

โครงสร้างของระบบการท่องเที่ยว

Structure of Tourism System

Warach Madhyamapurush
University of Phayao

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวของโลกในปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงของโลก ไม่ว่าจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี หรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีผลมาจากวัฒนธรรมหรือโครงสร้างทางประชากร แต่อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมทำให้การศึกษาด้านการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้นระบบการท่องเที่ยว จึงเป็นภาพสะท้อนถึงการอธิบายที่เกี่ยวกับความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไว้เข้าด้วยกันโดยไม่มองแบบแยกส่วน อีกทั้งยังสามารถนำมาอธิบายกระบวนการพัฒนา การบริหารจัดการในส่วนต่างๆ ได้อย่างชัดเจน การสร้างระบบการท่องเที่ยวได้ใช้แนวคิดทางด้านรูปแบบทางเศรษฐศาสตร์เข้ามาประยุกต์ คือ กำหนดระบบการท่องเที่ยวเป็น 4 คือ ด้านความต้องการ ด้านการสนับสนุน ด้านการตอบสนอง และด้านการเชื่อมโยง

คำสำคัญ : ระบบการท่องเที่ยว

Abstract

Tourism in the world today has been modified by the changing world. Regardless of the change in technology or tourist behavior or culture change or demographic structure. However, these changes will make tourism study change. So, the tourism system. It reflects the description of the tourism links. Keep it together without looking fragmented. It can also explain the development process, management of the various parts clearly. Creating a tourism system are apply the concept of economic model. To apply is to set the tourism system is 4 items, the demand side, Support side, Supply side and the body link side.

Keywords : tourism system

บทนำ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทยอย่างยิ่ง โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจและทางด้านสังคม ในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตรา และส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่นเนื่องจากการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่างๆ ก่อให้เกิดการสร้างงาน จ้างงานเกิดขึ้นในหลากหลายอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยว ในมิติทางด้านสังคมก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เกิดขึ้นช่วยให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคม นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังช่วยให้ชุมชนหรือท้องถิ่นสามารถฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ และทรัพยากรทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังช่วยให้นำประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว มาปรับใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมได้ดีขึ้น

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555–2559 เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ามีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หรือ WEF โดยในปี 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลก หรืออันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการเดินทางและ การท่องเที่ยวยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทย รองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ ดังนั้นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560 สามารถตอบโจทย์ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้จุดอ่อนและข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจะต้อง มีการพิจารณาและได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและบริการให้เต็ม ตามศักยภาพเพื่อสร้างรายได้อย่างมั่นคงยั่งยืน และมีการกระจายอย่างทั่วถึงถึงดั่งนั้น ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560 จึงมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญ 3 ประการ ประการแรกคือ การจัดทำยุทธศาสตร์เป็นการวางรากฐาน การพัฒนาในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ซึ่งจะเป็นช่วงรอยต่อเพื่อปูพื้นฐานไปสู่การจัดทำแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติในปี 2560–2564 ต่อไป และต้องการให้เป็นวาระแห่งชาติที่ได้รับการผลักดันให้เกิดผล ในทางปฏิบัติอย่างจริงจัง ประการที่สองมุ่งเน้นกิจกรรมที่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เห็นเป็นรูปธรรมในระยะ 3 ปีถัดจากนี้และประการที่สาม ให้มีความสำคัญกับการปรับปรุงกลไกการขับเคลื่อนสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ โดยกำหนดบทบาทของกลไก การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวทุกระดับให้มีความเชื่อมโยงกัน ตั้งแต่ระดับนโยบายซึ่งมีคณะกรรมการนโยบาย การท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนหลัก ระดับกลุ่มจังหวัดคือคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขต พัฒนาการท่องเที่ยว และระดับจังหวัดคือ คณะกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด (Ministry of Tourism and Sport, 2015)

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวในตลาดโลกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก แห่งสหประชาชาติ (UNWTO) พบว่า ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลกจำนวน 1,087 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 1,035 ล้านคน ในปี 2555 ร้อยละ 5 โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนจะขยายตัวมากที่สุดและส่งผลกระทบต่อการบินตัวของนักท่องเที่ยวโลก และหากนับจากปี 2548 เป็นต้นมา ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงที่สุดถึงร้อยละ 6.2 ทั้งนี้ UNWTO คาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2030 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะเพิ่มเป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปีและคาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2015 เป็นต้นไป ตลาดเกิดใหม่หรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวน นักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด (Ministry of Tourism and Sport, 2015) การท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 14.0 ล้านคน ในปี 2552 เป็น 24.8 ล้านคน ในปี 2557 โดยเพิ่มสูงสุดในปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 26.5 ล้านคน และสูงสุดเป็นลำดับที่ 7 ของโลก แต่ลดลงในปี 2557 เนื่องจากประสบกับวิกฤตทางการเมืองและวิกฤตเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศยุโรป อย่างไรก็ตามระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างน้อย เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของ นักท่องเที่ยวในระยะใกล้โดยในปี 2549 นักท่องเที่ยวมีจำนวนวันพักเฉลี่ย 8.62 วัน/ครั้ง เพิ่มขึ้นเป็น 9.85 วัน/ครั้ง ในปี 2556 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 0.1 วัน ซึ่งนับเป็นข้อจำกัดประการหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทย (Ministry of Tourism and Sport, 2015)

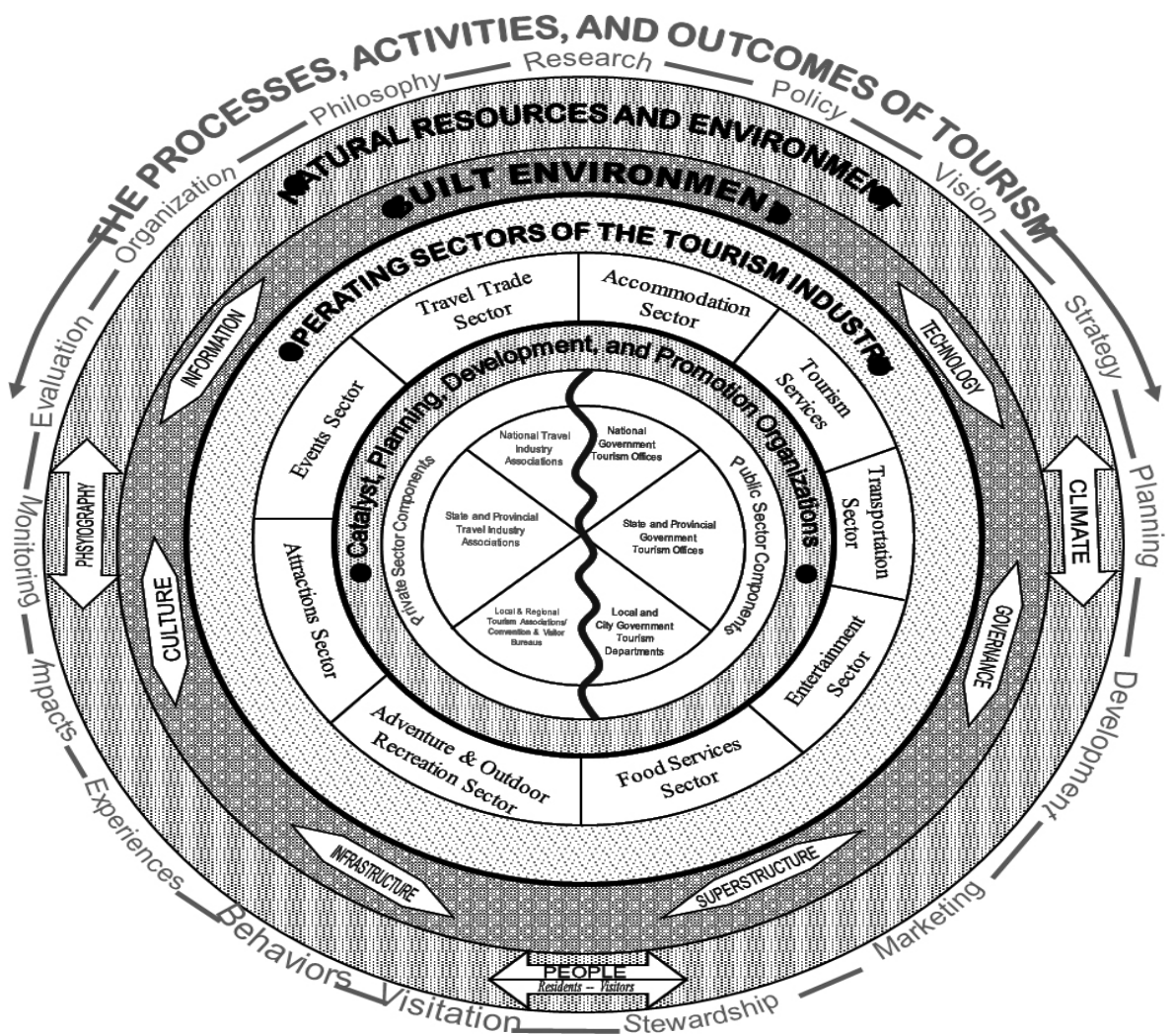
การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญที่ทางชาวต่างประเทศที่สร้างขึ้นในประเทศไทย ทางองค์การการท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural And Traditional Tourism) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism)

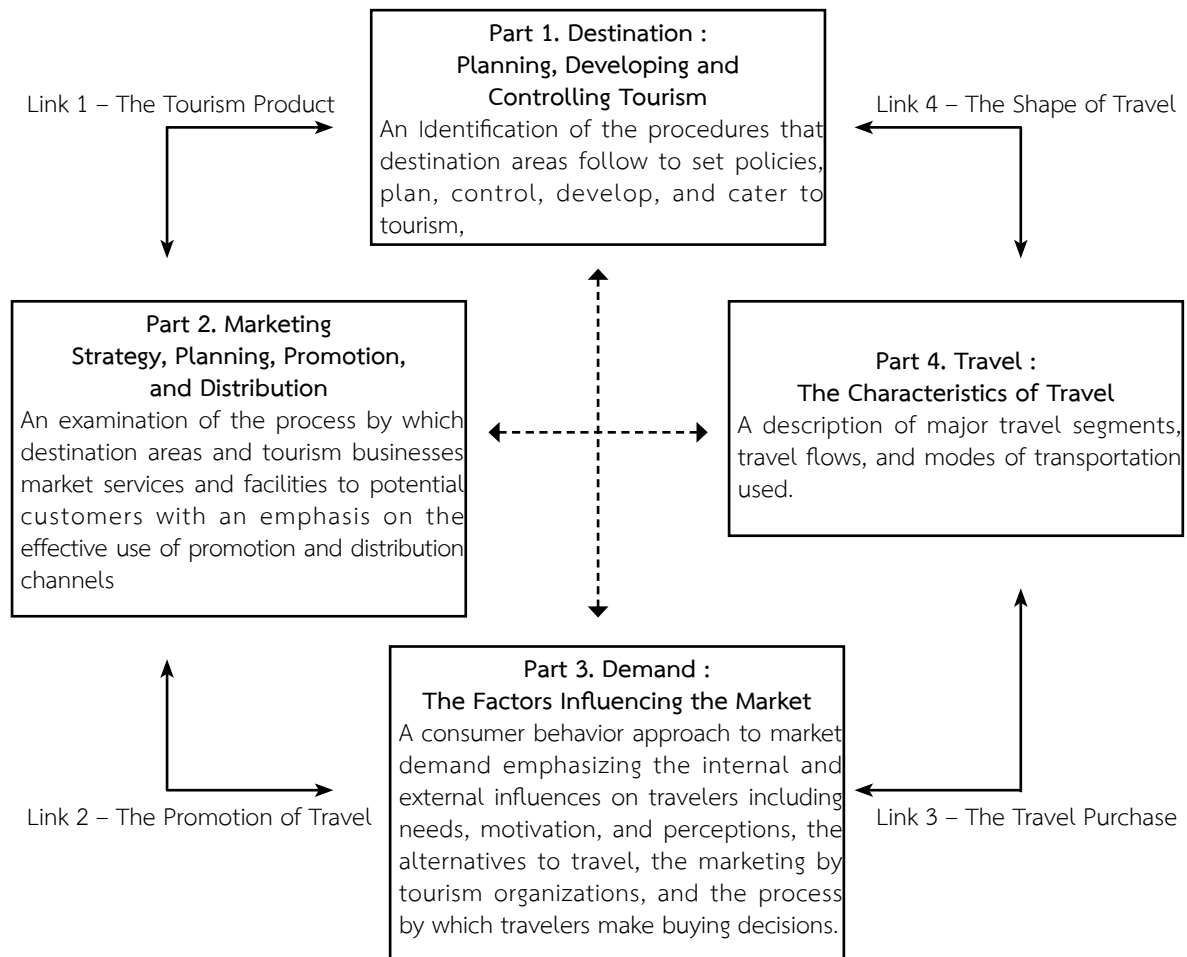
3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) การท่องเที่ยว

แบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M = Meeting / I = Incentive / C = Conference / E = Exhibition) นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวที่ผสมผสานจากความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือสภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์สงคราม (War Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร (Volunteer Tourism) เป็นต้น โดยรูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และได้อาศัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องเนื่องจากรวมมา เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การทำแผนพัฒนาพื้นที่ การพัฒนาสินค้าที่ระลึก ห้องพัก แหล่งท่องเที่ยว การตลาด ปัญหาทางด้านการเมือง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ได้ถูกกำหนดเพราะมีผลต่อการท่องเที่ยวไทย ทำให้การศึกษาด้านการท่องเที่ยวจึงมีประเด็นที่หลากหลายขาดการจัดหมวดหมู่ ถึงแม้ว่าหนังสือของ Goeldner & Ritchie (2012) ได้แสดงภาพถึงความเชื่อมโยงกันในหลากหลายมิติ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 : The Tourism Phenomenon, Component of Tourism And Tourism Management (Goeldner & Ritchie, 2012, p.10)

จากภาพดังกล่าว พบว่าการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบอยู่ หลากหลายประการทำให้หาความเชื่อมโยงได้ยากเช่นนักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการ ธรรมชาติ การวิจัย พฤติกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ ในงาน Mill & Morrison (2012) ได้กำหนดระบบการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้



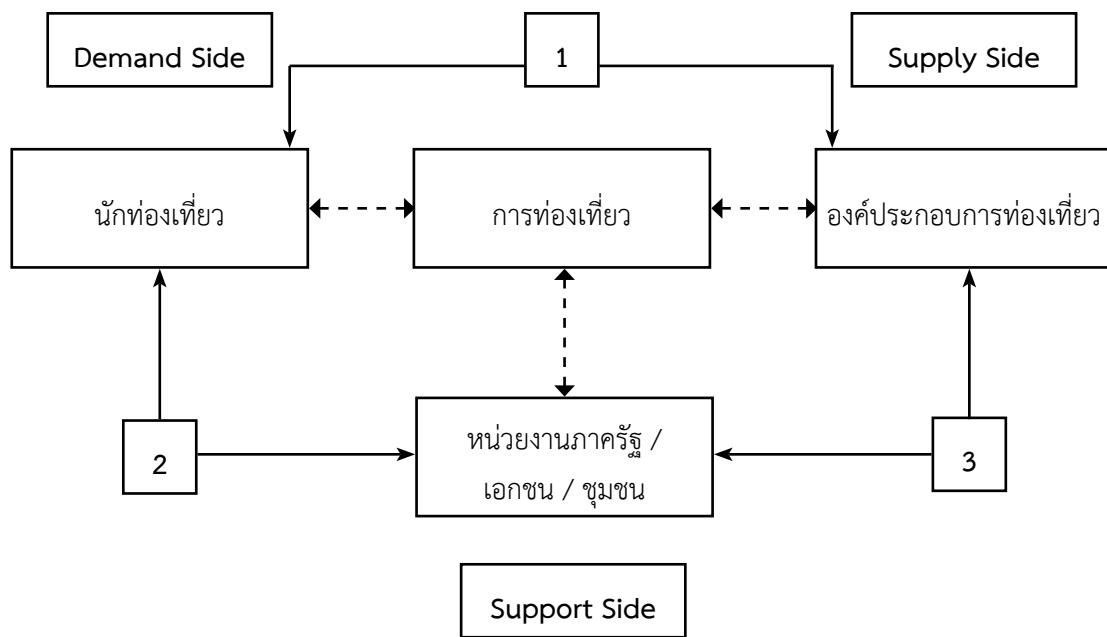
ภาพที่ 2 : The Tourism System Model (Mill & Morrison, 2012, p.7)

จากภาพที่ 2 พบว่า เป็นการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวโดยใช้ฐานคิดของการบริหารจัดการ ซึ่งยังไม่สามารถเห็นองค์ประกอบของข้อมูลได้เด่นชัด

ดังนั้นการศึกษาระบบการท่องเที่ยวนี้ จะมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างระบบการท่องเที่ยวที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ได้ โดยอาศัยแนวคิดทางด้านการท่องเที่ยว งานวิจัยด้านการท่องเที่ยว เข้าประกอบในการอธิบาย ระบบการท่องเที่ยว

ผลการศึกษา

การศึกษางานของ McCartney (2013); Mill & Morrison (2012); Cooper, Gilvert, Fyall, Fletcher, John & Wanhill (2005); March & Woodside (2005) และงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า การสร้างระบบการท่องเที่ยวโดยใช้แนวทางด้านเศรษฐศาสตร์สามารถกำหนดภาพจำลองดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 : ภาพแสดงระบบการท่องเที่ยว

ภาพแสดงระบบการท่องเที่ยวสามารถแบ่งภาพจำลองออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ส่วนกลาง หรือการท่องเที่ยว เป็นภาพแสดงศูนย์กลางการเชื่อมโยงระหว่างส่วนต่างๆ ของการท่องเที่ยว จะเป็นการอธิบายรูปแบบการท่องเที่ยว หรือสามารถกำหนดแนวคิดหลักทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวยั่งยืน หรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ส่วนที่ 1 จะทำการศึกษาปัจจัยภายนอกที่ผลต่อการท่องเที่ยว เช่น PEST (Political, Economic / Environment, Social, Technology : PEST)

ส่วนที่ 2 ทางด้านความต้องการ เป็นภาพแสดงถึงนักท่องเที่ยว ที่มีความต้องการ หรือ Demand สำหรับนักท่องเที่ยว โดยจะใช้แนวคิดในการศึกษานักท่องเที่ยวได้แก่พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่มีปัจจัยประกอบด้วย ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เลือกทำ แหล่งท่องเที่ยว ลักษณะของที่พัก การใช้สื่อสารสนเทศในการสื่อสาร การรับรู้ข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยว ลักษณะของสื่อต่างที่ผลต่อการตัดสินใจ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ภูมิหลังทางด้านประชากร ช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง(จำนวนคนเดินทาง พาหนะในการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง) เป็นต้น นอกจากนี้ยังใช้แนวคิดของส่วนประสมทางการตลาดเข้ามากำหนดการท่องเที่ยวได้เช่น ราคาในการใช้บริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย โปรโมชัน รวมถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมไปถึงทฤษฎีความต้องการ (Hierarchy of Needs) เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ทางด้านการตอบสนอง เป็นภาพแสดงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือ Supply Side โดยด้านการตอบสนองจะประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่พัก การบริการการท่องเที่ยว การบริการผู้นำเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยว การเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก กิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นที่ด้านการท่องเที่ยว โดยด้านการตอบสนองจะต้องศึกษาทางด้านศักยภาพ ความปลอดภัย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว (เช่น ป้ายบอกทาง ลักษณะของถนน

ห้องน้ำ ถึงขยะ ที่จอดรถ ลานกิจกรรม ป้ายสื่อความหมาย และป้ายแสดงข้อมูลที่จำเป็น เป็นต้น) สำหรับ ส่วนที่ 3 ทางด้านการตอบสนองจะต้องทำการศึกษา เพื่อให้ข้อมูลมาสนับสนุน ได้แก่ กระบวนการบริหารจัดการ การตลาดการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทางการบริการ การนำเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยว คุณภาพของการบริการ ความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว ฤดูกาลการท่องเที่ยว การศึกษา ความสามารถในการรองรับ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ด้านการสนับสนุน เป็นภาพแสดงถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนทางการท่องเที่ยว โดยหน่วยงานเหล่านี้จะมีการใช้อำนาจทางกฎหมาย ออกนโยบายกำกับ หรือในการสนับสนุนให้ก่อให้เกิด กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น จะเห็นได้จากตัวอย่างการยกเว้นการทำวีซ่า เข้าประเทศทำให้นักท่องเที่ยว ต่างประเทศเดินทางเข้าประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในแต่ละปี หรือการออก ระเบียบของอุทยานแห่งชาติ ที่ห้ามนักท่องเที่ยวใช้รถส่วนตัวขับในเขตอุทยานแห่งชาติ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุ เป็นต้น ดังนั้น การศึกษาในประเด็นนี้คือการศึกษา การสร้างกฎระเบียบ กฎหมาย นโยบาย แบบมีส่วนร่วม รวมทั้งการศึกษาความเป็นไปได้ของการบังคับใช้ กฎระเบียบต่างๆ

จากข้อมูลทั้งสี่ส่วน แล้วยังมีเส้นการเชื่อมโยงอีก 3 เส้น โดยแต่ละเส้นเป็นลักษณะของเส้นที่มีหัวศร ทั้งไปทั้งกลับซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ทั้งสองทาง โดยแต่ละเส้นมีความหมายดังต่อไปนี้

เส้นที่ 1 เป็นเส้นที่เชื่อมระหว่าง ความต้องการ กับการตอบสนอง โดยเส้นนี้แสดงถึงความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กับองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยเป็นการกำหนดให้ทราบถึงว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการอย่างไรแล้วองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจะต้องปรับตัวตอบสนอง อย่างไร หรือหากมีแหล่งท่องเที่ยวจะมีการสร้างการรับรู้อย่างไรให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว รวมทั้งสามารถ คัดเลือกนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมมาท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดทางการตลาดมากำหนด

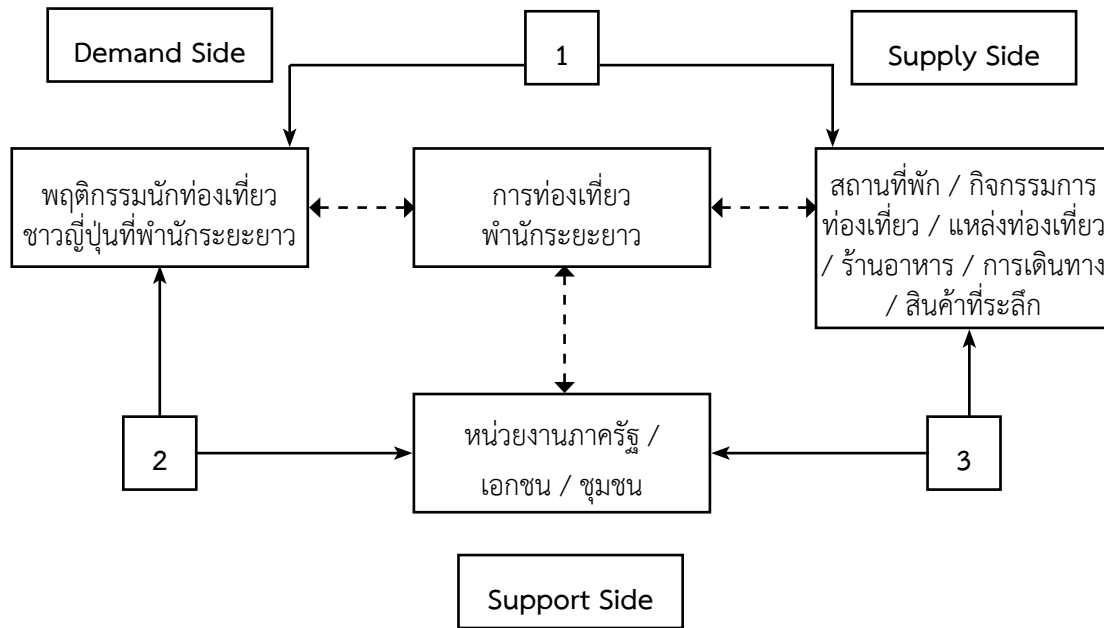
เส้นที่ 2 เป็นเส้นที่เชื่อมระหว่าง ความต้องการกับการสนับสนุน โดยเส้นนี้จะแสดงถึงความสัมพันธ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว โดยหน่วยงาน ภาครัฐ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงสร้างแรงจูงใจการท่องเที่ยวเช่น วีซ่าเข้าออก ประเทศ หรือการทำประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว ส่วนภาคเอกชน เองก็มีความสัมพันธ์ในลักษณะที่คล้ายกันคือการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ นักท่องเที่ยว เช่นการทำตลาด การท่องเที่ยวของ รวมถึงให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ส่วนชุมชนการท่องเที่ยวจะเป็นเจ้าบ้าน ในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งยังแสดงถึงมาตรฐานทางการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในเดินทางมาท่องเที่ยว

เส้นที่ 3 เป็นเส้นที่เชื่อมระหว่าง การสนับสนุนกับการตอบสนอง เส้นนี้แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว กับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว โดยที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะทำการสนับสนุนทั้งทางการตลาด การเงิน กฎระเบียบต่างๆ มาตรฐาน ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว สามารถดำเนินการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ รวมทั้งช่วยให้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

ภาพรวมจะพบว่าทั้งสี่ส่วนและสามเส้น มีความสัมพันธ์กัน เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ รวมถึงสามารถช่วยอธิบายปรากฏการณ์ด้านการท่องเที่ยวได้อย่างง่าย

การอธิบายผลการศึกษา

ระบบการท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นผ่านแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์สามารถอธิบายการเชื่อมโยงได้ อย่างไรก็ตามจะต้องมีการนำไปประยุกต์ใช้ตามสถานการณ์และตามประเด็นต่าง เช่น การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของชาวญี่ปุ่น เราสามารถกำหนดระบบการท่องเที่ยวได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ภาพแสดงระบบการท่องเที่ยวของรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของชาวญี่ปุ่น

จากภาพที่ 4 สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว จะต้องสามารถอธิบายลักษณะของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว เช่น ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก สถานการณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โครงการสร้างของประชากร เป็นต้น

ส่วนที่ 2 พลวัตกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาว ชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบใด ไปท่องเที่ยวกับใคร กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบทำทำอะไร ลักษณะของการดำรงชีวิต ต้องทำอะไรบ้าง การใช้จ่ายการท่องเที่ยว ใช้จ่ายในการดำรงชีพเป็นอย่างไร ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาจากช่องทางไหน ควรมีลักษณะข้อมูลเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว ควรเป็นอย่างไร / กิจกรรมการท่องเที่ยว ควรเป็นอย่างไร / บุคลากรด้านการท่องเที่ยว ควรมีลักษณะอย่างไร / สินค้าที่ระลึกควรเป็นอย่างไร / อาหาร เครื่องดื่มควรเป็นอย่างไร / การเดินทางควรเป็นอย่างไร เป็นต้น และควรมีการบริหารจัดการอย่างไร หรือการพัฒนาอย่างไร

ส่วนที่ 4 นโยบายของประเทศไทยต่อการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว เช่น วีซ่า การถือครองที่อยู่อาศัย การรักษาพยาบาล การกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยว

เส้นที่ 1 ควรใช้การตลาดแบบใดเหมาะสมต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวดังกล่าว

เส้นที่ 2 หน่วยงานภาครัฐควมทำนโยบายอย่างไรที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในเมืองไทยเพิ่มขึ้นหรืออยู่อย่างมีคุณภาพ

เส้นที่ 3 มาตรฐานใดที่จะเหมาะกับนักท่องเที่ยวที่มาพำนักระยะยาว
จะเห็นได้ระบบการท่องเที่ยวสามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์ด้านการท่องเที่ยวได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ต้องการศึกษา

References

- Akkarangoon, Supalak. (2005). **Tourist Behavior**. 2nd ed. Khon Kaen: Klang Nana Witaya Co. Ltd.
- Baramchai, Jutamas., Na-Ranong, Wichit., Chokwatana, Narong., & Phayakvichien, Pradech. (2007). **Summary of the Workshop on Thai Tourism on Sufficiency Economy**. Bangkok: National Legislative Assembly.
- Cooper, C., Gilvert, D., Fyall, A., Fletcher, J., & Wanhill, S. (2005). **Tourism: Principles and Practices**. 3rd ed. London: Pearson Education.
- Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2012). **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**. 12th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Hall, C. M. & Page, S. J. (2002). **The Geography of Tourism and Recreation**. 2nd ed. Kentucky: Routledge.
- Jittangwattana, Boonlert. (2005). **Tourism Industry**. Bangkok: Thammasat Press.
- Khemthong, Suree. (2011). **Introduction to Tourism Industry**. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Khemthong, Suree. (2011). **Introduction to Tourism Marketing**. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Madhyamapurush, Warach. (2009). **A Model of Longstay Tourism Management for Japanese Tourist in Chiangmai**. Chiang Mai : Maejo University.
- Madhyamapurush, Warach. (2011). **Development of Participatory Learning Pathways for Elderly Travelers, A Case Study of Mae Moh Power Plant Area and Communities around Lampang Province**. Northern Region Research Administration Network Office of the Higher Education Commission.
- March, R. G. & Woodside, A. G. (2005). **Tourism Behavior: Travelers' Decisions and Actions**. Massachusetts: Pul CABI.
- Mill, C. & Morrison, A. M. (2012). **The Tourism System**. 7th ed. Kendall Hunt Publishing Company.
- Ministry of Tourism and Sport. (2015). **Thailand Tourism Strategy 2015–2017**. Thailand: Ministry of Tourism and Sport.
- Pimonsompong, Chalongsrl. (2015). **Tourism Planning and Marketing Development**. 5th ed. Bangkok: Kasetsart University Press.
- Ross, G. F. (1998). **The Psychology of Tourism**. 2nd ed. Melbourne: Hospitality Press.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2005). **Consumer Behavior in Tourism**. 2nd ed. London: Butterworth–Heinemann.