

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแยกประเด็นนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
3. การท่องเที่ยว
 - 3.1 ความหมาย ประเภทของการท่องเที่ยว
 - 3.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
 - 3.3 สภาพการท่องเที่ยว
 - 3.4 การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว
 - 3.5 การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ
 - 3.6 ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา
 - 3.7 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในอดีตและปัจจุบัน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ (satisfaction) ได้ถูกศึกษาตั้งแต่ช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 โดยเกิดขึ้นในประเทศอังกฤษ ยุโรป รวมทั้งอเมริกา โดยหัวข้อเรื่องที่สำคัญที่มักถูกศึกษาได้แก่ การมุ่งตอบคำถามที่ว่าทำอะไรจึงจะเอาชนะความจำเจ และน่าเบื่อของงาน ในช่วงตอนต้นของศตวรรษที่ 1920 ก็มีการเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจ โดยการจ่ายอัตราค่าจ้างการทำงานเป็นรายชิ้น การมีช่วงเวลาในการพักการทำงาน การทำให้งานมีความแตกต่างหลากหลายกันออกไป เน้นการสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจก็ได้รับสนใจเพิ่มมากขึ้นจนถึงปัจจุบัน ซึ่งจากการสำรวจแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของ Stuart Oskamps (อ้างถึงใน ยุวภรณ์ ชูพรหม 2544 : 9) พบว่า ความพึงพอใจมีความหมายอยู่ 3 นัย คือ

1) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติจริงได้เป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวังไว้

2) ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ

3) ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นไปตามหรือตอบสนองความต้องการ

จากความหมายทั้ง 3 นัย ดังกล่าว Stuart Oskamps เห็นว่าได้นำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีที่ว่าด้วยความพึงพอใจต่องาน 3 ทฤษฎีที่สำคัญคือ

- 1) ตามความหมายแรก อยู่ในกลุ่มทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theories)
- 2) ตามความหมายที่ 2 อยู่ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) และ
- 3) ตามความหมายที่ 3 อยู่ในกลุ่มทฤษฎีคุณค่า (Value Theories)

ในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจนั้น ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่องานของตนเองเท่านั้น แต่ยังถูกนำไปศึกษาในเชิงการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะในลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่ประกอบไปด้วย บุคคล 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายแรก ได้แก่ ผู้ที่อำนาจหน้าที่ในการให้บริการ ฝ่ายที่ 2 ได้แก่ ผู้รับบริการ โดยสามารถศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของผู้ให้บริการได้

ดังที่ Herbert Simon (อ้างถึงใน ยุวกรณ์ ชูพรหม 2544 : 10) กล่าวว่าไว้ว่างานใดจะมีประสิทธิภาพสูงสุดได้นั้น สามารถพิจารณาได้จากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (input) กับผลผลิต (output) ที่ได้รับออกมารวมกับความพึงพอใจของผู้รับบริการด้วย ซึ่งอาจเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$E = (O-I)+S$$

โดยที่ E = ประสิทธิภาพของงาน (Efficiency)

O = ผลผลิตที่ได้รับออกมา (Output)

I = ปัจจัยนำเข้าที่ใส่เข้าไป (Input)

และ S = ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction)

Chaplin (อ้างถึงใน ดวงฤดี เสือสิงห์ 2548 : 7) ให้ความหมายความพึงพอใจหรือความพอใจ (satisfaction) ในภาษาอังกฤษตามพจนานุกรมว่า ทางด้านจิตวิทยา ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความรู้สึกของผู้ที่รับบริการและสถานประกอบการตามประสบการณ์ที่ได้เข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้นๆ

อนิรุทธ ทองจันทร์ (2537 : 16) ได้สรุปไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง หากมีความเครียดมากจะมีความไม่พอใจเกิดขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากความต้องการได้รับการตอบสนอง ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ชรีณี เชนจินดา (อ้างถึงใน ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล 2541 : 6-7) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ทักษะคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า “ระบบความพึงพอใจ” โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าลบ สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพอใจของมนุษย์จะได้แก่ ทรัพยากร (Resource) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

มณีวรรณ ตันไทย (2533 : 66-69) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

จากความหมายของความพึงพอใจดังกล่าว พอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกของบุคคลในทางที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล กลุ่มบุคคล หรือ สถานการณ์เมื่อสิ่งเหล่านี้ตอบสนองความต้องการพื้นฐานทั้งร่างกายและจิตใจของบุคคลนั้น ความพึงพอใจเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับวัดคุณภาพของการให้บริการบุคคล หน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆ ในส่วนของเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จท่องเที่ยว ต้องการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการให้บริการในขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การลงทะเบียนจนกระทั่งถึงการจ่ายเงิน และที่สำคัญจะได้รับการประเมินผลในการดำเนินงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จท่องเที่ยว เพื่อที่จะนำผลมาปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานและส่งผลให้ผู้มาใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการเป็นประจำ จึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

1.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล (2546 : 5) ได้กล่าวไว้ในคู่มือปฏิบัติ วิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้าว่า ในธุรกิจหนึ่ง ๆ นั้น หนทางหนึ่งที่จะพาเราไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้นั้น คือ การได้มีการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจนั้น ซึ่งจะส่งผลให้ประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กรดีขึ้นรวมทั้งความพึงพอใจของลูกค้าก็สูงขึ้นตามด้วย

การวัดความพึงพอใจของลูกค้าคืออะไร คือ การที่ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจเมื่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ตรงกับความต้องการ หรือเกินความคาดหมายของพวกเขา นั่นเอง

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (อึ้งใน อนิสรา เกลียงอุบล 2546 : 7-8) ได้อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการ เนื่องจากลูกค้าแต่ละกลุ่มมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น องค์กรจะต้องแยกความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ได้ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าหลักๆ ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า ความต้องการดังกล่าวมักจะเกี่ยวข้องกับ ราคา คุณภาพ การส่งมอบและบริการ การวัดความพึงพอใจของลูกค้าอาจแตกต่างกันในด้านวิธีการ เครื่องมือที่ใช้ และชนิดของข้อมูลที่เก็บ วิธีนิยมใช้ทั่วไปคือ การรับความคิดเห็นจากลูกค้า และการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระยะๆ โดยการใช้เครื่องมือวัดต่างๆ เช่น แบบฟอร์ม ข้อคิดเห็น แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ เป็นต้น ตัวชี้วัดที่ควรทราบคือ สัดส่วนของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการซ้ำ เพราะตัวชี้วัดจะสะท้อนถึงความพึงพอใจของลูกค้า องค์กรที่ต้องการอยู่รอดในระยะยาวจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของการมุ่งเน้นลูกค้าควบคู่ไปกับการตอบสนองความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรการมุ่งเน้นที่ลูกค้า หมายถึงองค์กรต้องหาความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและอนาคต และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยต้องเข้าใจถึงความคาดหวังของลูกค้าด้วย

องค์กรที่มุ่งเน้นที่สร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้ามีลักษณะดังนี้

- 1) เข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องสินค้าและบริการ
- 2) สามารถสนองตอบต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมในองค์กรได้สมดุลกัน
- 3) มีการสื่อและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าให้บุคลากรในองค์กรทราบอย่างทั่วถึง
- 4) มีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าและนำผลที่ได้นำมาปรับปรุงองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
- 5) มีการวางแผนและวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าระยะยาว

จากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นผลที่เกิดขึ้นเมื่อผู้รับบริการได้รับสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการ เนื่องจากผู้รับบริการแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น องค์กรจะต้องแยกความต้องการของผู้รับบริการแต่ละกลุ่มให้ได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้รับบริการหลักๆ ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการได้ และจากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จได้ ดังนี้

- 1) ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค ที่พัก ความปลอดภัย/ระบบประกันอุบัติเหตุ มัคคุเทศก์นำเที่ยว ของที่ระลึก/รางวัล พิเศษ ระเบียบขั้นตอนในการเดินทาง และการต้อนรับของพนักงาน
- 2) ความพึงพอใจต่อการยอมรับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของบริษัท
- 3) ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อให้บริการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเหมาะสมของราคา คุณภาพการให้บริการ
- 4) ความพึงพอใจต่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์
- 5) ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว
- 6) ความพึงพอใจต่อรายละเอียดการท่องเที่ยว
- 7) ความพึงพอใจต่อบริการสินค้าท่องเที่ยว
- 8) ความพึงพอใจต่อการแก้ปัญหาและอุปสรรค
- 9) ความพึงพอใจต่อการให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย
- 10) ความพึงพอใจต่อโปรแกรมที่เสนอของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ได้แก่ ราคา สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก เวลา และระเบียบ/ข้อบังคับ/ข้อกำหนด

2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

2.1 ความหมายการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (อ้างถึงใน ประภาสรัตน์ ฉายศิริพันธ์ และสิริวรรณ หยกวิจิตร 2547 : 3) ได้ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่างๆ สมิต สัจฉกร (2542 : 13-14) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น การจัดอำนวยความสะดวกก็เป็นการให้บริการการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการก็เป็นการให้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญคือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ

วีระพงษ์ เถлимจิระรัตน์ (2539 : 7-8) ได้นิยามคำว่า การบริการ คือ กระบวนการ/กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริการ) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการนั้น

ในทางวิชาการ คำว่า บริการ (Service) ยังนิยามได้ว่า

บริการ = กิจกรรมทางเศรษฐกิจ ที่ผลิตออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบหรือ
อรรถประโยชน์หรือเอื้ออำนวยทางจิตวิทยา (Service = Economic Activities that Produce, Time,
Place Form or Psychological Utilities)

Weber (อ้างในกาญจนา กังแฮ, 2545 : 26) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การจะ
ให้การบริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึง
ตัวบุคคล หรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษทุกคน ได้รับ
การปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

เทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์ (อ้างถึงใน กาญจนา กังแฮ 2545 : 27) ได้ให้ความหมายของการ
ให้บริการสาธารณะว่า การที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการ
ให้บริการสาธารณะ ซึ่งอาจจะเป็นของรัฐหรือเอกชน มีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะ
แก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชน โดยส่วนรวมมีองค์ประกอบ
ที่สำคัญ 6 ส่วนคือ (1) สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ (2) ปัจจัยที่นำเข้าหรือทรัพยากร (3) กระบวนการ
และกิจกรรม (4) ผลผลิตหรือบริการ (5) ช่องทางการให้บริการและ (6) ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

ปรัชญา เวสารัชช์ (2540 : 6) กล่าวว่า การบริการประชาชนโดยหน่วยงานของรัฐเป็น
การอำนวยความสะดวกที่หน่วยงานของรัฐจัดให้แก่ประชาชน ทั้งนี้หน่วยงานอาจกำหนดให้ประชาชน
ไปรับบริการที่หน่วยงานของรัฐหรืออาจส่งเจ้าหน้าที่ออกไปให้บริการในจุดที่สะดวกสำหรับประชาชนก็ได้

จากความหมายของการให้บริการ อาจสรุปได้ว่า การให้บริการการท่องเที่ยวนั้น หมายถึง การ
ปฏิบัติงานที่อำนวยความสะดวก รวดเร็วให้แก่ผู้รับบริการ โดยให้การปฏิบัติต่อผู้รับบริการเสมอ
เหมือนกันและคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2.2 หลักการให้บริการ

Millet, John D. (อ้างถึงใน กาญจนา กังแฮ 2545 : 25) ได้ศึกษาองค์ประกอบที่สำคัญ
ในการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้าง
ความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ผลการวิจัยพบว่ามีองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้คือ

1) การให้บริการอย่างเสมอภาค เช่น ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐาน
คติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนี้ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ดังนี้
ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกคิดกัน
ในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการ
ให้บริการเดียวกัน

2) การให้บริการอย่างทันเวลา ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3) การให้บริการอย่างเพียงพอ เช่น การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวน การให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม The Right Quantity at The Geographical มิฉะนั้นเห็นว่า ความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาจะ ไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งสำหรับให้บริการ ไม่เหมาะสมสร้างความไม่ยุติธรรมให้แก่ผู้รับบริการ

4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้ และ

5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถจะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ถาวร โปธิสมบัติ (2535 : 14-15) ได้สรุปว่า เจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องปฏิบัติตามนโยบายของรัฐ เพื่อบริการประชาชนให้ดีที่สุด ตรงตามเป้าหมายของรัฐตามหลักการต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ศึกษาได้นำมาเป็นข้อศึกษาประกอบด้วยหลักความสะดวก หลักความรวดเร็ว หลักความเสมอภาค และหลักความเป็นกันเอง ซึ่งมีแนวความคิดดังต่อไปนี้

1) หลักความสะดวก เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่มารับบริการได้ทราบ ว่า ผู้ใดเป็นเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานใด ทำหน้าที่อะไร ซึ่งเจ้าหน้าที่ทุกคนต้องตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่มารับบริการ โดยการต้อนรับด้วย อธิยาศัยไมตรีอันดี ใช้กิริยาจาที่สุภาพเรียบร้อย ไม่ขู่ตะคอก ไม่แสดงกิริยามารยาทที่เป็นดูหมิ่นเหยียดหยาม

2) หลักความรวดเร็ว เป็นการให้ความสะดวกรวดเร็วแก่ประชาชนที่มารับบริการ เจ้าหน้าที่จะต้องรีบดำเนินการทันทีโดยไม่ชักช้า เพราะผู้มารับบริการส่วนใหญ่เมื่อการรอคอยหรือเสียเวลาที่รอรับบริการจากเจ้าหน้าที่ หากให้บริการไม่ได้ก็ต้องชี้แจงให้ผู้มารับบริการทราบและเข้าใจอย่างถ่องแท้

3) หลักความเสมอภาค เป็นการให้ความยุติธรรมและความเสมอภาค เจ้าหน้าที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตามระเบียบ ข้อบังคับ และอำนาจหน้าที่โดยเคร่งครัดให้บริการทุกคนด้วยความยุติธรรมและความเสมอภาค ไม่แบ่งพรรคแบ่งพวก บริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มารับบริการด้วยความเท่าเทียมกัน ใครมาก่อนก็ให้บริการก่อน ตามลำดับก่อนหลัง

4) หลักความเป็นกันเอง เป็นการให้บริการประชาชนเมื่อมาขอรับบริการ เจ้าหน้าที่จะต้องให้ความเอื้ออาทร เพื่อให้เกิดความประทับใจ โดยแสดงการต้อนรับด้วยความสุภาพเรียบร้อย ให้บริการด้วยความเต็มใจ เห็นอกเห็นใจ และเป็นกันเอง

หลวงศุภ นฤเบศ (2536 : 11-14) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจรหรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกที่จะต้องเป็นไปตามหลักการ ซึ่งอาจเรียกง่ายๆ ว่า หลัก Package Service ดังนี้

1) ยึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรัฐในเชิงรับ จะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการ

2) การกระจายอำนาจหรือมอบอำนาจให้มากขึ้น และปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

3) การพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ที่จะทำให้สามารถให้บริการได้ ทั้งขั้นตอนก่อนการให้บริการ ซึ่งได้แก่ การวางแผน การเตรียมการต่างๆ ให้พร้อมที่จะให้บริการ และการนำบริการไปสู่ผู้ที่สมควรที่จะได้รับบริการเป็นการล่วงหน้า เพื่อป้องกันปัญหาหรือความเสียหาย

4) การให้บริการต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่ง ก็คือ ความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับโดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก ซึ่งลักษณะที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียวหรือไม่เกินสองครั้ง (คือมารับเรื่องที่แล้วเสร็จอีกครั้งหนึ่ง)

5) ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นเป้าหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการเชิงรุก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการ ดังนั้นจึงมีทัศนคติที่ไม่ค่อยดีต่อการให้บริการของรัฐต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาของการสื่อสารทำความเข้าใจกัน

6) การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ การพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรนั้นไม่เพียงแต่จะต้องให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์เท่านั้น แต่จะต้องมีความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่นโยบายและระเบียบแบบแผนของทางราชการและถูกต้องในเชิงศีลธรรมจรรยาด้วย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ดุลยพินิจของข้าราชการเป็นสำคัญ

7) ความสุภาพอ่อนน้อม เป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจร คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการ อันจะทำให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้ง่ายยิ่งขึ้น

8) ความเสมอภาค การให้บริการแบบครบวงจร จะต้องถือว่าข้าราชการมีหน้าที่จะต้องให้บริการแก่ประชาชนโดยเสมอภาคกัน ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้ การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่า ความเสมอภาคในการให้บริการและการให้บริการต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการด้วย ทั้งนี้เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศเป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการที่จะติดต่อขอรับบริการจากรัฐ เช่น มีรายได้น้อย ขาดความรู้ ความเข้าใจ หรือข้อมูลข่าวสารที่เพียงพออยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น

ชุมพล สังขปริษา (2531 : 222-223) ได้กล่าวถึง การให้บริการของรัฐว่า เพื่อให้เกิดความร่วมมือด้วยดีระหว่างประชาชนกับรัฐ ควรคำนึงถึงหลัก 3 ประการ คือ **หลักเพื่อประโยชน์สาธารณะ** มีเป้าหมายที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์สุขแก่ประชาชน และบทบาทหน้าที่ที่เจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนได้แก่ เป็นกลไกปกครองดูแลประชาชนให้ปฏิบัติตามครรลองของกฎหมาย และ กลไกจัดสรรทรัพยากรและบริการพื้นฐานทางสังคม **หลักการบริการประชาชน** การบริการประชาชนเป็นหน้าที่ของรัฐที่จะต้องบริการประโยชน์สาธารณะ รัฐจะต้องมีหน้าที่ให้บริการด้านต่างๆ แก่ประชาชน เช่น การรักษาความสงบเรียบร้อยและการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในสังคม การป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม การรักษาสิทธิมนุษยชนโดยกฎหมาย การป้องกันประเทศ การให้สิ่งตอบแทนแก่สมาชิกในสังคมที่ทำประโยชน์ต่อชาติบ้านเมือง การออกกฎหมายสวัสดิการแก่ผู้ใช้แรงงาน การระดมทรัพยากร ได้แก่ การศึกษาแก่เยาวชนแบบให้เปล่า การวางแผนใช้พลังงานและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาและวางแผนชุมชนเมือง การใช้จ่ายงบประมาณของรัฐบาล การใช้จ่ายงบประมาณระดับท้องถิ่น การจัดทำบริการสาธารณะ เป็นต้นและ **หลักการบริหาร** ในด้านการบริการประชาชน รัฐมีเป้าหมายการให้บริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน เจ้าหน้าที่ขององค์การของรัฐจึงต้องตอบสนองความต้องการของประชาชนในรูปแบบต่างๆ ตามกฎหมายและนโยบายขององค์การของรัฐ ทั้งนี้ด้วยการบริหารงานการบริการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยหัวใจบริการ (Service Minded) ในลักษณะที่เจ้าหน้าที่ของรัฐบริการประชาชนอย่างดี และประชาชนเดินออกจากองค์การของรัฐ ไปอย่างสบายอกสบายใจ ผลที่ได้จากการบริหารงานของรัฐดังกล่าว จะทำให้ประชาชนพอใจและทำให้เกิดความร่วมมือกับรัฐ

กล่าวโดยสรุป หลักการให้บริการการท่องเที่ยวที่ดี ผู้รับบริการจะต้องได้รับบริการที่ สะดวก รวดเร็ว มีความเสมอภาค เพื่อสร้างทัศนคติความสัมพันธที่ดีระหว่างผู้ให้บริการกับ ผู้รับบริการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2.3 ประสิทธิภาพในการให้บริการ

จรัส สุวรรณมาลา (2539 : 10-12) ได้อธิบายถึง ประสิทธิภาพในการให้บริการควรมี ลักษณะดังนี้

- 1) ความถูกต้องตามกฎหมาย บริการที่จัดให้มีขึ้นตามกฎหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการ ที่บังคับให้ประชาชนต้องมาใช้บริการ เช่น บริการจัดทำบัตรประชาชน บริการรับชำระภาษีอากร เป็นต้น จำเป็นต้องควบคุมให้ถูกต้องตามระเบียบกฎหมายและดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย
- 2) ความเพียงพอ หมายถึง บริการที่มีจำนวนและคุณภาพเพียงพอกับความต้องการ ของผู้รับบริการ ไม่มีการรอคอยหรือเข้าคิวเพื่อขอรับบริการ เพราะบางหน่วยงานมีขีดความสามารถ ในการให้บริการต่ำกว่าความต้องการของประชาชน เช่น งานบริการเก็บขยะของเทศบาล ต้องมี ความเพียงพอกับความต้องการของชุมชน
- 3) ความทั่วถึง เท่าเทียม ไม่มีข้อยกเว้น ไม่มีอภิสิทธิ์ บริการสาธารณะที่ดีต้องเปิดโอกาส ให้ประชาชนในทุกพื้นที่ ทุกกลุ่มอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย ได้ใช้บริการประเภทเดียวกัน คุณภาพเดียวกัน ได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียมกัน โดยไม่มีข้อยกเว้น เช่น การรักษาพยาบาล
- 4) ความสะดวก รวดเร็ว เชื่อถือได้ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ผู้รับบริการจะต้อง ได้รับความสะดวก คือ สามารถใช้บริการได้ ณ ที่ต่างๆ และสามารถเลือกใช้ชีวิตได้หลายแบบ ตามสภาพของผู้รับบริการ เช่น ประชาชนสามารถชำระภาษีอากรและค่าบริการต่างๆ ได้โดยผ่าน ระบบธนาคาร ความสะดวกอาจพิจารณาได้จากกระบวนการให้บริการ เช่น การจัดให้มีจุดให้บริการ เพียงจุดเดียว (One-Stop-Service) สำหรับความรวดเร็วที่เป็นอีกด้านหนึ่งของคุณภาพ การ ให้บริการประชาชนจะต้องได้รับบริการทันที โดยไม่ต้องรอคิวคอยรับบริการนานเกินควร เช่น การ ไปรับการรักษาพยาบาล ณ สถานพยาบาลของรัฐ ควรจะสามารถเข้ารับการรักษาพยาบาลได้ทันที ส่วนความน่าเชื่อถือได้ของระบบบริการ บริการจะต้องมีความต่อเนื่อง สม่่าเสมอ มีระเบียบแบบ แผน การให้บริการที่แน่นอน คาดการณ์ล่วงหน้าได้แน่นอน เป็นที่พึงพาของผู้รับบริการได้เสมอ และมีโอกาสเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด

5) ความได้มาตรฐานทางเทคนิคหรือมาตรฐานทางวิชาการ การให้บริการบางประเภทจะต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญทางเทคนิค หรือทางวิชาการ เช่น บริการทางการแพทย์ การเงิน การบัญชี กฎหมาย วิศวกรรม เป็นต้น บริการดังกล่าวนี้จะมีคุณภาพดีก็ต่อเมื่อมีบุคลากรและกระบวนการให้บริการที่ได้มาตรฐานทางเทคนิคและวิชาการเท่านั้น

6) การเรียกเก็บค่าบริการที่เหมาะสม ต้นทุนการให้บริการต่ำ บริการที่ดีต้องมีค่าบริการที่เหมาะสม ไม่สูงจนทำให้บุคคลบางกลุ่มซึ่งจำเป็นต้องใช้บริการถูกกีดกัน เพราะราคาแพงเกินไปจนไม่สามารถใช้บริการได้ นอกจากนี้ยังต้องมีระบบการจัดการบริการที่มีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการดำเนินงานต่ำ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการที่มีคุณภาพและมีค่าบริการไม่สูงเกินไป

7) ความพอใจ/ประทับใจของผู้รับบริการ บริการที่มีคุณภาพจะต้องเป็นที่พึงพอใจและเป็นที่ยอมรับของผู้รับบริการส่วนใหญ่ด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 342) กล่าวว่า คุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการ (Service quality) จะมีลักษณะดังนี้

1) การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม เพื่อแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2) การติดต่อสื่อสาร (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

3) ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานที่รับผิดชอบ

4) ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง มีความวิจิตรถนอมรอบคอบ

5) ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

6) ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

7) การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

8) ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ

9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้

10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding/known customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

จึงสรุปได้ว่าการจะทำให้ผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเกิดความพึงพอใจสูงสุดได้นั้น ผู้ให้บริการจกต้องคำนึงคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการตามหลักดังกล่าวข้างต้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีคุณภาพและเหมาะสม

3. การท่องเที่ยว

3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายคนได้ให้ความหมายคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ ซึ่งพอประมวลได้ดังนี้ องค์การสหประชาชาติ (อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 11) ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทาง (travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

1) การเดินทาง (travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่ง ไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2) จุดหมายปลายทาง (destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3) ความมุ่งหมาย (purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism – IASET) (อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 11-12) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน จากความหมายดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวต้องมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการคือ

- 1) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวร ไปยังสถานที่ต่าง ๆ
- 2) การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่างคือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและพักค้างคืน
- 3) การเดินทางและพักค้างคืนนั้นจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำและในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น
- 4) การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้น โดยมีแผนจะเดินทางกลับภายใน 180 วัน
- 5) จุดหมายปลายทางที่เดินทางไปจะต้องเพื่อการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวรหรือการไปทำงาน

สุภาพร มากแจ้ง (2534 : 5) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยวครอบคลุมการเดินทางทั้งเพื่อธุรกิจและเพื่อการพักผ่อนตราบเท่าที่ผู้เดินทางมิได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทาง”

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ้างถึงใน นิคม จารุมณี 2536 : 1) ได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า “การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างขวาง เพราะว่ามีได้หมายความเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อการสนุกสนานเชิงระมย์ ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น”

วรรณ วทวณิช (2539 : 7) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้าง มิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่งรวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวและกระบวนการที่มีความสำคัญต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน”

ชาญชัย ดวงจิตต์ (2536 : 76) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่ามี 2 ประการสรุปได้ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวคือ ความสัมพันธ์ของกิจกรรมทั้งหลายในการอาศัยอยู่ของบุคคลชาวต่างประเทศในประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งมีเงื่อนไขว่าเขาเหล่านั้นจะต้องไม่อยู่อาศัย ณ ที่นั้นเป็นการถาวร เพื่อกระทำกิจกรรมใดๆ ไม่ว่าจะเป็นการชั่วคราวหรือถาวรในการที่จะได้มาซึ่งเงินทอง และ 2) การท่องเที่ยวมีความหมายทั้งในด้านของการเป็นศาสตร์และเป็นศิลป์ และเป็นธุรกิจในการสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดการด้านที่พักอาศัย และความสะอาดสบายต่างๆ เป็นต้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ้างถึงใน ยุพดี เสดตพรรณ 2548 : 287) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางตามเงื่อนไขที่กำหนดเป็นสากล 3 ประการ ได้แก่ 1) การเดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นชั่วคราว 2) การเดินทางโดยสมัครใจ และ 3) ไม่ใช่เดินทางไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และไม่ใช่นักศึกษาที่อยู่ในจังหวัดที่เดินทางไป โดยที่จุดประสงค์ของการเดินทางไม่เฉพาะเพื่อการพักผ่อนหรือสนุกสนานรื่นเริงแต่รวมถึงเพื่อประชุมสัมมนา ศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา ติดต่อธุรกิจหรือเยี่ยมญาติ

จากทฤษฎีของนักวิชาการดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่อาศัยการเดินทางเป็นหลัก โดยมีความสนใจหรือมีจุดหมายที่หลากหลายในการเดินทางไปยังที่ต่างๆ เช่น เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนาน เพื่อการประชุม สัมมนา เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ และเพื่อเยี่ยมเยียนญาติ เป็นต้น

3.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายคนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งพอประมวลได้ดังนี้

นวนนิตย์ ฤทธิรักษ์ (2538 : 19-31) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ใกล้เคียงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีบทบาทต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยก่อให้เกิดรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศจำนวนมาก ซึ่งมีภูมิภาคต่างๆ ทั้งในสาขาการท่องเที่ยวและสาขาการผลิตอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง นอกจากนี้ทำให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีคุณค่าทางการท่องเที่ยวการเสริมสร้างความปลอดภัยในพื้นที่ที่มีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างสังคมและระหว่างประเทศนำไปสู่ความสามัคคีและสันติภาพของประชากรในโลก

ชาญชัย ดวงจิตต์ (2536, 76) กล่าวถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวตั้งข้อความตอนหนึ่งว่า “....ในช่วงระยะปัจจุบันการท่องเที่ยวดูเหมือนจะเป็นความหวังอันสำคัญองรัฐบาลในการได้มาซึ่งเงินตราต่างประเทศที่จะนำมาใช้จ่ายเพื่อความเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพราะรัฐไม่สามารถการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยทางการกู้ยืมจากต่างประเทศได้อีก เพราะจะเป็นอันตรายต่อเสถียรภาพและความมั่นคงในทางการเงินการคลังของประเทศ ดังนั้นจึงถือได้ว่าสังคมจะได้รับประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวค่อนข้างจะมาก โดยเฉพาะในระยะปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ที่รัฐบาลยังคงต้องดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจที่เข้มงวดและมีวินัยเพื่อรักษาเสถียรภาพทางการเงินการคลังของประเทศต่อไป”

สมพร มณีไมตรีจิต (2530 : 16) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวว่ามี 3 ประการสรุปได้ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวช่วยแก้ไขการขาดดุลชำระเงิน 2) การท่องเที่ยวเป็นฐานทางเศรษฐกิจในส่วนภูมิภาคที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุน เป็นแหล่งสร้างงานการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาค และ 3) การท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี โบราณสถาน อันเป็นประโยชน์ในการพัฒนาด้านสังคมและวัฒนธรรม

นิคม จารุมณี (2536 : 5-7) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ว่ามี 11 ประการซึ่งสรุปได้ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินต่างประเทศ
- 2) การท่องเที่ยวช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน
- 3) รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง โครงการสร้างงาน สร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น
- 4) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพในธุรกิจที่ทำหน้าที่บริการ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น
- 5) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเข้าเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด
- 6) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย
- 7) การท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดิน ฟ้า อากาศ
- 8) การท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นให้เป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้
- 9) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ
- 10) การท่องเที่ยวทำให้เกิดมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และ
- 11) การท่องเที่ยวช่วยสร้างเสริมสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีสร้างความสามัคคีให้เกิดแก่คนในชาติ และนำไปสู่การช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก

จากทฤษฎีของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปความสำคัญของการท่องเที่ยวได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรม โดยผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมีทั้งในรูปของเงินตราต่างประเทศ ซึ่งช่วยแก้ไขการขาดดุลชำระเงินของประเทศ เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ และความเจริญด้านต่าง ๆ ไปสู่ท้องถิ่น อีกทั้งช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยสร้างเสริมความสามัคคีและความเข้าใจอันดี

ให้แก่คนในชาติ และนำไปสู่การเกิดสันติภาพแก่ประชากรโลก นอกจากนี้ยังมีส่วนทำให้เกิดการอนุรักษ์ และพัฒนาขนบธรรมเนียมและประเพณีท้องถิ่น

3.3 สภาพการท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายคนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการท่องเที่ยว ซึ่งพอจะประมวล ได้ดังนี้

สุทธิธี ชูชาติ (2538 : 39-44) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวไว้ สรุปได้ดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจด้านแหล่งท่องเที่ยว มี 4 ประการ ดังนี้ (1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อ่าว แหลม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศความสวยงามตามธรรมชาติ เป็นต้น (2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ต่างๆ อาจแสดงออกในรูปแบบของศาสนา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ จารีตประเพณี เป็นต้น (3) การกระจายของชาติพันธุ์เดียวกัน ซึ่งนำไปสู่ทางการเยี่ยมชมและท่องเที่ยว และ (4) แหล่งบันเทิงสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ อาจจะเป็นสถานเริงรมย์ยามราตรี สวนสัตว์ สนามกีฬา สวนสาธารณะ เป็นต้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 4 ประการ ดังนี้ (1) ที่พัก ซึ่งมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ หรือที่พักลักษณะอื่นๆ เป็นต้น (2) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ประเภทของอาหาร คุณภาพอาหาร ราคาอาหาร เป็นต้น (3) สถานบริการ เช่น ร้านซักรีด ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น และ (4) ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค เป็นต้น

3) การขนส่ง เช่น ประเภทของการขนส่ง เส้นทางในการขนส่งแต่ละประเภท ความสะดวก ความปลอดภัย ความประหยัด เป็นต้น

4) การต้อนรับ เช่น คนในพื้นที่ พนักงานบริการ การเดินทางเข้าประเทศ เป็นต้น

วรรณ วทัญญู (2539 : 19-23) ได้กล่าวถึงสภาพการท่องเที่ยวว่าประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 ประการ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1) นักท่องเที่ยว เช่น ลักษณะของการกระจาย กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ฤดูกาลท่องเที่ยว ทักษะคตินักท่องเที่ยว เป็นต้น

2) สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการหลายประเภทไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อัยาศัยไมตรี สาธารณูปโภคต่างๆ เป็นต้น

3) การคมนาคมขนส่ง ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านรูปแบบของการคมนาคมขนส่ง สู่แหล่งท่องเที่ยวและภายในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร รูปแบบหรือปัญหาจราจร เป็นต้น

4) ข้อมูลข่าวสารและบริการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ข้อมูลและข่าวสาร เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว การส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ๆ แก่ผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ รายละเอียดเกี่ยวกับท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เป็นต้น และการบริการ ประกอบด้วยบริการทางด้านต่างๆ ได้แก่ ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง บริการด้านสถานที่จอดรถ บริการด้านสถานที่อุปกรณ์ออกกำลังกาย เป็นต้น

5) ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น กำหนดมาตรการต่างๆ จัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือและให้บริการด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น และ การอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง เช่น การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร ระเบียบพิธีการเข้าเมือง บริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานที่ขนส่งกับที่พัก เป็นต้น

6) องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ไฟฟ้า การประปา การสื่อสาร ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล สถานพยาบาลและโรงพยาบาลต่างๆ เป็นต้น และ (7) การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว

สันติ ชูฉินทรา (2530 : 25-30) ได้กล่าวถึงสภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันตกของประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปตามองค์ประกอบด้วยดังนี้

1) อุทยานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งภาคตะวันตกเป็นภาคที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านศาสนาและวัฒนธรรม

2) ตลาดการท่องเที่ยวแบ่งได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก รองลงมาเป็นจีนและญี่ปุ่นและ นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ

3) ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคม โรงแรมและที่พักนักท่องเที่ยว การบริการนำเที่ยว บริการด้านท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น นักท่องเที่ยว ภัตตาคารและร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สถานบันเทิงเริงรมย์ เป็นต้น

จากทรรศนะด้านสภาพและหรือองค์ประกอบในการท่องเที่ยว ดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า สภาพการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยว การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

3.4 การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)

นิคม จารุมณี (2544 : 54-59) กล่าวว่า การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมาย ที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยว จะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความสำเร็จ

การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System Approach) และบรรลุดัตุประสงค์ หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาระบบย่อย (Sub System) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย

องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1) **ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)** เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1) **ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resource)** เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย บึง หนอง คลอง) เป็นต้น บางแห่งได้รับการจัดให้เป็นสวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด อุทยานนกน้ำ เป็นต้น

1.2) **ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Tourism Resource)** นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหนและปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกได้ 3 ชนิด ได้แก่

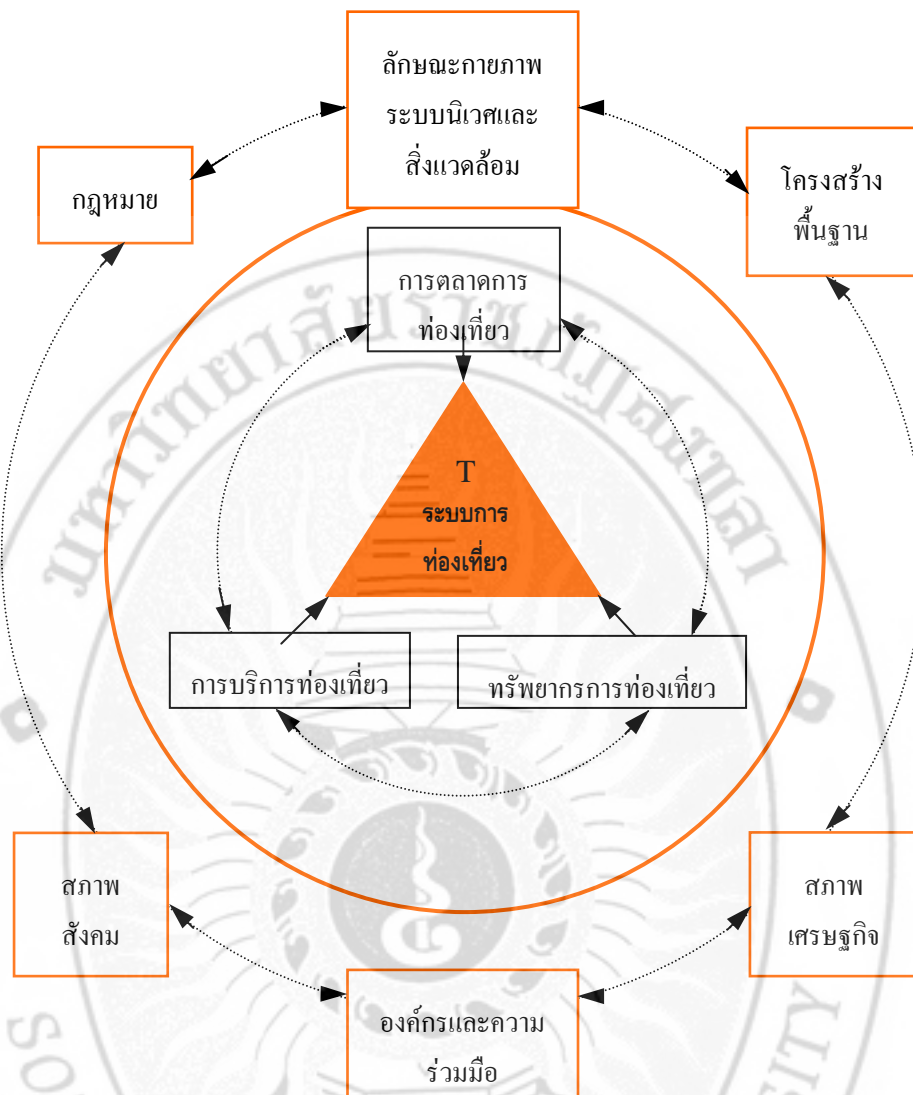
(1) **แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource)** เป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง คูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

(2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Culture and Rural Way of Life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีในรอบปี ทั้งประเพณีในราชสำนัก (พระราชพิธีต่างๆ) ประเพณีไทย ประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีกินเจ หรือประเพณีถือศีลอด งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น พิธีโกนจุก พิธีแต่งงาน พิธีบวช และพิธีศพ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ได้แก่ การสร้างบ้านเรือน ชุดแต่งกาย อาหารประจำถิ่น การประดิษฐ์ของใช้เพื่อการดำรงชีวิต ภาษาพูดในท้องถิ่นและวรรณคดีพื้นบ้าน เป็นต้น หมู่บ้านที่มีวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านทำร่ม หมู่บ้านช้าง รวมถึงตลาดนัด ตลาดน้ำ

(3) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์ บันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์การแสดงศิลปะสมัยใหม่ แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า ศูนย์การประชุม เป็นต้น

2) การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการให้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

3) การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ณ ที่นั้น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี คือ (1) การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น และ (2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยัง นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน



ภาพที่ 2 องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการทองเทียว

ที่มา: นิคม จารุมณี (2544 : 61)

กล่าวได้ว่า ในการพิจารณาองค์ประกอบภายในระบบการทองเทียว มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ซึ่งความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการทองเทียวนั้นอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้การทองเทียวยังมีสิ่งแวดล้อมนอกระบบที่เกี่ยวข้องเกี่ยวพันเป็นอุปสรรคหรือได้รับผลกระทบจากการทองเทียวอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น

3.5 การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ครบวงจร โดยมีตั้งแต่การบริการที่มีการจัดเตรียมทุกอย่างไว้เรียบร้อยแล้ว เช่น ที่พัก โรงแรม ภัตตาคาร รถบัส มัคคุเทศก์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 16) ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism –GIT หรือ All Inclusive Tourism- AIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวขายรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจะจัดการบริการเที่ยวบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้

นิคม จารุมณี (2544 : 44) ได้กล่าวถึง สภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันว่า มีการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเป็นแบบ “PacKage Tour” แก่นักท่องเที่ยวซึ่งก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างดีจากนักท่องเที่ยวทุกระดับ รสนิยมและรายได้ การท่องเที่ยวในรูปแบบ “PacKage Tour” มีราคาถูกกว่าอันเป็นผลมาจากการบริหารราคาในระบบประหยัดและตัดทอนรายจ่ายต่างๆ ลง อาทิ การจองตั๋วโดยสารเครื่องบินจำนวนมากในราคาขายส่งจากบริษัทธุรกิจการท่องเที่ยวโดยตรงรวมทั้งการจองห้องพักในโรงแรมด้วยระบบเดียวกัน ผลประโยชน์จากการดำเนินนโยบายตัดราคาค่าใช้จ่ายลงดังกล่าวนี้ก็จะตกไปถึงมือผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวในที่สุด ระบบโรงแรมและระบบสายการบินเองก็ปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มใหม่นี้ โดยการเสนอราคาขายแบบเหมาจ่ายหรือราคาขายส่งให้บริษัทธุรกิจการท่องเที่ยวโดยตรงเช่นเดียวกัน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 132-133) กล่าวถึงความหมายของการตลาดท่องเที่ยวว่า หมายถึง ความพยายามของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่า มีทรัพยากรท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเกิดความต้องการอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และซื้อบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกำไรที่ต้องการจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งตลาดท่องเที่ยวออกเป็น 3 ตลาดใหญ่ๆ คือ

- 1) ตลาดนักท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น
- 2) ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศ
- 3) ตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ส่วนการวิเคราะห์ด้านการตลาดท่องเที่ยวนั้น

จะต้องวิเคราะห์ความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

โดยการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ 3 ประการคือ

- 1) นักท่องเที่ยวต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ค่าครองชีพถูกแต่มีบริการได้มาตรฐาน
- 2) นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกสบายจากการท่องเที่ยว
- 3) นักท่องเที่ยวต้องการความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว

สำหรับการใช้ส่วนผสมทางตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing Mix) เพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละตลาดท่องเที่ยวนั้น ก็ใช้ 4 P's คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) การกำหนดค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Price) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Place) และการส่งเสริมตลาดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) ให้เหมาะสมกับแต่ละตลาดเป้าหมายโดยทั้งภาครัฐและเอกชนต้องช่วยกันอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพไปยังตลาดท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศตนให้มากที่สุด

ฉันทิช วรรณถนอม (อ้างถึงใน กาญจนามณีแสง 2550 : 6-7) ได้สรุปความหมายการวางแผนเพื่อการจําหน่ายเที่ยวว่าหมายถึง การวางแผนและตัดสินใจในการเลือกสิ่งที่ดีที่สุด เหมาะสมที่สุด จากสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องในการจําหน่ายเที่ยวแต่ละคืน เช่น การวางแผนเลือกโรงแรมที่ดีที่สุด เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เลือกร้านอาหารที่อร่อย เลือกยานพาหนะที่ปลอดภัยไว้ใจได้ และเลือกแหล่งซื้อของที่มีคุณภาพ เป็นต้น

การวางแผนการจําหน่ายเที่ยวมีความสำคัญเพราะจะก่อให้เกิดประโยชน์ ได้แก่ เป็นการเตรียมการเพื่อจองสถานประกอบการต่างๆ ให้พร้อมชัดเจน เป็นการจําเตรียมการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้นำเที่ยว (มัคคุเทศก์) เป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงความรับผิดชอบในการจําหน่ายเที่ยวอย่างเป็นระบบ สามารถจัดการวางแผนนำเที่ยวของตนเองให้เหนือกว่าบริษัทคู่แข่ง สามารถประมาณค่าใช้จ่ายที่ใช้ถูกต้องชัดเจน ใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด ได้รู้ถึงสภาพต่างๆ ไปในเรื่องต่างๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการเสนอขาย เป็นการสร้างสัมพันธ์โดยตรงที่ดีให้เกิดขึ้นกับสถานประกอบการต่างๆ จากการได้ไปสำรวจเส้นทาง และได้เอื้อประโยชน์ทางธุรกิจต่อกันเป็นกระบวนการให้ทุกฝ่ายทราบถึงทิศทางการปฏิบัติวางแผนจําหน่ายเที่ยวและร่วมกันประสานงานเป็นทีมอย่างเป็นระบบสามารถใช้ตรวจสอบความถูกต้องของนโยบายแนวปฏิบัติของแต่ละฝ่าย สามารถตรวจสอบดูผลได้จากการปฏิบัติการทำงานหลังการจําหน่ายเที่ยวสิ้นสุดลง เป็นการป้องกันหรือลดความเสี่ยงไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นต่อการทำงานในอนาคต ทำให้เกิดการประหยัด

ดังนั้น การวางแผนการจ้ดนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อหลายประการ คือ สภาพภูมิอากาศเปลี่ยนไป อาจทำให้ต้องเปลี่ยนแปลงเส้นทาง คู่แข่งขันชิงความได้เปรียบ เช่น เขาดีดราคาจนเราต้องปรับตัวตาม ไม่สามารถหาสถานประกอบการได้ตามที่ต้องการ ผู้วางแผนไม่เก่ง ประสบการณ์น้อย ลูกค้้าเกิดการเปลี่ยนใจกะทันหัน อาจทำให้เปลี่ยนเส้นทาง หรือยกเลิกการเดินทาง สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องทำงานผิดพลาด เป็นต้น

นันท วรรณนอม (อ้างถึงใน กาญจนา มณีแสง 2550 : 7-9) แบ่งการจ้ดนำเที่ยวไว้หลายประเภท ดังนี้

1) การจ้ดนำเที่ยวโดยทั่วไป โดยจำแนกได้ 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ การจ้ดนำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและจ้ดตามรายการนำเที่ยวที่เตรียมไว้แล้ว

การจ้ดนำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การนำเที่ยวแบบนี้จะกำหนดงบประมาณรายการต่างๆ ให้สนองตอบความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด สามารถสร้างความประทับใจโดยการจ้ดให้มีกิจกรรมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว

การจ้ดนำเที่ยวตามรายการนำเที่ยวที่เตรียมไว้แล้วแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การจ้ดนำเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้กำหนดรายการนำเที่ยวทั้งหมดเป็นแบบเหมาจ่าย (Package Tour) และการจ้ดนำเที่ยวโดยที่ลูกค้าเป็นผู้มีส่วนร่วมในการกำหนดความต้องการในบางเรื่องหรือทุกเรื่อง

2) การจ้ดนำเที่ยวที่เป็นสากล แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

(1) การจ้ดนำเที่ยวในประเทศ (domestic) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทย ได้ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย โดยบริษัทนำเที่ยวไทยเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวทั้งหมด นับตั้งแต่การจ้ดรายการนำเที่ยว ติดต่อที่พัก ร้านอาหาร ยานพาหนะ ตลอดจนมัคคุเทศก์คนไทย

(2) การจ้ดนำเที่ยวเข้าประเทศ (inbound) เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยบริษัทนำเที่ยวของประเทศนั้นๆ จะติดต่อผ่านสาขาประจำประเทศไทย บริษัทนำเที่ยวไทยก็จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนจัดการท่องเที่ยวภาคพื้นดินให้กับบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ โดยจ้ดตามความต้องการของบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ หรือบริษัทนำเที่ยวไทยจ้ดเสนอขายบริการท่องเที่ยวต่างๆ ไปยังบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ

(3) การจ้ดนำเที่ยวออกประเทศ (outbound) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวไทยออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยบริษัทนำเที่ยวไทยจะติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวในต่างประเทศให้กับบริษัทนำเที่ยวไทย และจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจ้ดนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวไทยขณะที่ท่องเที่ยวอยู่ในต่างประเทศ

3) การจ้ดนำเที่ยวโดยแบ่งตามขนาด แบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

(1) Group Inclusive Tour (GIT) คือ การจ้ดนำเที่ยวแบบกลุ่มให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว โดยการจ้ดนำเที่ยวแบบนี้ แยกได้เป็น 2 ประเภท คือ กร้ปจ้ดกับกร้ปเหมา กร้ปจ้ดคือ การจ้ดนำเที่ยวให้กับลูกค้าที่มาจากกรซื้อทัวร์หน้าร้าน นักท่องเที่ยวจะมาจากคนละทิศละทางเพื่อมาซื้อรายการนำเที่ยวที่ตนชอบ ส่วนกร้ปเหมาคือ การจ้ดนำเที่ยวให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางเป็นหมู่คณะเฉพาะคณะของตน

(2) Foreign Independent Tour or Free Independent Travelers (FIT) เป็นการจ้ดนำเที่ยวส่วนบุคคล หรือครอบครัวมากกว่าจะจ้ดเป็นกลุ่ม เป็นการจ้ดนำเที่ยวพิเศษ สำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ไปยังจุดหมายปลายทางที่ตนต้องการ และมีอิสระในการเดินทาง โดยมากเป็นการจ้ดนำเที่ยวให้กับลูกค้าต่างประเทศ

4) การจ้ดนำเที่ยวตามวัตถุประสงค์ มีลักษณะคล้ายกับการจ้ดนำเที่ยวโดยทั่วไป แบ่งได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ การจ้ดนำเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของบริษัท กับการจ้ดนำเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว

5) การจ้ดนำเที่ยวตามลักษณะของจุดหมายปลายทาง จะจ้ดขึ้นโดยหลักที่ต้องให้นักท่องเที่ยวทั่วไปมีความสนใจแบ่งได้ 4 ประเภท ได้แก่

(1) การจ้ดนำเที่ยวในเมือง หรือเที่ยวชมเมือง (City Tour)

(2) การจ้ดนำเที่ยวชมสถานที่หรือเที่ยวชมภูมิทัศน์ (Sightseeing Tour)

(3) การจ้ดนำเที่ยวแหล่งบันเทิงยามราตรี (Night Tour)

(4) การจ้ดนำเที่ยวโดยเน้นการซื้อของ หรือที่รู้จักกันว่าทัวร์ช้อปปิ้ง (Shopping Tour)

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ คือ การท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเป็นผู้ดำเนินการทุกอย่างให้แก่นักท่องเที่ยว อย่างครบวงจร เช่น ที่พัก โรงแรม ภัตตาคาร รถรับส่ง มัคคุเทศก์นำทาง ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยกำหนดราคาขายให้นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจว่าจะเลือกใช้บริการหรือไม่

3.6 ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

รักเมืองไทยทัวร์ (2551 : 1) ได้สรุปข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาไว้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) คำขวัญ

"นกน้ำเพลินตา สมิหลาเพลินใจ เมืองใหญ่สองทะเล เสน่ห์สะพานดิน ถิ่นธุรกิจแดนใต้"

2) ประวัติ

เมืองสงขลามีชื่อเดิมว่า “เมืองสทิง” ตั้งอยู่ที่อำเภอสทิงพระปัจจุบัน พ่อค้าชาวอินเดีย เปอร์เซียและอาหรับที่เดินทางเข้ามาค้าขายที่เมืองสทิงพระเรียกเมืองนี้ว่า “เมืองสิงหลา” เนื่องจากขณะแล่นเรือเข้าปากทะเลสาบสงขลานั้น มองเห็นเกาะสองเกาะคล้ายสิงห์หมอบอยู่ 2 ตัว เกาะสองเกาะนี้คือ เกาะหนู เกาะแมว นั่นเอง

3) ข้อมูลทั่วไป

สงขลา เป็นเมืองชายทะเล มีหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการค้าและการคมนาคมของภาคใต้ อันเปรียบเสมือนประตูบ้านของไทย สำหรับชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ที่จะเดินทางมาสู่ประเทศไทย มีท่าเรือขนาดใหญ่เป็นดินแดนแห่งทะเลสาบ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์ที่สวยงามมากมาย สงขลาอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 950 กิโลเมตร ตั้งอยู่ในแหลมมลายูฝั่งตะวันออก มีเนื้อที่ 7,393 ตารางกิโลเมตร

4) เทศกาลงานประเพณี

4.1) งานประเพณีสงกรานต์ ในวันที่ 13 เมษายน ทางอำเภอหาดใหญ่จะจัดงานเฉลิมฉลองขึ้นที่บริเวณ ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2, 3 มีชาวมาเลเซียและสิงคโปร์เดินทางมาร่วมงานเป็นจำนวนมาก

4.2) งานเทศกาลส่งเสริมสินค้าและผลไม้ไทย จัดขึ้นระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน บริเวณศูนย์การค้าในตลาดหาดใหญ่ เพื่อส่งเสริมสินค้าเกษตร ภายในงานมีการจำหน่ายผลไม้จากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย การประกวดขบวนรถตกแต่งด้วยผลไม้ ตลาดนัดอาหารและขนมไทย พร้อมทั้งสาธิตวิธีการปรุง ประกวดงานหัตถกรรม จำหน่ายสินค้าที่ระลึก การแสดงพื้นบ้านไทย และมหรสพตลอดงาน

4.3) งานเทศกาลโคมไฟหว่าพระจันทร์ จัดในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือนสิบ (กันยายน) บริเวณศาลเจ้าซาเจียงกุล วัดหงษ์ประดิษฐ์ อำเภอหาดใหญ่ ภายในงานมีขบวนแห่โคมไฟและมหรสพจีน ขบวนมังกร เชิดสิงโต ชมโคมไฟยักษ์และมีการประกวดโคมไฟสวยงาม ตามบ้านเรือน

4.4) งานเทศกาลทำบุญเดือนสิบ เป็นงานประเพณีของชาวไทยภาคใต้ ซึ่งเกิดจากความเชื่อที่ว่าช่วงแรม 1-15 ค่ำเดือนสิบ (กันยายน) วิญญาณของผู้ล่วงลับไปแล้วโดยเฉพาะผู้ที่ยังไม่ได้ไปเกิดจะได้รับการปลดปล่อยให้กลับมาพบญาติพี่น้อง ดังนั้น ผู้ที่มีชีวิตอยู่ก็จะจัดอาหารคาว ขนมหวานและผลไม้ ไปทำบุญที่วัด เพื่ออุทิศส่วนกุศลไปให้ โดยเฉพาะที่อำเภอสทิงพระ จะมีการแห่หุ่นทองสูง อันเป็นสัญลักษณ์แทนญาติหรือผู้อาวุโสซึ่งเป็นที่นับถือของชาวบ้านด้วย

4.5) งานประเพณีลากพระ และตักบาตรเทโว จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 (ตุลาคม) ณ อำเภอเมือง พิธีจะเริ่มก่อนวันงานด้วยการห่มผ้าพระเจดีย์บนยอดเขาตั้ง กวน ส่วนในช่วง เช้าของวันงานจะมีพิธีตักบาตรเทโวที่เชิงเขา โดยพระสงฆ์หลายร้อยรูปจะเดินลง มารับบิณฑบาตจากพุทธศาสนิกชน หลังจากนั้นจะมีเรือพระจากวัดต่างๆ ในเขตจังหวัดสงขลา เคลื่อนผ่านให้พุทธศาสนิกชนได้ร่วมทำบุญและลากพระ เรือทั้งหมดจะมารวมกันที่บริเวณสระบัว เพื่อประกวดความ สวยงาม นอกจากนี้ภายในงานยังมีการแสดงศิลปวัฒนธรรมให้ชมมากมาย

5) สถานที่น่าสนใจ

5.1) วัดมัทธิมาวาส อยู่ที่ถนนไทรบุรี เป็นวัดใหญ่และสำคัญในจังหวัดสงขลา วัดนี้ เป็นวัดโบราณประมาณ 400 ปี เดิมเรียกว่า วัดยายศรีจันทร์ เพราะกล่าวกันว่ายายศรีจันทร์ คหบดีผู้มั่งคั่งในเมืองสงขลาได้อุทิศเงินสร้างขึ้น ต่อมาประชาชนพากันเรียกว่า วัดกลาง ทั้งนี้เพราะ มีผู้สร้างวัดอื่นขึ้นทางทิศเหนือวัดหนึ่ง (วัดเลียบ) และทิศใต้วัดหนึ่ง (วัดโพธิ์) ชาวสงขลาจึงเรียก วัดยายศรีจันทร์ว่า วัดกลางต่อมาจนทุกวันนี้ และได้เปลี่ยนชื่อเป็นภาษาบาลีว่า วัดมัทธิมาวาส โดย พระเจ้านั่งยาเธอกรมหมื่นวชิรญาณวโรรส เมื่อครั้งเสด็จเมืองสงขลา พ.ศ. 2431 นอกจากนี้ในวัด ยังมี พิพิธภัณฑภัทธรศิลป์สังวรเป็นที่เก็บวัตถุโบราณต่างๆ ซึ่งรวบรวมได้จากเมืองสงขลา สทิงพระ ระโนด และอื่นๆ ซึ่งเป็นหลักฐานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ควรค่าแก่การศึกษา

5.2) แหลมสมิหลา เป็นชายหาดกว้าง ทรายขาวสะอาด มีต้นสนทะเลต้นใหญ่ๆ ขึ้นเรียงราย ใต้ต้นสนมีเก้าอี้ผ้าใบของร้านอาหารให้นั่งรับประทานอาหาร มีที่พักสำหรับ นักท่องเที่ยว นอกแนวหาดออกไปไม่กี่ไกล มีเกาะสองเกาะซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างดี คือ เกาะหนูและเกาะแมว แหลมสมิหลาอยู่ห่างจากตัวเมือง สงขลาประมาณ 3 กิโลเมตร

5.3) เก้าเส็ง อยู่ใต้หาดแหลมสมิหลาลงมาประมาณ 3 กิโลเมตร บริเวณนี้เป็น ชายหาดที่งามยิ่งของสงขลาอีกแห่งหนึ่ง มีโขดหินใหญ่ตั้งอยู่ริมทะเล และมีโขดหินอยู่ก่อนหนึ่งตั้งเด่นอยู่เหนือ โขดหินทั้งปวงตรงหน้าผาริมทะเล ชาวเมืองเรียกก้อนหินนี้ว่า หัวนายแรง

5.4) เมืองหาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางการค้าและการคมนาคมของภาคใต้ ตัวเมือง หาดใหญ่เป็นเมืองที่ค่อนข้างทันสมัยประกอบด้วยอาคาร บ้านเรือนร้านค้าอาคารพาณิชย์ต่าง ๆ มากมาย นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมสินค้าต่างๆ ได้อย่างเพลิดเพลิน โดยตั้งต้นจากจุดหนึ่งในย่าน ไกกลางเมือง เช่น ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2 หรือ 3 มีสินค้าแปลกใหม่ที่น่าสนใจมากมาย ศูนย์การค้าก็มี หลายแห่ง ซึ่งย่านการค้าเหล่านี้อยู่ในบริเวณใจกลางเมืองหาดใหญ่เดินไปถึงได้โดยสะดวก

5.5) น้ำตกโตนงาช้าง เป็นน้ำตกที่มีความงดงาม มีทั้งหมด 7 ชั้น ชั้นที่ 3 เป็นชั้น ที่สวยที่สุด ซึ่งมีน้ำตกแยกออกมาในลักษณะเหมือนงาช้าง "โตน" ภาษาท้องถิ่นแปลว่า น้ำตก นอกจากนี้ยังมีน้ำตกบริพัตร ในเขตอำเภอรัตภูมิที่มีความสวยงามเช่นกัน

5.6) เกาะขอ อยู่ในทะเลสาบสงขลา มีสวนผลไม้ นานาชนิด มีวัดเขาบ่อ วัดท้ายขอ ซึ่งมีเจดีย์เก่าอยู่บนเนินเขา ฟ้าทอกของเกาะขอเป็นที่นิยมและเป็นสินค้าที่ระลึกที่น่าสนใจ ปัจจุบันชาวเกาะขอนิยมเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังกันมากเพราะมีราคาสูง การเดินทางไปเกาะขอโดยทางน้ำมีเรือโดยสารระหว่าง ตลาดสดสงขลา-เกาะขอ หากเดินทางโดยรถยนต์ไปตามทางสายสงขลา-หาดใหญ่ แล้วแยกขวาที่สี่แยกบ้านน้ำกระจายข้ามสะพานติณสูลานนท์ ซึ่งเป็นสะพานที่ยาวที่สุดในประเทศไทยไปยังเกาะขอได้อีกทางหนึ่ง

5.7) สะพานติณสูลานนท์ เป็นส่วนหนึ่งของทางหลวงที่เชื่อมระหว่างทางหลวงหมายเลข 407 สายหาดใหญ่-สงขลา กับทางหลวงหมายเลข 408 สายสงขลา-ระโนด โดยสะพานแห่งนี้เป็นสะพานข้ามทะเลสาบสงขลา แบ่งออกเป็นสองช่วง คือ ช่วงแรกเชื่อมระหว่างชายฝั่งอำเภอเมืองสงขลา บริเวณบ้านน้ำกระจายกับเกาะขอตอนใต้ ความยาวรวมเชิงสะพานทั้งสองด้าน 1,140 เมตร ช่วงที่สองเชื่อมระหว่างฝั่งด้านเหนือของเกาะขอ กับฝั่งบ้านเขาเขียวมีความยาวทั้งสิ้น 1,800 เมตร สะพานนี้เริ่มก่อสร้างเมื่อปี 2527 แล้วเสร็จในปี 2529 และได้กลายเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวที่มักแวะ ชมควบคู่ไปกับการมาท่องเที่ยว และรับประทานอาหารที่เกาะขอ

5.8) ทะเลสาบสงขลา เป็นทะเลสาบที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีทิวทัศน์สวยงาม มีเกาะต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น เกาะขอ ซึ่งเป็นแหล่งทอผ้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลา มีเกาะสี่ เกาะห้า ซึ่งเป็นเกาะสัมปทานรังนก อยู่ในเขตจังหวัดพัทลุง

5.9) อุทยานนกน้ำ หรือเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา ตั้งอยู่ที่บ้านคูขุด หมู่ที่ 4 ตำบลคูขุด อำเภอสติงพระ การเดินทางใช้ทางหลวงหมายเลข 408 ถึงหลัก กม. 33 มีทางแยกซ้ายไปอีก 3 กิโลเมตร อุทยานนกน้ำคูขุดเป็นส่วนหนึ่งของทะเลสาบสงขลา ได้รับการประกาศเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่ามาตั้งแต่ปี 2518 และเป็นอุทยานนกน้ำที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย มีพื้นที่ รวม 227,916 ไร่ หรือ 25 ตารางกิโลเมตร มีนกต่างๆ ถึง 112 ชนิด เช่น นกนางแอ่น นกกระยาง นกฟริก ฯลฯ ช่วงที่เหมาะสมแก่การชมนกอยู่ระหว่างเดือนธันวาคม-พฤษภาคม สามารถเช่าเรือหางยาวได้จากบริเวณที่ทำการเขตฯ ใช้เวลาชมราว 1 ชั่วโมงครึ่ง ราคาเรือลำละประมาณ 150 -200 บาท จุนได้ 6-10 คน

6) สินค้าของที่ระลึก

ผ้าเกาะขอ กุ้งแก้ว นกเขาชวา

จะเห็นได้ว่าจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวอันน่าสนใจ จึงควรมีการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาเพื่อให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้เพิ่มมากขึ้น อันจะนำมาซึ่งรายได้แก่คนในชุมชนและท้องถิ่นนั้นๆ

3.7 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในอดีตและปัจจุบัน

นักวิชาการหลายคนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทาง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งพอจะประมวลได้ดังนี้

กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540 : 54-55) ได้กล่าวถึงแนวนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ไว้ดังนี้

- 1) ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาวและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป
- 2) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนรวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกันแก้ไขหรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 3) สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความจริงก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วยโครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ
- 4) ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้
- 5) ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรักความหวงแหน และช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอบอ้อมอารีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป
- 6) ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 7) กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันให้มาตรฐานต่างๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องตลอดไป
- 8) ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคมส่วนของประเทศสืบไป

9) ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้าท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาค โดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแต่ละแห่ง

10) สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศ กระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้นและเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

11) พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมในลักษณะของการลงทุนร่วมทุน หรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนเพื่อประโยชน์โดยส่วนร่วมของชาติและองค์กร

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2530 : 13) ได้กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกระทรวงมหาดไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งสรุปได้ดังนี้ 1) การประชาสัมพันธ์ ให้จังหวัดต่าง ๆ ทำการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 2) การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เช่น ในด้านการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นต้น 3) การสร้างเสริมอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น จัดตั้งศูนย์บริการข่าวสารและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว จัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จัดให้มีสถานที่พักแรม ร้านสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น 4) การรักษาความปลอดภัยและป้องกันอุบัติเหตุ อาจจัดให้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจอาสาสมัครในจังหวัดอำเภอให้การดูแล ตลอดจนจัดเตรียมสถานพยาบาลให้เพียงพอ และ 5) การส่งเสริมอาชีพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยให้จังหวัดจัดให้มีการส่งเสริมอาชีพด้านการเกษตร สินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง จัดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และบริการอื่น ๆ อย่างเพียงพอ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2532 : 12-13) สาขาวิจัยสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร ได้กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ 4 สาขา คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ และการพัฒนาด้านองค์การบริหาร แต่ละสาขามีแนวทางในการพัฒนา ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1) แนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จำแนก ได้ 3 ประการ ดังนี้

(1) การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เป็นการรักษาและประชาสัมพันธ์ให้จุดเด่นและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวคงอยู่และเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายยิ่งขึ้น

(2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเสริมสร้างความเด่นและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

(3) การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เป็นกระบวนการพัฒนาที่พิจารณาถึงความเป็นไปได้และศักยภาพด้านอื่นๆ มากำหนดให้เกิดการพัฒนาขึ้น

2) แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว เป็นการกำหนดเป้าหมายกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ การดำเนินการหามาตรการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ การปรับโครงสร้างนักท่องเที่ยวให้พักแรม เพิ่มขึ้น เป็นต้น

3) แนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ความพร้อมของเมืองและบริการในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น คมนาคมขนส่ง การประปา ระบบระบายน้ำและบำบัดน้ำเสีย การจัดการมูลฝอย การพัฒนาการบริการที่พัก การบริการร้านค้าและร้านอาหาร เป็นต้น

4) แนวทางการพัฒนาด้านองค์กรและการบริหาร เพื่อให้มีหน่วยงานรองรับทำหน้าที่ ประสานงานการดำเนินโครงการ ตลอดจนการดำเนินงานที่ต่างๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เศรษฐกรค์ ยงวณิชย์ (2535 : 44-45) ได้กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

1) ให้การศึกษาและสนับสนุนการอนุรักษ์สถานที่ที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้คงสภาพความสวยงามอยู่ตลอดไป

2) บูรณะ และปรับปรุงโบราณสถานและโบราณวัตถุที่ชำรุดให้มีสภาพดีขึ้น โดยคงรูปแบบตามลักษณะของเดิม ภายใต้การดำเนินการของกรมศิลปากร และความร่วมมือกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

3) ควรดำเนินการพัฒนา ทำนุบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อความสวยงาม ทรงคุณค่า สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

4) ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยอาศัยความร่วมมือและประสานงานกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งความร่วมมือของภาคเอกชน

5) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

6) ปรับปรุงเส้นทางคมนาคม โดยเฉพาะทางรถยนต์ให้ได้มาตรฐานเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย

7) ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการบริการเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่ง เช่น การจัดระบบการจราจร เครื่องหมายสัญญาณจราจร เป็นต้น

8) ปรับปรุงสนามบินและสนับสนุนการจัดบริการสายการบินระหว่างจังหวัดใกล้เคียง และกรุงเทพฯ

9) ปรับปรุงและสนับสนุนเส้นทางคมนาคมทางทะเล ให้มีความสะดวกและปลอดภัย

10) ปรับปรุงและเพิ่มขีดความสามารถในการบริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมรูปแบบต่างๆ อย่างเพียงพอและทั่วถึง เช่น โทรศัพท์ โทรเลข เป็นต้น

11) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

12) ส่งเสริมการลงทุนด้านกิจการ โรงแรมที่พักให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนสถานบริการธุรกิจบันเทิงต่างๆ

13) ยกระดับมาตรฐานร้านค้าร้านอาหารในชุมชนเมืองและแหล่งท่องเที่ยว ทั้งคุณภาพและราคาต้องยุติธรรมโดยส่งเสริมให้มีการลงทุนของภาคเอกชน

14) เพิ่มประสิทธิภาพกำหนดมาตรการป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

15) การพัฒนากิจกรรมและการประชาสัมพันธ์

16) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมประกอบการท่องเที่ยว เช่น การจัดกีฬาทางน้ำ กิจกรรมค่ายพักแรมแก่นักท่องเที่ยว นิสิต นักศึกษา เป็นต้น

17) ส่งเสริมอุตสาหกรรม หัตถกรรมในครัวเรือน เพื่อผลิตเป็นของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองต่างๆ

18) ฟื้นฟู ปรับปรุง ส่งเสริมการจัดเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ของท้องถิ่น เพื่อสะท้อนให้เห็นขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิม ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และ

19) จัดตั้งศูนย์กลางการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และเดินทางไปท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2551 : 1-5) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547 - 2551 ไว้ดังต่อไปนี้

เป้าประสงค์ การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ที่สามารถกระจายรายได้ และโอกาสการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง
วิสัยทัศน์ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายในปี 2551

เป้าหมาย ในปี 2551 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคน หรือมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 700,000 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 1) ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ

1.1) จัดทำสื่อการขายที่มุ่งเน้นคุณภาพสินค้าและความหลากหลาย ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายการตลาดท่องเที่ยวตามภารกิจยุทธศาสตร์

1.2) สร้างโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

- 1.3) การเพิ่มประสิทธิภาพสื่อส่งเสริมการตลาด
- 1.4) ส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

กลยุทธ์ 2) ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway ในภูมิภาคเอเชีย

- 2.1) นำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะ Combined Destination ทั้งโดยภาคเอกชนและกรอบความร่วมมือของภาครัฐ (ทางบก, ทางอากาศ)
- 2.2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางบกกับประเทศเพื่อนบ้าน
- 2.3) ส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

กลยุทธ์ 3) พัฒนาระบบสารสนเทศ

- 3.1) ระบบสารสนเทศด้านการตลาดและพัฒนา
- 3.2) ปรับปรุง Website ให้เป็น Portal Site เพื่อเพิ่มช่องทางให้บริการ 2 ลักษณะ คือ E-commerce และ B to B
- 3.3) ระบบ Call Thailand ทาง Internet เพื่อพัฒนาระบบ Call Center ให้สามารถบริการได้ 24 ชั่วโมง
- 3.4) จัดทำ Database ของกลุ่ม High-yield และ Expats เพื่อใช้เสนอขาย Package/Promotion ทาง Direct Mail
- 3.5) จัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
- 3.6) ระบบสารสนเทศด้านการบริหาร
- 3.7) จัดทำระบบ Excellent Center ที่เป็นศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนอ้างอิงและบริการประชาชน
- 3.8) จัดทำระบบฐานข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเผยแพร่ประชาชนและนักท่องเที่ยวทั่วโลก
- 3.9) สร้างระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก
- 3.10) พัฒนาระบบบูรณาการข้อมูลทางการท่องเที่ยวระหว่างภาคที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ 4) ส่งเสริม World Event Marketing

4.1) เสนอขายเทศกาลงานประเพณี และกิจกรรม ให้เป็นสินค้า การท่องเที่ยวหลัก ทั้งกับ Trade และ Consumer ในตลาดที่มี ศักยภาพ และมีความสนใจอย่างครบวงจร

4.2) สร้างความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอในการจัด World Event Marketing เพื่อนักท่องเที่ยวจดจำและเกิดค่านิยม ในการเดินทางท่องเที่ยว

4.3) สร้างช่องทางการขายให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 1) สร้าง พัฒนา พื้นฟูและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

1.1) สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็น Magnet และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศเพื่อนบ้าน

1.2) พื้นฟู อนุรักษ์ และพัฒนาเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีศักยภาพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักตามประเภทสินค้า การท่องเที่ยว

1.3) ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนของสังคมมีส่วนร่วมในการดูแล รักษา และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตามศักยภาพและ โอกาส

กลยุทธ์ 2) ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

2.1) ส่งเสริมให้ชุมชนและประชาชนสามารถพัฒนาและบริหารธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อขยายฐานเศรษฐกิจและวิสาหกิจชุมชน

2.2) สร้างและบูรณาการระบบพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพมาตรฐานสากลเป็นศูนย์การเรียนรู้ในภูมิภาค

2.3) เพิ่มปริมาณและคุณภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ฯ ทั้งในและต่างประเทศ

2.4) สนับสนุนและสร้างมาตรฐานสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก

กลยุทธ์ 3) เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3.1) เพิ่มประสิทธิภาพของภาครัฐในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการผ่านเข้าออกประเทศไทย

3.2) ประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการอำนวยความสะดวกการผ่านแดน

3.3) จัดให้มีระบบบริการข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3.4) ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้ได้มาตรฐานสากลในแหล่งท่องเที่ยว

3.5) การปรับปรุงระบบการขนส่ง และการเชื่อมโยงเส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ชาติ ภูมิภาค กลุ่มจังหวัด และจังหวัด

กลยุทธ์ 4) พัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

4.1) พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกและเพิ่มขีดความสามารถให้บริการของภาครัฐเกี่ยวกับความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

4.2) ประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศในการส่งเสริมบริการที่เป็นธรรมและแก้ไขปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

4.3) จัดทำมาตรฐานความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และให้มีการบังคับใช้อย่างทั่วถึง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ

กลยุทธ์ 1) เพิ่มขีดความสามารถของกระทรวงฯ เพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

1.1) ปรับโครงสร้าง บทบาท ภารกิจของหน่วยงานภายในกระทรวงฯ ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามนโยบายรัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพและมาตรฐาน

1.2) พัฒนาทักษะและขีดความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามยุทธศาสตร์ฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมาตรฐาน

1.3) พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในของกระทรวงฯ ให้สอดคล้องกับแนวทางการบริหารจัดการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

1.4) สร้างระบบการวางแผน จัดการงบประมาณ และติดตามประเมินผลของหน่วยงานตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 2) ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในทุก
ระดับ ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนในประเทศและต่างประเทศ

2.1) พัฒนาสมรรถนะและศักยภาพในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์
กลยุทธ์ และแนวคิดริเริ่มด้านการท่องเที่ยว ในทุกระดับ

2.2) จัดให้มีระบบรองรับ ป้องกัน และแก้ปัญหาวิกฤติที่มีผลกระทบ
ต่อการท่องเที่ยว โดยมีกองทุน “Crisis Management Fund” เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่ง
จัดสรรจากรายได้ภาครัฐที่มาจากการท่องเที่ยว

2.3) พัฒนากลไกเพื่อรองรับความร่วมมือการท่องเที่ยวในระดับพหุภาคี
และทวิภาคี ให้เกิดผลในเชิงปฏิบัติ อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

2.4) ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นแกนกลางในการบูรณาการ
เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับกลุ่มจังหวัด ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 3) การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

3.1) จัดให้มีการศึกษา ทบทวน กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ที่
ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อมในเชิงบูรณาการอย่างต่อเนื่อง

3.2) ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสามารถในการ
ออกข้อบังคับต่างๆ ที่ส่งเสริม สนับสนุน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.3) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว
มีความรู้และเข้าใจในกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นแนวทางใน
การดำเนินงานเพื่อส่งเสริม ปรับปรุง รักษาและฟื้นฟูสภาพทางการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวสินค้า
ท่องเที่ยว การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ
สามารถนำแนวทางและแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปใช้พัฒนา ปรับปรุง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ให้แก่กิจการตนเองได้ต่อไปในอนาคต

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราภา ศักดิ์กิตติมาลัย และมณี สมรัก (2549 : ง-จ) ได้ ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีสถานภาพแต่งงาน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้ 20,000-25,001 บาท ส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายเป็นครั้งแรก สื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลมากที่สุด ชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ถือสัญชาติอเมริกัน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 บาท มาเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งแรก ในส่วนของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังมากเกี่ยวกับสินค้า/สินค้า/ของที่ระลึก/โรงแรม/ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ในด้านบริษัทนำเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก มีความคาดหวังระดับปานกลาง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตั้งความหวังในทุกอย่างในระดับปานกลาง สรุปภาพรวม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันในผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายครั้งนี้ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน

มัลลิกา เกื้อปัญญา (2532 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง เชียงใหม่ พบว่า สภาพปัจจุบันของการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในระดับปานกลาง

นัยนา คำกันศิลา (2535 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อราคาและบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญ : กรณีศึกษาเรือรอยัล ไดมอนด์ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อราคาและบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญ ส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจมากในเรื่องของทักษะของพนักงาน ความมีอัธยาศัย ความเพียงพอของพนักงาน รวมทั้งรายการอาหาร และมีความพึงพอใจระดับปานกลางในเรื่องสภาพห้องอาหาร ความสะอาดของเรือ สิ่งอำนวยความสะดวกในเรือ สภาพห้องพัก ความปลอดภัยภายในเรือ กิจกรรมบนเรือ กิจกรรมเสริม และความเหมาะสมของราคากับการบริการที่ได้รับ โดยส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวว่าควรจะมีการปรับปรุงด้านห้องพักมากที่สุด ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจโดยรวมของการบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญรอยัล ไดมอนด์จากการศึกษาครั้งนี้

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทเรือสำราญจากการบอกเล่าปากต่อปาก

อนิสรา เกลี้ยงอุบล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดพัทลุง พบว่า ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นการส่วนตัว โดยมีการชักชวนเพื่อนเป็นผู้ร่วมเดินทาง มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาค้นคว้าความรู้/ดูงาน รองลงมา คือ ซื้อผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สาเหตุที่นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเลือกเดินทางมาเที่ยวชม เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีสิ่งดึงดูดน่าสนใจ และสถานที่มีชื่อเสียง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ รองลงมาเอกสารเผยแพร่/แผ่นพับ นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีลักษณะการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่พบมาก ได้แก่ การซื้อสินค้าที่เป็นของที่ผลิตขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวหรือท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้ากลับไปฝาก ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านต่างๆ เมื่อพิจารณาเฉลี่ยทุกข้อ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในด้านข้อมูลข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านเส้นทาง ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนด้านกิจกรรมเมื่อพิจารณาเฉลี่ยทุกข้อ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวหรือท้องถิ่น การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านต่างๆ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบการบริการ การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับกรอบการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ว่า ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา จะต้องพิจารณาจากปัจจัยดังต่อไปนี้ (1) การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (2) คุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (3) ค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (4) ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ (5) การส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว (6) รายละเอียดข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว (7) การบริการสินค้าท่องเที่ยว (8) การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการเดินทาง และ (9) การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย