

วิธีที่ห้า จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวก ให้ความคุ้มครองและให้ความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ศูนย์
1155 และศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

วิธีที่หก ควบคุมบริษัทนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวนอกระบบ

มาตรการที่สาม พัฒนาศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจต่อการบริการ
อำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานสากล ในธุรกิจบริการที่ทันสมัย ธุรกิจบริการในระบบ Internet
ธุรกิจบริการ E-Commerce อันเป็นบริการถึงนักท่องเที่ยวโดยตรง

การจัดการวิธีแรก ประสานงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาร่วมกัน ทั้งการศึกษาในหลัก
สูตร การศึกษานอกหลักสูตร ระหว่างสถาบันภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง

วิธีที่สอง พัฒนาสถาบันฝึกอบรมการโรงแรมและการท่องเที่ยวทั้งสถาบันภาครัฐและเอกชน

วิธีที่สาม จัดหาทุนการศึกษาให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยวได้เดินทางไปดูงานในสถานที่
เป็นมาตรฐาน เพื่อนำแบบอย่างมาประยุกต์ในการบริหารจัดการ ในท้องถิ่นต่อไป

วิธีที่สี่ จัดฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจในแต่ละสาขา รวมถึงมัคคุเทศก์แต่ละท้องถิ่น เพื่อยก
ระดับมาตรฐานบุคลากรให้สามารถดำเนินธุรกิจที่ทันสมัย

มาตรการที่สี่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะทาง เพื่อขยายและพัฒนารูปแบบการบริการท่องเที่ยวเฉพาะด้านทุกประเภท

วิธีการจัดการวิธีแรก จัดทำคู่มือการท่องเที่ยวเฉพาะด้านให้มีความหลากหลาย พร้อมกันนั้นในแหล่งท่องเที่ยวต้องจัดทำป้ายสื่อความหมาย ป้ายชี้ทาง

วิธีที่สอง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะด้านให้มีมาตรฐานสากล จัดทำมาตรฐานวัดบริการ (Bench Marking)

มาตรการที่ห้า การส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการประชุม การจัดนิทรรศการและการท่องเที่ยวให้รางวัลในกลุ่ม MICE (M = Meeting / I = Incentive / C = Conference / E = Exhibition) นับเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณค่าใช้จ่ายสูง มีระยะวันพักนาน นอกจากนั้นการจัดการประชุมและสัมมนาในระดับนานาชาตินั้น นิยมจัดทัศนศึกษาในท้องถิ่นทั้งก่อนและหลังการจัดงาน หรือ Pre Tour และ Post Tour ด้วย

การจัดการในวิธีแรกนั้น ททท. ได้ประสานงานกับกรมศุลกากร ให้ปรับปรุงและลดขั้นตอนระเบียบการนำวัสดุ และอุปกรณ์ที่นำมาจัดนิทรรศการต่าง ๆ

วิธีที่สอง ได้สนับสนุนให้เอกชนก่อสร้างศูนย์การประชุมนานาชาติและจัดนิทรรศการในเมืองท่องเที่ยวหลัก

วิธีที่สาม พัฒนาสินค้าในแหล่งช้อปปิ้ง ให้มีมาตรฐานทั้งในด้านคุณภาพและราคา

วิธีที่สี่ สนับสนุนให้มีร้านค้าปลอดภาษีในเมืองท่องเที่ยวหลัก และเมืองชายแดนที่สำคัญ

วิธีที่ห้า จัดภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับศูนย์การประชุม และประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับศูนย์การประชุม

โดยการส่งเสริมดังกล่าวควรอยู่ภายใต้พื้นฐานดังนี้

1. การบริการด้วยข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ชัดเจนและทันสมัย
2. สถานที่ท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงควมมีมาตรฐาน สะดวกสบาย ปลอดภัย และรักษามาตรฐานราคาเหมาะสม
3. มัคคุเทศก์ ข้อมูลเยี่ยม ละเอียด
4. วัฒนธรรมและจริยธรรมของชุมชน ร่วมกันพัฒนาให้มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น งานศิลปหัตถกรรม หอศิลป์ และพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน ร่วมกันรักษาไว้ได้อย่างยั่งยืน

7.7 ทิศทางและมาตรการการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

7.7.1 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทยเมื่อปี พ.ศ. 2538 ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวนี้มีความหมายถึง การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย”

หลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมี 10 หลักการคือ

1. การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable)
การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดีให้คุ้มค่า ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว
2. การลดการบริโภคที่มากเกินไป (Reducing Over-consumption and Waste)
การลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสียจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว
3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintaining Diversity)
การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning)
การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว
5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น (Supporting Local Economy)
การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาด้านราคาและคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายด้วย
6. การมีส่วนร่วมเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว (Involving Local Communities)
การมีส่วนร่วมเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลการตอบแทนแก่ประชากรและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย
7. การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ (Consulting Stakeholders and the Public)

การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง และมีส่วนได้ส่วนเสียหรือผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในการที่จะร่วมคิดร่วมปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

8. การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff)

การฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดคล้องแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล (Marketing Tourism Responsibly)

การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล การสร้างความเข้าใจ การสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10. การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ (Undertaking Research)

การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

7.7.2 การดำเนินงานของ ททท. ในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การวางแผนส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย ซึ่งมี ททท. เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบอยู่นั้น ได้มอบหมายให้สถาบันพัฒนาประเทศไทย (TDRI) จัดทำแผนแม่บทไว้ในระยะยาวถึงปี พ.ศ. 2555 หรือ ค.ศ. 2012 ในกรอบ “เอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล และเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวโลก (World Class Destination)” มีองค์ประกอบดังนี้

1. มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งดงาม ไม่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรมหรือถูกทำลาย
2. คงประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม ดำรงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยให้ลือชื่อไปทั่วโลก
3. ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมปลอดภัย
4. มีความปลอดภัยจากการเดินทางทั้งอุบัติเหตุ อาชญากรรม และโรคภัยไข้เจ็บ
5. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม และบริการที่มีคุณภาพ
6. มีการคมนาคมติดต่อกันได้ทุกระบบ
7. มีระบบโทรคมนาคมสาธารณะที่ติดต่อกันได้ทั่วโลกทุกเมืองการท่องเที่ยวหลัก
8. คนไทยมีความพร้อมที่จะให้บริการในมาตรฐานสากล และมีความร่วมมืออย่างสูงสุดในการได้รับสวัสดิการในมาตรฐานเดียวกัน

7.7.3 นโยบายของ ททท. ที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ททท. มีการกำหนดนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ปี 2540-2546 ไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว และคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบต่อไป
2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมแก้ไขหรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
3. ส่งเสริมการพัฒนานุเคราะห์ในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรัก ความหวงแหน และช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรมรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอบอ้อมอารีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป
4. ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
5. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันมาตรการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องต่อไป
6. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคมส่วนรวมของประเทศสืบไป

7.7.4 รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นับจากปี พ.ศ. 2525 เรื่อยมา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีความเจริญทางเศรษฐกิจขึ้นเป็นลำดับ สร้างรายได้เข้าประเทศอันดับหนึ่งแซงสินค้าส่งออก ทั้งสินค้าสิ่งทอและ สินค้าเกษตรกรรม ต่อมาในปี พ.ศ. 2530 ททท. ได้ประกาศเป็นปีท่องเที่ยวไทย (Visit Thailand Year) เป็นครั้งแรก

แม้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว ททท. ได้วางแผนพัฒนาไว้เพื่อป้องกันที่จะเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวคู่กัน โดยมีนโยบายหลักในข้อ 3 ว่า "อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด"แต่ผู้ประกอบการมิได้ปฏิบัติตามแผนฯ มุ่งใช้ทรัพยากรกันอย่างฟุ่มเฟือย ขาดจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม ขาดการรับผิดชอบ การเสียผลประโยชน์ ละเลยและละเมิดต่อกฎระเบียบ กฎหมาย ในที่สุดประมาณ

พ.ศ. 2528 – 2529 เมืองหลักทางการท่องเที่ยวหลายแห่ง ได้รับผลกระทบจากมลพิษทางสิ่งแวดล้อม อาทิ ปัญหาขยะ ปัญหาน้ำเสีย ปัญหาสิ่งแวดล้อม (น้ำ ไฟ โทรศัพท์) ไม่เพียงพอ เช่น เมืองพัทยา เกาะเสม็ด

เพื่อป้องกันปัญหามลพิษในแหล่งท่องเที่ยวขยายเป็นวงกว้าง ช่วงเดียวกันนั้น ททท. ได้ศึกษาวิจัยเพื่อวางแผนหลักการพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยว จากผลการศึกษาเรื่องผลกระทบจากการท่องเที่ยว เรื่องขีดจำกัดในการพัฒนาขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ต่อการพัฒนา และหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน ต่อมาในปี พ.ศ. 2530 ททท. ได้รับงบประมาณด้านการอนุรักษ์การท่องเที่ยว จึงได้ศึกษาถึงความเหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลกที่เริ่มก่อตัวขึ้น

ขณะนั้น นักคิดนักพัฒนาด้านอุตสาหกรรมเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้คิดรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ เพื่อรักษาระบบนิเวศของธรรมชาติ เรียกภูมูเบบนั้นว่า Green Tourism หรือ Ecotourism โดยคิดว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีกรอบ และโครงสร้างเล็ก ๆ รวมกันแล้วสามารถนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ (All Tourism Should Be Sustainable Tourism Dowling 1995) นักวิชาการจากสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้นแปซิฟิก (PATA) องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (WTO) และนักวิชาการในอุตสาหกรรมทั้งจากยุโรป อเมริกา ต่างให้คำจำกัดความของ Ecotourism บนพื้นฐานองค์ประกอบเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible) ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Nature-based Tourism) มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) และการให้ความรู้การศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environmental Education-based Tourism) และประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการ (ร่วมคิด-ดำเนินการ-ได้รับผลประโยชน์) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

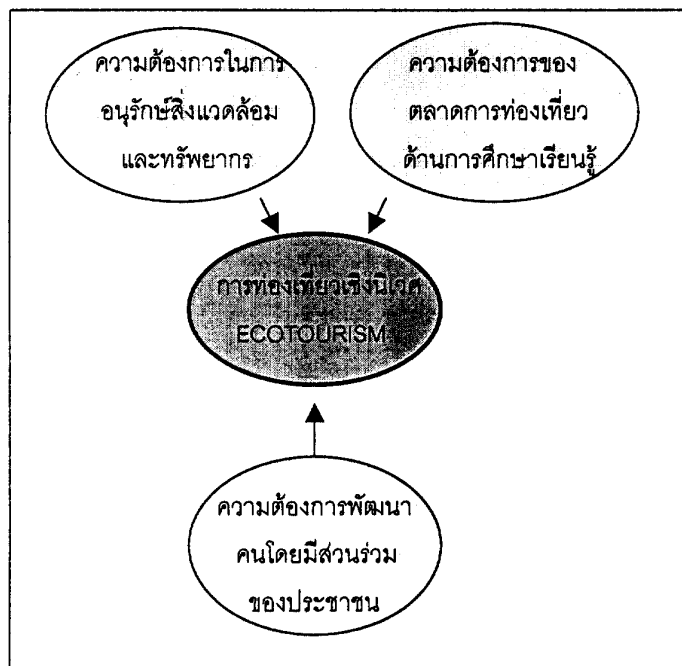
ช่วงกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลกแพร่กระจายไปทั่วโลก และ ททท. จัดทำแผนพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยว จึงได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษา เรื่อง Ecotourism ระยะแรกคณะทำงานมีมติใช้คำจำกัดความ Ecotourism ในความหมายภาษาไทยว่าเป็น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีความประสงค์ที่จะสื่อความหมายกับชาวไทยทุกระดับให้เข้าใจว่า รูปแบบการท่องเที่ยว Ecotourism นับเป็นรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังนั้น รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมในการรับรู้ของชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

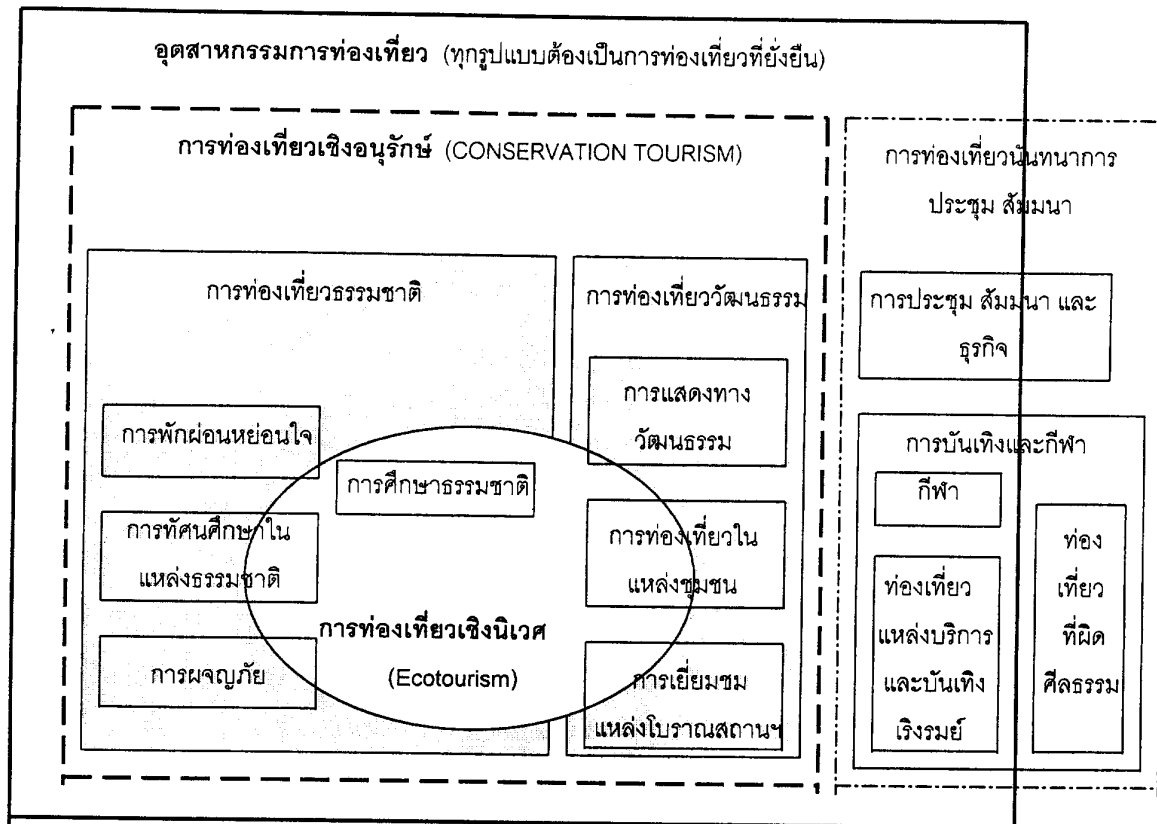
ต่อมาในปี พ.ศ. 2538 – 2540 ททท. ได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) ทำการศึกษาเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ และขอให้ราชบัณฑิตยสถานกำหนดความหมาย ในที่สุดได้ความหมายของคำว่า Ecotourism คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่ง

แวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา
ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ส่วนประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 6 ประการ คือ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ/เที่ยวในแหล่งธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม (ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตชุมชน) / มีการจัดการที่เป็นระบบ (สิ่งแวดล้อมและการศึกษา) แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง (เจ้าของสถานที่ มัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยว) / มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรม/ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการ และได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (รายได้) อย่างเสมอภาคกัน/นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ มีความประทับใจ มีประสบการณ์และความรู้ใหม่

จากการศึกษากำหนดความหมายและนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว คณะทำงานได้คำนึงถึงคำว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) ซึ่งเป็นคำที่ชาวไทยรับรู้กันว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสีงแวดล้อม จึงได้นำความหมายเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่รักษาคุณภาพ ทั้งการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism) และการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) อันนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยมีความหมายว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความดั้งเดิม มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งได้ความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกต่อการรักษาคุณค่าของสภาพแวดล้อม และชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมจัดการต่อการท่องเที่ยว





รูปแบบของการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism)

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น นักวิชาการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้จัดรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติให้มีความหลากหลาย เพื่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมแต่ละประเภทให้ยั่งยืน เพื่อการบริหารจัดการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ

1. เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึก มีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศนั้น ๆ
2. เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่สร้างความรู้ ให้ความรู้
3. เป็นการจัดการ การท่องเที่ยวที่ประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาท มีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมจัดทำ และร่วมได้รับผลประโยชน์อย่างเสมอภาค

รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่นิยมจัดกันในประเทศไทย ดังนี้

1. **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)** การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง

ข้อภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

กิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเล อาทิ เดินป่าชมธรรมชาติป่าบนเกาะ ป่าชายหาด ป่าชายเลน การดำน้ำดูปะการัง

3. การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาหรือศิลปสัญจร (Litho Travel) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศิขารธรรมชาติของหิน ประเภทต่าง ๆ และซากบรรพชีวินหรือฟอสซิล ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

หลักเกณฑ์การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์
2. มีความพร้อมในการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติ ภายในศูนย์มีบริการอำนวยความสะดวกเบื้องต้น มีเคาน์เตอร์บริการข่าวสาร มุมนิทรรศการ ห้องสุขา มุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม การบริหารจัดการในลักษณะการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี มีความปลอดภัยต่อการเดินทาง
3. มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ทั้งเส้นทางไปและกลับทางเดิม เส้นทางเป็นแบบวงรอบหรือวงกลม ระยะทางตั้งแต่ 1 กิโลเมตรเป็นต้นไป
4. มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นระยะ ๆ เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
5. มีแผนที่และคู่มือแนะนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมาย เพื่อให้ความรู้ต่อนักท่องเที่ยว
6. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้งต่อวัน
7. มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

8. มีการบริหารจัดการพื้นที่และมีบริการร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น องค์การภาคีรัฐบาล องค์การเอกชน องค์การพัฒนาเอกชน (NGO) องค์การบริหารท้องถิ่น (เทศบาล และ อบต.)
9. มีนโยบายต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นชัดเจน เช่น การจัดการขยะ การจัดการน้ำเสีย การจัดการมลพิษต่าง ๆ
10. มีแผนพัฒนาบุคลากรและการบริการสู่ระดับมาตรฐานสากล
11. หากแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรมจะต้องเป็นที่พักแรมระดับการรักษาสิ่งแวดล้อม (Ecology)

ข้อกำหนดลักษณะที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecology)

เป็นข้อสรุปจากการประชุมนานาชาติ เรื่อง การจัดการที่พักเพื่อรักษาระบบนิเวศ ครั้งที่ 2 (2nd International Ecology) ที่ประเทศคอสตาริกา เมื่อเดือนตุลาคม 2538

1. เป็นที่พักที่มีขนาดและองค์ประกอบขนาดเล็ก สะอาด ปลอดภัย ร่มรื่น
2. การออกแบบก่อสร้าง ควรใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นประกอบก่อน และมีรูปแบบสถาปัตยกรรมกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น
3. ควรนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาปรับใช้ เน้นการประหยัดพลังงาน
4. มีการบริหารจัดการโดยครอบครัวหรือชุมชนท้องถิ่น (Community Business)
5. มีการบริหารจัดการเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ต้องเน้นการจัดการขยะ การจัดการของเสีย เน้นการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ (Reuse Renew Recycle)

รูปแบบของการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism)

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นนั้น นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์เป็นผลงานทางศิลปกรรม สถาปัตยกรรม จิตรกรรม วรรณกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น งานประเพณีในรอบปี ล้วนมีความวิจิตรอลังการ เป็นประณีตศิลป์ เป็นสุนทรียศิลป์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหน ความภูมิใจ ที่จะปฏิบัติสืบสานต่อไป

วัฒนธรรมจึงมีความซ้ำซ้อน มีความเข้าใจยากกว่า การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ มีนักจัดรายการท่องเที่ยวได้จัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้หลายประเภท ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคม และวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยชุมชนในท้องถิ่นมี

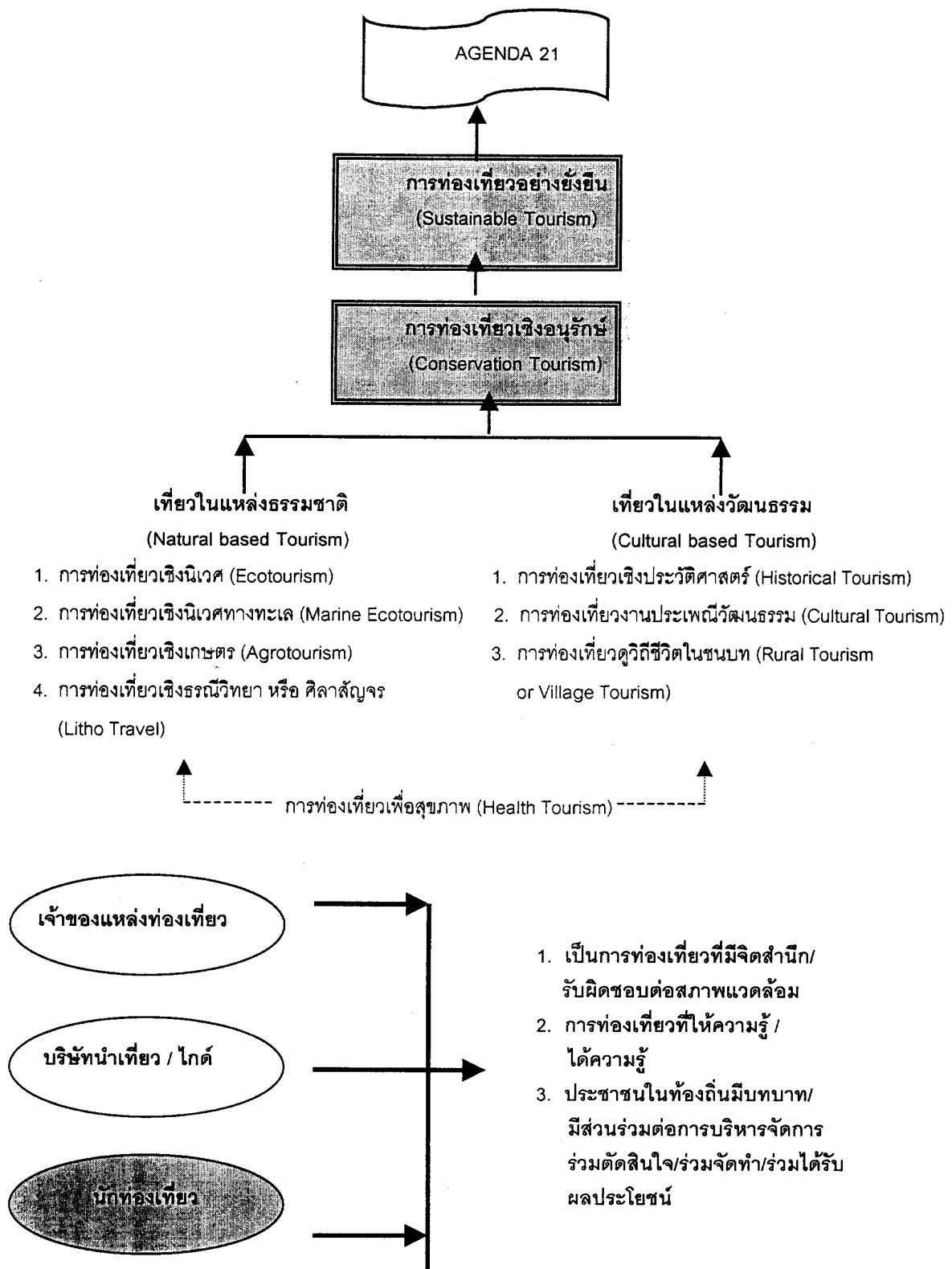
ส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ งานประเพณีในราชสำนัก (ประเพณีหลวง) และประเพณีพื้นบ้าน อาทิ พระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณี ลอยกระทง

2. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น บนพื้นฐานของ ความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อาจจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ต่าง ๆ อาทิ ทิวเส้นทางศิลปะขอม ตามรอยพ่อขุนเม็งราย เที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ต่าง ๆ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ ได้แก่ หมู่บ้านช้าง / ปางช้าง หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านทำเครื่องเงิน หมู่บ้านทำร่ม หมู่บ้านจักสาน หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสาน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น นักพัฒนาการท่องเที่ยวยังได้จัดรูปแบบของการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งในลักษณะผสมผสาน ระหว่างการท่องเที่ยวแบบผจญภัย กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งปกติแล้วการท่องเที่ยวผจญภัย (Adventure Travel) คือ การเดินทางไปยังสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่งที่ให้ความรู้สึกตื่นเต้น ตื่นตา ตื่นใจ เกิดความแปลกใหม่และท้าทายประสบการณ์ เมื่อผสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเรียกทับศัพท์ว่า Eco Adventure Travel เมื่อผสมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเรียกกันว่า Eco Cultural Travel



รูปแบบการท่องเที่ยวแบบผสมผสานนี้ ยังมีการจัดรายการเพื่อรักษาจิตใจของมนุษย์เราด้วย เรียกกันว่า การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวแบบผสมผสาน โดยแบ่งเวลาจากการเดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ สุขภาพใจ การตรวจร่างกาย การทำฟัน การนวดสมุนไพร และการนั่งสมาธิ เข้าไปชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต รวมทั้งสวนเกษตร เพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนหย่อนใจ

การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) เป็นรูปแบบใหม่ของการจัดรายการการท่องเที่ยว ที่นักจัดรายการท่องเที่ยวได้ใช้วิกฤติเป็นโอกาส อันเนื่องมาจากผลกระทบทางเศรษฐกิจของประเทศ ในปีพ.ศ. 2539 ทำให้โรงพยาบาลเอกชนได้รับผลกระทบจากผู้ป่วยใช้บริการน้อยลง ทำให้แพทย์ พยาบาล ได้รับผลกระทบ จึงคิดวิธีการบริการแนวใหม่ นำหลักการตรวจรักษาสุขภาพเบื้องต้น อาทิ การตรวจร่างกาย ตรวจเลือด ตรวจปัสสาวะ ผสมกับรายการเจ้านายเที่ยว พักค้างแรมในโรงแรมและรีสอร์ท แนะนำการรักษาสุขภาพเบื้องต้น เช่น การรับประทานอาหารเพื่อรักษาสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อรักษาสุขภาพ การนวดสมุนไพร และการทำสมาธิเพื่อให้มีสุขภาพจิตใจที่ดีในระหว่างการพักรีสอร์ท พักค้างแรมท่องเที่ยว ปรากฏว่า การจัดรายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพนี้ได้รับความนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีรายได้สูง ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ต่อมาการจัดรายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพได้รับการปรับปรุงเพื่อแบ่งเวลาระหว่างการตรวจสุขภาพ กับการท่องเที่ยวพักผ่อนให้อยู่ในเวลาที่เหมาะสม มีรายการดังนี้

วันที่หนึ่ง ภาคเช้า

- นัดเวลานักท่องเที่ยวพบแพทย์ ตอบแบบสอบถามสุขภาพ
- ตรวจสุขภาพเบื้องต้น ตรวจเลือด ปัสสาวะ
- ดื่มน้ำเพื่อสุขภาพ (น้ำผัก หรือน้ำผลไม้คั้น)
- รับประทานอาหารเช้า (อาหารเพื่อสุขภาพ/บางรายการเป็นอาหารชีวจิต)
- เดินออกกำลังกาย ชมสวนในโรงแรม รีสอร์ท
- ฝึกนั่งสมาธิ

ภาคบ่าย

- รับประทานอาหารกลางวัน (อาหารเพื่อสุขภาพ ย่อยง่าย มีประโยชน์)
- ออกเดินทางไปที่สวนนอกสถานที่ อาจเป็นรายการชมวัด/หมู่บ้าน/เดินป่าชมธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวใกล้ๆที่พัก
- เข้าที่พัก (อาบน้ำ/ว่ายน้ำ)
- กายภาพบำบัด หรือ SPA บำบัด หรือนวดสมุนไพร เพื่อให้มีการไหลเวียนโลหิตดีขึ้น
- บางคณะล้างพิษโดยการสวนทวาร (การล้างพิษจากร่างกาย)

- ดื่มน้ำเพื่อสุขภาพ

ภาคค่ำ

- รับประทานอาหารเย็น คอยกันเรื่องการรักษาสุขภาพกับแพทย์ พยาบาล
- ทำสมาธิ
- พักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่สอง ภาคเช้า

- ตื่นนอน บริการน้ำเพื่อสุขภาพ
- ออกกำลังกายกลางแจ้ง โยคะหรือไท้เก๊ก/ไทเก็ก/แอโรบิค(ตามครูฝึกแนะนำ)
- ดื่มน้ำเพื่อสุขภาพ
- รับประทานอาหารเช้า
- ออกไปเที่ยวนอกสถานที่

ภาคบ่าย

- รับประทานอาหารกลางวัน (อาหารกล่อง) หรือกลับมารับประทานอาหารที่โรงแรม
- กายภาพบำบัด หรือ SPA บำบัด หรือนวดสมุนไพร เพื่อให้มีการไหลเวียนโลหิตดีขึ้น
- ดื่มน้ำเพื่อสุขภาพ

ภาคค่ำ

- รับประทานอาหารเย็น
- สนทนาธรรมและสมาธิ

การจัดรายการท่องเที่ยวนี้อยู่ในช่วง 3-5 วัน หรือ 7 วัน ส่วนใหญ่จะมีรายการคล้ายๆกัน ทำซ้ำๆกันเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถฝึกปฏิบัติได้ด้วยตนเอง

การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพนั้นนักท่องเที่ยวได้รับการบริการตรวจสุขภาพ และได้ความรู้ต่อการรักษาสุขภาพของตนเอง ได้โอกาสพักผ่อนเที่ยวชมสถานที่ ได้รู้วิธีการออกกำลังกายที่ถูกต้อง รู้วิธีการทำสมาธิ อันเป็นรายการท่องเที่ยวที่สบายๆ จึงได้รับความนิยม

โดยสรุปลักษณะการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ คือ

1. พักในแหล่งที่สวยงาม สะดวกสบาย
2. ตรวจสุขภาพ เลือด / ปัสสาวะ / หัวใจ / ฟัน
3. อาหารมีคุณภาพ → ชิวจิต
4. ออกกำลังกาย / โยคะ / ชี่กง / กายบริหาร
5. ล้างพิษจากร่างกาย → การสวนทวาร ล้างพิษลำไส้ใหญ่
6. นวดสมุนไพร

7. สมาชิก

8. ทั่ววัฒนธรรมชาติ / วัฒนธรรม

ปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สนใจการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับอายุ 35-80 ปี ทั้งนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ นับเป็นรายการท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายความเครียด อันมีผลทางจิตใจ ล้างพิษจากสารปนเปื้อนต่างๆ ที่ร่างกายรับเข้าไปในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ร่างกายปรับสภาพสมดุลขึ้น แข็งแรงขึ้น ปัจจุบันนับเป็นบริการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยม สามารถช่วยแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจ ช่วยให้การท่องเที่ยวขยายตัวออกไปยังตลาดนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจต่อการรักษาสุขภาพ นอกจากรายการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัดแล้ว ยังมีศูนย์บริการ เช่น ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพมิชชั่น ที่อำเภอฉะเชิงเทรา ติดต่อสอบถามได้ที่ โทร. (02) 282-1100 ต่อ 513-515 หรือโทรสาร (02) 628-1760 ศูนย์ธรรมชาติบำบัดบิลลี่ กรุงเทพฯ สอบถามรายละเอียด โทร. (02) 279-6943 โทรสาร (02) 279-6972 หรือ ศูนย์สุขภาพเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อำเภอเมือง ปราจีนบุรี สอบถามรายละเอียด โทร. (037) 211-448 214-942-3 ต่อ 2515 ชีวาธรรม อำเภอหัวหิน โทร. (02) 381-4459-60 โทรสาร (02) 381-5852 ศูนย์สุขภาพบ้านยันทร กรุงเทพฯ โทร. (02) 679-1052 โทรสาร (02) 679-1053

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน

การบริหารจัดการนี้ สามารถแยกลักษณะการบริหารจัดการ ตามหน้าที่ที่รับผิดชอบแต่ละส่วนโดยยึดถือหลักการ 10 ประการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการน้ำและมรดกเทศก์ การพัฒนาสินค้าของที่ระลึกที่รักษาสีเขียว (Green Products) รวมถึงการส่งเสริมตลาดและการพัฒนาตลาดอยู่ด้วย

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีองค์ประกอบสำคัญ คือ

1. คงรักษาไว้ให้มีสภาพดั้งเดิมมากที่สุด และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี (สะอาด) มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
2. การออกแบบสิ่งก่อสร้างสิ่งบริการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (ที่พัก การเดินทาง การบริการอาหารเครื่องดื่ม-ห้องสุขา) ต้องกลมกลืนกับธรรมชาติแวดล้อมและวัฒนธรรมพื้นบ้านไม่เป็นสิ่งแปลกปลอมเข้าไป
- 2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ควรหลีกเลี่ยงการตัดต้นไม้เป็นสำคัญ/คำนึงถึงกระแสน้ำจะไม่ก่อให้เกิดการพังทลาย/ไม่กีดขวางเส้นทางเดินของสัตว์ป่า

2.2 อาคารก่อสร้างที่อยู่ใกล้โบราณสถาน/แหล่งวัฒนธรรม นั้นต้องสร้างให้กลมกลืนกับรูปแบบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นนั้น ๆ

2.3 การเดินทางเข้าชมที่สะดวก (มีได้หมายถึงถนนลาดยางจรดถึงแหล่งท่องเที่ยว) ทางเดินในแหล่งธรรมชาติที่เปราะบาง ควรทำทางเดิน (Board Walk) คำนึงถึงความปลอดภัย มีระบบการสื่อความหมายที่ดี (แม้เดินเที่ยวคนเดียวก็ได้) รวมถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉิน ป้ายสื่อความหมายควรออกแบบให้ใช้ได้ทนทาน

2.4 แหล่งบริการอาหารและเครื่องดื่ม ต้องคำนึงถึงการกำจัดขยะและน้ำเสีย

2.5 ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ควรสร้างห้องสุขาบริการตามระยะทางเดินห่างกันอย่างน้อย 3 กม. ต่อหนึ่งแห่ง ห้องสุขาต้องสะอาด (คิดค่าบริการเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายการจัดจ้างแรงงานดูแล)

3. มีการจัดการสาธารณูปโภคพื้นฐานต้องคำนึงถึงขีดความสามารถ ขอบเขตในการรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว (จำนวนนักท่องเที่ยว) โดยใช้หลักการสภาพแวดล้อม ขีดความสามารถการรองรับทางกายภาพ (PHYSICAL CARRYING CAPACITY) และขีดความสามารถการรองรับทางสภาพแวดล้อม (ENVIRONMENTAL CARRYING CAPACITY) อาทิ น้ำประปา ไฟฟ้า ขยะมูลฝอย ต้องมีแผนการจัดการอย่างดี เพียงพอต่อการใช้

4. ศึกษาวิเคราะห์ความอ่อนไหวของระบบนิเวศ ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม และแหล่งโบราณคดี โบราณสถานต่าง ๆ แม้เป็นเพียงเนินดินร้าง ย่อมสะท้อนอดีตกาลที่ทรงคุณค่า ซึ่งเราสามารถศึกษาค้นคว้าถึงลักษณะการตั้งถิ่นฐานชุมชนโบราณได้

5. การออกแบบก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการตัดต้นไม้เป็นสำคัญ คำนึงถึงผลกระทบพฤติกรรมของสัตว์ อาจถูกรบกวนในสิ่งที่แปลกปลอม/คงรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายของพืชพรรณและสัตว์ป่า/จะต้องคำนึงถึงกระแสน้ำจะไม่ก่อให้เกิดการพังทลาย

6. ศึกษาและสำรวจแหล่งพลังงาน เพื่อนำมาใช้ประโยชน์มากที่สุด อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานกระแสม พลังงานความร้อนใต้พิภพ เป็นต้น ควรใช้พลังงานจากธรรมชาติมากที่สุด หลีกเลี่ยงการใช้น้ำธรรมชาติใช้ให้อย่างคุ้มค่า หลีกเลี่ยงการใช้เครื่องปรับอากาศมากที่สุด

7. ศึกษารูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น การก่อสร้างให้กลมกลืนกับธรรมชาติแวดล้อมและวัฒนธรรมพื้นบ้าน ไม่เป็นสิ่งแปลกปลอมเข้าไป และควรคำนึงถึงเส้นทาง/การใช้ สำหรับคนพิการด้วย

8. การกำจัดของเสีย จะต้องมีการกักเก็บน้ำที่มีประสิทธิภาพ การบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งตามธรรมชาติ การกำจัดขยะและปฏิกูล ถือหลัก ใช้แล้วใช้ซ้ำ และเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์อีก (REUSED/RECYCLE) สำหรับของเสียจากห้องสุขา อาจใช้ระบบการทำแก๊สมูลชีวภาพ (BIOGAS) เป็นต้น

9. การบริหารจัดการ การบริการควรคำนึงถึงระดับมาตรฐานสากล ปัจจุบันต้องคำนึงถึง ISO 9000 / ISO 14000 / ISO 18000 ด้วย

10. การให้การศึกษาต้องให้รู้วิธีการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว จะต้องให้การศึกษาต่อประชาชนในท้องถิ่นทุกระดับ ให้มีการเรียนรู้เพิ่มพูนประสบการณ์ รู้วิธีการบริการ การฝึกอบรม/ดูงาน ให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ ทันเหตุการณ์เสมอ

11. มีการตรวจสอบผลกระทบ การประเมินศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยว จะต้องกำหนดสถานภาพให้เหมาะสม โดยหารายละเอียด รวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมในที่แห่งนั้นว่าควรอยู่ในระดับไหน หาความสมดุลระหว่างความสามารถการรองรับของพื้นที่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว และการยอมรับของชุมชนท้องถิ่นต่อการพัฒนา รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลจะต้องมีความสัมพันธ์กัน เป้าหมายของการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความสอดคล้องจากฝ่ายบริหารทุกระดับ การจัดการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึง การลงทุน ที่ประกอบด้วยต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญด้วย

12. การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวนั้น ต้องมีการวางแผน ปรับปรุงพัฒนากฎระเบียบ ระหว่างผู้ประกอบการ ภาครัฐบาล องค์กรพัฒนาเอกชนกับประชาชนท้องถิ่น องค์กรประกอบธุรกิจ จะต้องเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมดำเนินการอย่างเสมอภาคกัน

การพัฒนากฎระเบียบนั้น จะต้องอยู่ในกรอบของกฎหมายที่บังคับใช้ต่อการรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคแห่งโลกาภิวัตน์จะต้องอยู่ในกรอบกฎหมาย 2 ประเภท คือ กฎหมายในประเทศและกฎหมายระหว่างประเทศ

กฎหมายในประเทศ มีกฎหมายควบคุมอยู่ประมาณ 27 ฉบับ เป็นกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับป่าไม้ กฎหมายอุทยานแห่งชาติ กฎหมายประมง กฎหมายเจ้าท่า กฎหมายปกครอง กฎหมายการขนส่ง กฎหมายการค้า พ.ร.บ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 และ พ.ร.บ. สิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 เป็นต้น

กฎหมายระหว่างประเทศ อันเป็นกฎหมายที่ควบคุมผู้ประกอบการค้าด้านธุรกิจบริการ ที่ประเทศไทยได้ลงนามในสนธิสัญญาร่วมใช้ ได้แก่

1. General Agreement on Trade in Services (GATS)
2. Asian Free Trade Association (AFTA)
3. Asean Pacific Economic Cooperation (APEC)
4. General Agreement on Tariff and Trade (GATT)
5. World Trade Organization (WTO)
6. International Standard Organization (ISO)

การบริหารจัดการการจ้ดนำเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. การดำเนินการบริการนำเที่ยวนั้น ประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วม (ตกลงรายการนำเที่ยว + ผู้เสนอขายรายการ + มัคคุเทศก์นำเที่ยว) การจัดการร่วมคิด/วางแผน/ดำเนินการขายรายการ/ได้รับผลประโยชน์อย่างเสมอภาคกัน การจัดการนี้ควรอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการ/สหกรณ์/บริษัทชุมชน

2. การจัดรายการนำเที่ยว ควรแจ้งรายการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีการเตรียมตัวเดินทางได้ถูกต้อง มุ่งเน้นการให้ความรู้ การสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทาง และให้ข้อคิดกับนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ซึ่งมีหลักการปฏิบัติดังนี้

2.1 แจ้งกำหนดการเดินทางนับแต่การเดินทางถึงสิ้นสุดรายการ

2.2 แจ้งราคาค่าบริการ/ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าบริการ/การให้บริการเดินทาง

2.3 แจ้งอุปกรณ์ของใช้ที่ให้บริการ/ส่วนไหนนักท่องเที่ยวจะต้องจัดเตรียมไปเองรวมทั้งบริการอาหารและเครื่องดื่ม

2.4 มัคคุเทศก์เป็นผู้รอบรู้ (กรณีภาษาต่างประเทศ จะต้องแจ้งความสามารถบริการภาษาด้วย)

2.5 แนะนำแนวคิด/ข้อควรพิจารณาแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น

3. การจัดบริการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มีการประสานประโยชน์ร่วมกันกับประชาชนในท้องถิ่น อาทิ การบริการเดินทาง + การขนส่ง/การบริการลูกหาบ/มัคคุเทศก์ท้องถิ่น/การบริการอาหารท้องถิ่น (สะอาด) การบริการนั้นจะต้องมีการพัฒนาให้มีมาตรฐานสากล มีความปลอดภัยและเป็นมิตรไมตรี

4. มัคคุเทศก์นั้นจะต้องเป็นมัคคุเทศก์ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้

4.1 มีความรอบรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ประจักษ์ชัด

4.2 มีความสามารถในการสื่อความหมาย/การสื่อสารที่ดี/ (แตกฉานในการพูดและภาษาที่ใช้)

4.3 มีบุคลิกภาพและความประพฤติ สร้างความศรัทธาและความประทับใจ/ความเป็นมิตรไมตรีกับบุคคลทั่วไปและนักท่องเที่ยว (การแต่งกาย/การวางตัว/การเอาใจใส่/การตรงต่อเวลา/รู้จักหะการทํากิจกรรม/มีสุขภาพแข็งแรง)

4.4 เป็นผู้ที่ไม่เเรียนใไม่รู้ (สังเกต/อ่าน/จด/รู้จักถาม/ความคิดสร้างสรรค์)

4.5 รักและรู้คุณค่าศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นบ้านของแหล่งท่องเที่ยว

4.6 มีศีลธรรม มีความกล้าตัดสินใจ และกำหนดจุดยืนของตนเอง เคารพหลักการ และเหตุผล หมั่นพิจารณาตัวเอง และมีทัศนคติที่ชัดเจนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามเพื่อบริหารจัดการบริการนำเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ ผู้จัดการควรจะรู้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม นั้น เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติอย่างไร เพื่อกำหนดกิจกรรม/จัดรายการนำเที่ยวให้ถูกต้อง

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม เป็นกลุ่มของผู้เดินทางที่แสวงหากิจกรรม ให้มีประสบการณ์ที่หลากหลายมากขึ้น อันเป็นประสบการณ์จากการเรียนรู้/รับรู้ เป็นนักเดินทางที่มีความรับผิดชอบ สนใจต่อการศึกษา/การเรียนรู้ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

อนึ่ง การบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้ ผู้จัดการนำเที่ยวจะต้องแนะนำรายการเดินทาง การให้บริการและแจ้งกับนักท่องเที่ยวถึงการเตรียมตัวเดินทางอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและถูกต้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นต้องแจ้งถึงข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น

1. การเดินทางเข้าชมศาสนสถาน โดยส่วนใหญ่ควรแต่งกายในชุดเรียบร้อย แต่บางแห่งกำหนดการบังคับการใช้สีสันทันของเสื้อผ้า แบบของเสื้อผ้า และบางแห่งต้องเดินด้วยเท้าเปล่า เป็นต้น
2. การร่วมงานประเพณีท้องถิ่น บางโอกาสเข้าร่วมงานพิธี หรือบางโอกาสร่วมรับประทานอาหาร เช่น งานเลี้ยงขันโตก/พาข้าวแดง/งานจัดบายศรีต้อนรับ ต้องแจ้งให้ทราบถึงการแต่งกายและวิธีการร่วมงาน/วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร เป็นต้น
3. การเดินทางสู่แหล่งธรรมชาติ ควรแต่งกายให้เหมาะสมและกลมกลืนกับธรรมชาติ อาทิ การเดินป่าดูนก/แมลง และสัตว์ป่า ควรใช้เสื้อผ้าสีเอิร์ธ เทียว ดำ น้ำตาล ไม่ควรใช้สีแดง ส้ม เหลือง เพราะทำให้สัตว์ป่ามองเห็นแต่ไกลจะตื่นหนีเตลิดไป แม้แต่การใช้อุปกรณ์ รองเท้าเดินในป่าที่เปียกชื้น ควรใช้รองเท้าใบที่เกาะพื้นเพื่อเดินทางไม่ลื่นหกล้มง่าย
4. การจ้ดนำเที่ยวทุกครั้งควรมีการประเมินผลการบริการ เพื่อผู้จัดจะได้้นำผลไปปรับปรุงแก้ไขให้การบริการดีขึ้น

การบริหารจัดการ การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะบรรลุตามเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้นั้น จะต้องดำเนินการ ดังนี้

1. จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินการ ประกอบด้วย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้แทนจาก หน่วยงานรัฐบาล / ธุรกิจเอกชน / องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) / ผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบัน / ผู้แทนกลุ่มชุมชน และองค์ความรู้ท้องถิ่น กำหนดหน้าที่รับผิดชอบ

2. กำหนดนโยบาย ให้สอดคล้องกับนโยบายหลัก / นโยบายการตลาดของ ททท.

3. กำหนดพื้นที่ในการพัฒนา (Zoning)

4. กำหนดแผนพัฒนาโครงข่าย

5. กำหนดแผนฟื้นฟูบูรณะแหล่งท่องเที่ยว

6. กำหนดแผนสร้างจิตสำนึกและการพัฒนาบุคลากร

7. กำหนดแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์

8. กำหนดแผนและมาตรการการประเมินผล

การบริหารจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่แต่ละแห่งนั้น ย่อมเกิดผลกระทบต่องานสิ่งแวดล้อม แต่ภารกิจหลักนั้นก็คือ ทำให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด เกิดประโยชน์ สูงสุด โดยทุกหน่วยงานและประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ให้นำผลสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

สิ่งที่ควรทำความเข้าใจเพิ่มเติมกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบปกติ หรือแบบประเพณีนิยม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก และเน้นการส่งเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ

2. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไม่ใช่ตรงข้ามกับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) เพราะการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถูกจำกัดที่ขนาดการท่องเที่ยว แต่จำกัดที่รูปแบบกิจกรรม และขนาดที่เหมาะสม มีความระมัดระวังต่อการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อเกิดปัญหาและ ผลกระทบน้อยที่สุด

3. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไม่จำเป็นต้องเป็นการจัดการที่ง่าย ๆ ราคาถูก เพียงแต่มีการจัดการที่ดี มีการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ มีการประสานความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวและให้ประโยชน์ที่เหมาะสม ตามความหวังของนักท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อาจตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทุกระดับ

4. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นให้ความสำคัญในการศึกษาและสร้างจิตสำนึกมากกว่า ให้ความพึงพอใจอย่างไม่มีขอบเขตของนักท่องเที่ยว

รายการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

รายการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่นักจัดรายการนิยมจัดรายการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน ดังนี้

1. เดินป่าชมธรรมชาติ (Hiking) เดินชมระบบนิเวศเขตป่าขึ้นทั้งด้วยกำลังของตนเอง บางครั้งก็พึ่งพาสัตว์ต่าง อาทิ นกช้าง ชีม้่า ชีฟ้อ นกเกวียน เป็นต้น
2. ดูนกดูแมลง (Bird Watching) ผู้สนใจชีวิตของสัตว์ปีกทั้งหลาย เดินชมพงไพร เพื่อส่องหานกนานาชนิด แมลงทั้งผีเสื้อ ตั๊กแตน ตัวด้วง และหิ่งห้อย เป็นต้น
3. ล่องแพ ล่องเรือยาง พายแคนู (Rafting/Canoeing) การล่องแพมีทั้งแพไม้ไผ่ เรือยางในลำธาร แก่งหิน สำหรับแคนูสามารถพายเที่ยวในลำธาร แก่ง และลัดเลาะคลองน้ำจืด กับคลองน้ำกร่อยในพื้นที่ป่าชายเลนได้ เป็นการเที่ยวชมนิเวศในสายน้ำต่าง ๆ
4. ดำน้ำ (Diving) มีทั้งการดำน้ำตื้น (Skin Diving) และประดาน้ำ (Scuba Diving)
5. ล่องเรือใบ (Sailing) มีทั้งเล่นเรือใบในน้ำจืด และน้ำทะเล บางลำสามารถพักค้างแรมในเรือ ท่องเที่ยวไปตามเกาะแก่งต่าง ๆ
6. ชีจักรยาน (Biking) ชีจักรยานไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ไปตามทางเดินป่าได้
7. เกษตรสัญจร (Agrotour) เที่ยวชมพื้นที่เกษตรกรรมต่าง ๆ ดูความสำเร็จของผู้ประกอบการ และเที่ยวชมความหลากหลายทางชีวภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น ทั้งสวนเกษตร วนเกษตร และฟาร์มปศุสัตว์
8. เที่ยวหมู่บ้านชนบท วิถีชีวิตชาวบ้าน (Rural Tour) หมู่บ้านที่น่าสนใจในการประกอบอาชีพต่าง ๆ อาทิ หมู่บ้านเลี้ยงช้าง หมู่บ้านทอผ้าไทย หมู่บ้านจักสาน และหมู่บ้านที่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นน่าสนใจ
9. เที่ยวถ้ำคูหิน ฟอสซิล (Litho Tour) เข้าไปดูความแปลกต่าง ๆ ของการเปลี่ยนแปลงของอุโมงค์ โฟรง ถ้ำหินงอกหินย้อย ศึกษาหินและฟอสซิลหรือซากบรรพชีวิน

การบริหารการตลาด การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวขึ้น ต้องคำนึงถึงต้นทุนที่เป็นนามธรรม คือคุณค่าของธรรมชาติ โบราณสถาน ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกับต้นทุน ที่เป็นรูปธรรม คือ ค่าก่อสร้าง ค่าแรง ค่าบำรุงรักษา ค่าดำเนินการ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมกันแล้วเป็นต้นทุนการผลิต ซึ่งผู้บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึง

หลังจากที่มีความพร้อมในการบริการท่องเที่ยวแล้ว ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการจะต้องวางแผนในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มนักท่องเที่ยวตามกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ควรเลือกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถดำเนินการจัดการได้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ

การเผยแพร่ข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ผู้ดำเนินการต้องรู้จักเลือกเผยแพร่สู่สื่อมวลชนแต่ละประเภท รวมทั้งการวางแผนจัดทำเอกสารเผยแพร่ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

อย่างไรก็ตาม การดำเนินการตลาดนั้น ต้องมีการวางแผนทั้งวางแผนระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว มีการศึกษาวิจัยการตลาด และการประเมินผลตลาดรวมอยู่ด้วย



เอกสารอ้างอิง

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, รายงานประจำปี 2541, กองแผนงาน, พ.ศ. 2541
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, หนังสือข่าวเสริมทิศ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1/2542, กองสถิติและวิจัย, พ.ศ. 2542
3. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, รายงานขั้นสุดท้าย การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ, มิถุนายน 2540
4. ภราเดช พยัฆวิเชียร, เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง นโยบายและอุปสรรคของรัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, สาขาวิชาการท่องเที่ยว, คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สิงหาคม 2542
5. World Tourism Organization, *Executive Summary Tourism 2020 vision*, June 1998