

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาและวิจัยในครั้งนี้เพื่อพัฒนาระบบแนะนำเพื่อช่วยวางแผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา บ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่โดยศึกษาเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 10 หัวข้อหลักดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- 2.2 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- 2.3 องค์ประกอบของลักษณะการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว
- 2.6 แนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 2.7 หมู่บ้านแม่กำปอง
- 2.8 ระบบแนะนำ
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.10 สรุป

2.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทาง

เพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว (สุรเชษฐ์, 2546)

1. การท่องเที่ยวเป็นการใช้เวลาว่างของมนุษย์เพื่อแสวงหาความสุขและความเพลิดเพลิน จากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนเป็นการช่วยผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าและความเครียด ทำให้สุขภาพทางกายและจิตใจสดชื่นดีขึ้น พร้อมทั้งจะกลับไปเผชิญกับภารกิจต่างๆ และการดำรงชีวิตที่จำใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. การท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้ประสบการณ์ความแปลกใหม่ ตลอดเวลาการเดินทาง ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิตในด้านต่างๆ และเข้าใจสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนดีขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มจิตสำนึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม
3. หากการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีระบบที่ดี จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณโดยรอบได้ ซึ่งเรื่องนี้ในอดีตไม่ได้สนใจกันมากนัก จนกระทั่งกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับโลกได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย หลายฝ่ายเริ่มมองเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นตามลำดับ
4. การท่องเที่ยวเป็นกลไกธรรมชาติที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้วัฒนธรรมของแต่ละฝ่ายดีขึ้น และนำไปสู่ความเข้าใจและมีมิตรภาพที่ดีต่อกัน
5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้การไหลเวียนของเศรษฐกิจและการจ้างงานทั้งในระดับท้องถิ่นภูมิภาคและประเทศโดยรวม

2.1.3 แนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สุรเชษฐ์ เชษฐมาส และดร.รชนี เอมพันธ์ (2538 อ้างถึงในสฤกษ์ แสงอัฐ, 2549) กล่าวถึงแนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สรุปได้ดังนี้

2.1.3.1 เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Nature-Based) รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identical or Unique) และทรงคุณค่าในพื้นที่นั้น

2.1.3.2 เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsibly Travel) และมีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Management) ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบหรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างต่ำ (No or Low Impact) และช่วยส่งเสริมการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนตลอดไป

2.1.3.3 เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning) และการให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ความประทับใจ (Appreciation) และประสบการณ์ (Experience) ที่มีคุณค่าซึ่งจะสร้างความตระหนักและจิตสำนึกที่ถูกต้องทางด้านการอนุรักษ์ทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

2.1.3.4 เป็นการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกระจายรายได้ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involvement of Local Community of People Participation) ในภาคบริการต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น (Local Benefit) มากกว่าการท่องเที่ยวที่เคยส่งเสริมกันมาตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบันที่เรียกว่า Conventional Tourism ซึ่งมักจะเป็นการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะใหญ่ ๆ (Mass Tourism) ที่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่มักจะตกอยู่กับผู้ประกอบการหรือบริษัทนำเที่ยวเท่านั้น

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีความหมายเดียวกันกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีคำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Bio Tourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้้นำภายใต้

ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539 อ้างใน สฤกษ์ แสงอรุณ, 2548)

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีบุคคลหรือองค์กรต่างๆให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย เป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่งและได้รับการอ้างอิงถึงเสมอ ที่สำคัญมีดังนี้

Ceballos Lascurain (1991) อาจจะเป็นคนแรกที่ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "เป็นการท่องเที่ยว รูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำลายเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ เหล่านั้น"

Elizabeth Boo (1992) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม"

The Ecotourism Society (1991) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศและในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น"

Western (1993) ได้ปรับปรุงคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ The Ecotourism Society ให้สั้นและกะทัดรัด แต่มีความหมายสมบูรณ์มากขึ้นคือ "การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น"

The Common Wealth Department of Tourism (1994) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ การท่องเที่ยวธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา การเข้าใจธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืน คำว่า ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมยังครอบคลุมถึงขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นด้วย ส่วนคำว่ากรรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืนนั้นหมายถึง "การป็นผลประโยชน์ต่างๆ กลับสู่ชุมชนท้องถิ่นและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ"

เสรี เวชบุษกร (2538 อ้างในสฤกษ์ แสงอรุณ, 2549) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า "การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานโบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย"

กรมป่าไม้ (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็น “การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย”

โดยสรุปก่อนอื่นมีข้อสังเกตจากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมาจากนิยามศัพท์และความหมายของคำ " Ecotourism" นั้น ขึ้นอยู่กับพื้นฐานอาชีพ ความเข้าใจ และวัตถุประสงค์ของแต่ละคนหรือองค์กร ซึ่งในภาษาไทยอาจเรียกว่า "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" แต่ในที่สุดราชบัณฑิตยสถาน ได้พิจารณากำหนดคำศัพท์ Ecotourism ว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”

ข้อพิจารณาต่อมาคือความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าวข้างต้น เกือบทั้งหมดให้การยอมรับว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มีลักษณะพิเศษเป็นของตนเอง และแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติเป็นฐาน (Nature - Based Tourism) เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภท อุทยาน วนอุทยาน เกาะแก่ง และชายทะเล เป็นต้น แต่อาจหมายรวมถึง ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น หากสิ่งเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหรือเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติ

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศน้อยหรือต่ำ หรือไม่มีผลกระทบต่อวิถีทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบ เพราะฉะนั้นการป้องกันและควบคุมผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว จึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ เช่น ไม่นับปริมาณนักท่องเที่ยว ไม่นับสนุนให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น เน้นธรรมชาติและองค์ประกอบของธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูด เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้ และเข้าใจธรรมชาติและองค์ประกอบธรรมชาติ (รวมทั้งศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น) ตลอดจนผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก เพราะฉะนั้นการจัดระบบบริการข้อมูลและการสื่อความหมายธรรมชาตรวมทั้งการเพิ่มพูนศักยภาพของมัคคุเทศก์จึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการคิด (วางแผน) การทำ (ปฏิบัติหรือดำเนินการ) และการติดตามตรวจสอบประเมินผล ร่วมกับผู้เกี่ยวข้องส่วนอื่นๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมได้รับผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับ

รายได้และคุณภาพชีวิตของท้องถิ่นด้วยความเหมาะสมเป็นธรรม

2.1.4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2538)

ตามคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของราชบัณฑิตยสถาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะหมายรวมถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทุกแห่งตั้งแต่แหล่งธรรมชาติ โบราณสถาน ไปจนถึงชุมชนท้องถิ่น เพราะฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ไปจนถึงชุมชนต่างๆ ที่เปิดให้มีการท่องเที่ยว

แต่ปัจจุบันเรื่องการป้องกันผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้มาเยือนตามคำจำกัดความกระทำได้ดีบ้างในระดับหนึ่ง คือยังไม่สมบูรณ์หรือได้มาตรฐานเพียงพอ ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานแห่งชาติบางแห่งเท่านั้น อย่างเช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ดอยอินทนนท์ น้ำหนาว เขาสก แก่งกระจาน ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม หากยึดความหมายและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปฏิบัติกันอยู่หลายประเทศ เช่น คอสตาริกา เคนยา และประเทศในทวีปอเมริกาและอเมริกาใต้ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะจำกัดเฉพาะที่เป็นแหล่งธรรมชาติเท่านั้น (Nature-based Destinations) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติ และ วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ที่สำคัญได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และแหล่งสวนธรรมชาติในรูปแบบอื่น

ดังนั้น ตามความหมายที่เป็นสากล ขี้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ ควรจะเน้นการพัฒนาและการจัดการ เฉพาะในแหล่งธรรมชาติซึ่งถือกันว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสนองตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความรู้และอยากเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับความเพลิดเพลินและมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น รวมทั้งให้ประโยชน์กลับคืนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

2.1.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ดร.ชนี เอมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เขษรมาส (2539) (อ้างใน ปราโมทย์ แก้ววิเชียร, 2549) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วการวางแผนการท่องเที่ยวซึ่งรวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ด้วยนั้นจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการดังนี้

2.1.5.1 ทรัพยากรท่องเที่ยว (Natural Resource Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่ยังดำรงไว้ซึ่งสภาพดั้งเดิมของระบบนิเวศ (First Hand Ecosystem) และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่วนใหญ่จึงมักปรากฏ

อยู่ในพื้นที่พื้นที่อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่า และอุทยาน ประวัติศาสตร์ เป็นต้น สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539 อ้างในสฤกษ์ แสงอรุณ, 2549) กล่าวถึง แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติว่า เป็นแหล่งที่มีจุดเด่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Nature Attractions) และตัดขาดจากโลกภายนอก (Solitude) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะไม่ได้สัมผัสที่บ้าน นอกจากนี้ได้ให้ความหมายทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวว่า หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมาย (Destination) ของการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง พื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยว พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะมีทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ความดึงดูดใจเหล่านั้นอาจเป็นความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง แต่อาจไม่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้นสภาพทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้ว ในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจึงหมายรวมถึงศักยภาพในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature Destination) และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Destination) ซึ่งรวมเอาแหล่งท่องเที่ยวศาสนา ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลป วัฒนธรรมและประเพณี เข้าไว้ด้วยกัน ดังนั้น หากมองการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นอุตสาหกรรมบริการอย่างหนึ่ง แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นจัดได้ว่าเป็นวัตถุดิบเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และเป็นวัตถุดิบประเภทใช้แล้วไม่หมดไปหรือสูญหาย หากมีการควบคุมป้องกันด้วยการวางแผนอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวยังประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนโดยไม่เสื่อมโทรมลงไปทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศจนเกิดขีดความสามารถของระบบที่จะรองรับได้

2.1.6 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ บันทึกเทปวิดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่อง ดูนก กิจกรรมศึกษา เทียวถ้ำ หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทตื่นตื้นผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติก็ได้

ดังที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นแนวคิดที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยสร้างรายได้ และยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้

หรืออาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.1.7 นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2540 อ้างถึงในสฤกษ์ แสงอรัญญา, 2548) ระบุว่า นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวแบบหิวกะทิ เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะที่เที่ยวชมธรรมชาติ

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นเจาะจงไปที่สถานที่เที่ยวชมธรรมชาติโดยเฉพาะ เพื่อจะได้รู้ได้เข้าใจในธรรมชาติหรือประเพณีท้องถิ่น

ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปสถานที่แปลก ๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน เช่น ไปเยือนลุ่มน้ำอเมซอน อุทยานกอริลลาในรวันดา หรือจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยวพิเศษ

ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส เป็นนักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตนได้เลือกไป

2.1.8 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชน

มีการศึกษาวิจัยโดยชุมชนเป็นฐานในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ยังคงขาดการศึกษาประเมินความยั่งยืนของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างไรก็ตามได้มีสิ่งบ่งชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนจะยั่งยืนได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ความต้องการของชุมชน โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับชุมชนใดก็ตามจะต้องเกิดจากความสนใจและความต้องการของสมาชิกชุมชนเองเป็นหลัก มิใช่หน่วยงานของทางราชการหรือองค์การภาคเอกชนหรือใครก็ตามไปยึดเยียดให้โดยที่ชุมชนไม่เต็มใจที่รับโครงการไว้และมีส่วนร่วม อาจเพราะความเกรงใจเกรงบารมีหรืออำนาจตามวิสัยธรรมชาติของชุมชนในชนบท

2. ความรู้และความตระหนักของชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญอีกตัวหนึ่งที่จะชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนจะยั่งยืนหรือไม่ ความรู้และความตระหนักนี้ รวมไปถึงแนวคิดและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนและศักยภาพ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน (ต้นทุนทางสังคม) และสภาพแวดล้อมธรรมชาติ (ต้นทุนทางธรรมชาติแวดล้อม) หากดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความรู้อื่นๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการพัฒนาและการบริหารจัดการ

3. การได้รับการสนับสนุนจากภายนอก ชุมชนท้องถิ่นในชนบทส่วนใหญ่มักอยู่ในภาวะด้อยโอกาสในหลายเรื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องความรู้และทักษะในการพัฒนาและการจัดการ ยิ่ง

เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นงานบริการที่ต้องมีมาตรฐานขั้นต่ำ เพราะมีการแข่งขันทางการตลาดแล้ว เป็นสิ่งที่ชุมชนท้องถิ่นไม่คุ้นเคย ก็เป็นสาเหตุทำให้เกิดความท้อแท้และไม่สามารถดำเนินการต่างๆ ตามความตั้งใจได้ ตรงจุดนี้หน่วยงานภาครัฐ หรือภาคเอกชนรวมทั้ง NGOs หรือผู้รู้ต่างๆ จะต้องเข้ามาสนับสนุนหรือช่วยเหลือ สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนดังกล่าวในข้อ 2 อย่างจริงจังและต่อเนื่อง พร้อมสร้างภูมิคุ้มกันต่ออิทธิพลต่างๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่มีผลมาจากการท่องเที่ยวด้วย

4. การตัดสินใจและการแบ่งปันประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นจะต้องพัฒนาให้รวมถึงการมีส่วนร่วมในการคิด การปฏิบัติ การแก้ไขปัญหา และการติดตามประเมินผลแบบครบวงจร ไม่ใช่ผู้นำหรือกลุ่มผู้นำท้องถิ่นดำเนินการเองทั้งหมด และที่สำคัญต้องมีกลไกและระบบการแบ่งปันรายได้หรือประโยชน์อื่นๆ อันเกิดจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นธรรมและความโปร่งใส โดยเฉพาะประเด็นหลังนี้มักจะพบว่าเป็นสาเหตุของความไม่ยั่งยืนในการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นค่อนข้างสูงทีเดียว

2.1.9 การบริหารการท่องเที่ยวอนุรักษ์

เนาวรัตน์ (2547) ได้ศึกษาทักษะการทำงานของแรงงานภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน โดยพิจารณาทั้งในระดับกลุ่มประชาคมและระดับปัจเจกบุคคลจังหวัดน่าน เชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน มีการจัดเวทีเพื่อผลักดันให้เกิดความร่วมมือพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่พึงประสงค์ พบว่าประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอาชีพหรือแหล่งรายได้เสริม มีทุนทางระบบนิเวศ (Ecology Capital) ทุนทางสังคมวิถีชีวิตวัฒนธรรม (Social and Cultural Capital) เป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยว ผนวกเข้ากับการมีทุนมนุษย์ (Human Capital) ในบางด้าน เช่น ด้านอภิปรัชญาไม่ตรีที่ตีงามประกอบเป็นเงื่อนไขให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นและดำรงอยู่ในชุมชนท่องเที่ยวนั้นๆ

ประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในชุมชน ยังขาดจุดเน้นโดยแน่ชัดว่าจะจัดการท่องเที่ยวในแนวทางที่มุ่งปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว หรือจะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวในกระแสทางเลือก (Alternative Tourism) ที่มุ่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สร้างความสมดุลระหว่างรายได้กับการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ระบบนิเวศ รวมทั้งการสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

แนวทางการพัฒนาทักษะที่ควรเกิดขึ้นคือ การสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มประชาคมทั้งในด้านองค์กร (Civic Organization) ด้านสำนึกสาธารณะ (Civic Consciousness) และเครือข่ายขององค์กรประชาคม (Civic Network) พัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันในแนวราบภายใต้ความไว้วางใจต่อกัน (Trust) มากขึ้น ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน การจัดให้มีกองทุน

พัฒนาทักษะแรงงานด้านการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น

พันธกิจของการท่องเที่ยวชุมชน โดย สกว. กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุน หรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงาน ตั้งแต่ การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน โดยเน้นให้เกิดความยั่งยืน สู้คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ตลอดจนคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ

โดยสนับสนุนการสร้างความรู้เพื่อพัฒนาโครงสร้างและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกำหนดนโยบายและแผนการท่องเที่ยวระดับมหภาคและพื้นที่ ที่จะเกิดประโยชน์กับประเทศและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น โดยเชื่อมโยงกับการสร้างความรู้ของท้องถิ่นในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความหลากหลายทางชีวภาพ โบราณสถาน โบราณวัตถุ รวมทั้งการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีทางเลือกในการพัฒนาตนเองและจัดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของท้องถิ่นสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542)

1. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมทั้งสิ่งแวดล้อมด้านชีวภาพ ภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรมประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบทอดถึงอนุชนรุ่นหลัง

2. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือให้กระทบน้อยที่สุด เพื่อส่งผลต่อเนื่องถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคม และวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคม และวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับความรู้ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในอันที่จะทะนุ

ถนอมไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัว

5. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม และมีผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจ และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การกระจายรายได้

6. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าจะต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่า จะต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ชุมชน และสภาพแวดล้อมโดยรอบ

7. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ธุรกิจบริการท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

2.3 องค์ประกอบของลักษณะการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (เอกสารประกอบการสอน สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2549 : 1-3) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่างๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่างๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร บาร์ สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม หรือการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยว มิได้หมาย

เพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาาระบบนิเวศเส้นทางศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท่องเที่ยว การปีนหน้าผา การดำน้ำ ในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่นการดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไพรชณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ องค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ควรปรากฏอยู่บนระบบฐานข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination Management System: DMS)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายของแรงจูงใจ

การจูงใจหรือแรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ความต้องการที่เกิดขึ้นจากการถูกกระตุ้นหรือช่วยให้บุคคลเคลื่อนไหว หรือแสดงพฤติกรรมไปยังจุดหมายปลายทาง หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีแรงจูงใจเป็นแรงผลักดันให้แสดงพฤติกรรมออกมา เช่น แรงจูงใจในการแสวงหาอาหาร แรงจูงใจในการเดินทางไปพักผ่อน ซึ่งเป็นต้นเหตุในการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ซึ่งสิ่งจูงใจจะเป็นสิ่งที่ทำหน้าที่ในการสั่งการระบบปฏิบัติตอบสนองของบุคคลต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม และสิ่งจูงใจยังเป็นเครื่องที่ทำหน้าที่ชี้แนะพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มุ่งไปสู่เป้าหมายที่เกิดขึ้นภายในความคิด จนสามารถบังคับหรือผลักดันให้บุคคลมุ่งทำกิจกรรมต่างๆ ที่จะนำไปสู่การตอบสนองความต้องการหรือบรรลุถึงเป้าหมายได้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล, 2549 : 124)

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง เครื่องช่วยทั้งหมดของพลังทางวัฒนธรรม และพลังทางชีววิทยา ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่วนที่เป็นพลังด้านจิตวิทยา คือ ความต้องการพักผ่อนจากความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน ต้องการได้เห็นสิ่งที่แปลกใหม่เพื่อลดความวิตกกังวล ส่วนพลังทางสังคมจะเป็นความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ไปเห็นสิ่งมหัศจรรย์อย่างหนึ่งของโลก

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548) กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคลทางการ

ท่องเที่ยว พฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงส่งเสริมเร่งรื้อให้บุคคลเดินทางมากขึ้น และยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในด้านพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยว และพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้ให้บริการต้อนรับสนใจศึกษา และมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการจำเป็น เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยว จนมีความพร้อมและความพึงใจที่จะกลับมาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งหนึ่ง Pizam and Mansfield (1999) กล่าวว่า การศึกษาส่วนใหญ่แรงจูงใจมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากแรงจูงใจส่งผลต่อ เวลา สถานที่ และประเภทการท่องเที่ยวใดๆ ที่ผู้บริโภคจะปฏิบัติตาม การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนมากชี้ไปที่สิ่งที่มีอยู่จริงทั้งปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอกและภายใน

2.4.3 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพ และจิตวิทยา(Physical and Psychological Motives) ได้แก่ ความต้องการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อหลีกเลี่ยงงานจำเจและความยุ่งยากต่างๆ ไปหาภูมิสงบ เพื่อรักษาสุขภาพ อาบน้ำแร่ รักษาโรคตามคำแนะนำของแพทย์ เล่นกีฬา วายน้ำ เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา การเที่ยวธรรมชาติ การซื้อของ การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และได้พักผ่อนจิตใจของตนเองด้วย เช่น การไปทัวร์สมาธิ
2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา (Cultural/Personal Education Motives) เป็นแรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น อยากรู้จักคน สถานที่ และประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน สนใจอยากรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ดนตรี สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ศิลปะพื้นบ้าน เทศกาล สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และเพื่อศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจ ว่าเชื้อชาติอื่นๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco-Tourism) อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน
3. แรงจูงใจทางด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social/ Interpersonal / Ethnic Motives) ได้แก่ การไปพบปะ เยี่ยมญาติหรือเพื่อน เยี่ยมสถานที่เกิด ไปเป็นเพื่อนผู้อื่น การได้พบหรือรู้จักกับมิตรใหม่ ซึ่งอาจจะต่างเชื้อชาติ ศาสนากับตน เป็นการแสวงหามิตรภาพ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว
4. แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ (Business / Work Related Motives) ได้แก่ การไปเจรจาติดต่อธุรกิจทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ตลอดจนการติดตามผล การเข้าร่วมประชุม สัมมนา การเดินทางไปโดยมีภาระงานเกี่ยวข้องเป็นบางส่วนด้วย หรือก็ทำงานกึ่งเที่ยว
5. แรงจูงใจในด้านการบันเทิง และสิ่งเพลิดเพลิน (Entertainment / Amusement / Pleasure / Pastime Motives) ได้แก่ การไปเที่ยวชมสวนสนุก สถานที่บันเทิงต่างๆ การได้ดูกีฬา

และกิจกรรม บันเทิงซึ่งให้ความเพลิดเพลิน การแสดงสิ่งเพลิดเพลินของแต่ละบุคคลมีลักษณะหลากหลาย การได้ดูชมธรรมชาติ ชีวิตสัตว์ ยังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมาก การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ได้ดี จะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวทุกตลาดยังคงมาเที่ยวต่อไป และถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

6. แรงจูงใจทางด้านศาสนา ได้แก่ การมีโอกาสไปร่วมแสวงบุญ ศึกษาธรรมะ ฝึกสมาธิ เข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาที่ตนเคารพนับถือ การได้ไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ การทำบุญทำทาน บริจาค ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยว และถือได้ว่าพักผ่อนทางจิตใจด้วย

7. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Prestige and Status Motives) การเดินทางในบางครั้งอาจสร้างชื่อเสียง ยกฐานะ และเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนาติดต่อธุรกิจ หรือศึกษาต่อในต่างประเทศ ฯลฯ การได้มีโอกาสเดินทางไปทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นคนมีเกียรติ และมีสังคมดีขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวอาจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป เช่น การไปศึกษาหาความรู้ และมีโอกาสได้รักษาสุขภาพในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่มีแรงจูงใจใดเป็นแรงกระตุ้นที่เด่นชัดที่สุด

2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

ปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความพึงพอใจหรือความต้องการที่จะได้รับการไปท่องเที่ยว โดยที่บางคนต้องการไปท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างเดียว แต่บางคนอาจจะต้องการความสะดวกสบายในเรื่องของที่พักรหรืออาหารเป็นต้น การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่องค์ประกอบย่อยๆที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง (อรนุช ศิลป์มณีพันธ์, 2547) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวจึงเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่สร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ย่อมมีจุดหมายของการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างกัน

2.5.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างที่จะมีผลทำให้การแสดงออกของพฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมทางสังคมแตกต่างกันไปด้วย ความแตกต่างนี้เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยต่อไปนี้

1. ปัจจัยภายในตัวบุคคล หมายถึง ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคม ที่เป็นสาเหตุและเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทาง และบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านการต้องการพักผ่อนของบุคคล การรับรู้ทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว การเรียนรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว ความเชื่อในสถานการณ์ข้อมูลที่ได้เคยพบเห็น ทักษะคติต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว บุคลิกภาพภายในของแต่ละบุคคล ปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงจูงใจที่สำคัญ และมีอิทธิพลเชิงลึกต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

2. ปัจจัยอิทธิพลจากภายนอก หมายถึง ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และมีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล จนเป็นสาเหตุหลักในการตัดสินใจเดินทางหรือไม่เดินทางท่องเที่ยวได้ ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานะการทำงาน สถานภาพ และวัฏจักรครอบครัว ลักษณะการบริโภคของครอบครัว ฯลฯ ปัจจัยทางเศรษฐกิจในครัวเรือนและเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ภาษา ศาสนา วัฒนธรรม วิถีชีวิต ระดับชั้นทางสังคม ค่านิยม ปัจจัยทางกฎหมายระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง และปัจจัยทางเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสาร และเป็นสารสนเทศ ปัจจัยเหล่านี้เข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์ จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

3. ปัจจัยที่มีรากฐานมาจากความต้องการจำเป็นของบุคคล หมายถึง ปัจจัยที่เป็นความต้องการจำเป็น (Needs) ทางด้านร่างกายและจิตใจของมนุษย์ทุกคน ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) ที่กล่าวว่า มนุษย์มีลำดับขั้นของความต้องการจำเป็นอย่างต่อเนื่อง หากความต้องการขั้นต้นได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะต้องการในขั้นต่อไป

2.5.2 ปัจจัยจูงใจให้อยากเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่ามูลเหตุให้เกิดการท่องเที่ยวน่าจะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนที่มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวโดยสัญชาตญาณอยู่แล้ว ซึ่งมนุษย์ทุกคนมีมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามเศรษฐกิจ สังคม และช่วงเวลา พอจะสรุปถึงมูลเหตุหรือปัจจัยที่จูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้คนนับล้านๆ คนทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ต้องการในวาระต่างๆ กันมี 8 ประการดังต่อไปนี้

1. ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการล่องแพ ปีนเขา ชี่ช้าง เป็นต้น ย่อมมีการประชาสัมพันธ์ ทำให้คนอยากลองผจญภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เหล่านั้น

2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ถ้ามองให้ลึกจะเห็นว่าการเดินทางเป็นการทลายความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต โดยเฉพาะหนุ่มสาว

สมัยใหม่มีความอยากรู้อยากเห็นที่จะได้พบสิ่งแปลกใหม่ เช่น การเดินทางไปท่องเที่ยวในที่ต่างๆ จะได้พบเห็นสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน เป็นต้น

3. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความสนุกสนานหรือความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยปกติผู้เดินทางท่องเที่ยวต้องการได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หรือประทับใจจากการเดินทางเท่ากับเกิดคุณค่าในการเดินทางหรือมีคุณค่าเป็นกำไรชีวิตในการท่องเที่ยว

4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ตนเดินทางไปเที่ยว เช่น ประเพณี เทศกาล พิธีการต่างๆ หรือศาสนาที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น นอกจากนี้ยังได้ศึกษาภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก คนทั่วไปมีความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกว่า ผู้ที่อยู่ในประเทศที่ร่ำรวยกับในประเทศที่ยากจนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร หรือผู้ที่อยู่ในประเทศในเขตร้อนกับในเขตร้อนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร นอกจากนี้ยังต้องการเที่ยวชมสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม และพฤติกรรมของคนในท้องถิ่น

6. ความต้องการในการยอมรับของคนในสังคม ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจมาก ถ้าคนที่เขากำลังติดต่อหรือคนที่เขาหาความรู้จัก ยอมรับนิสัยบางอย่างของเขา บ่อยครั้งที่นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเหมือนคนแปลกหน้า ทำให้เขาต้องเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่เขา รู้สึกว่าเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับตัวเขา ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการจูงใจของ Abraham H. Maslow ที่ว่ามนุษย์ต้องการที่จะได้รับการยกย่องและการยอมรับในสังคม

7. ความต้องการความภาคภูมิใจ การที่คนต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่างๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ท่องเที่ยวในสถานที่แปลกๆ แตกต่างจากผู้อื่น ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ญาติมิตรของเขายังไม่เคยไป ก็จะเป็นข้อพิสูจน์ว่าได้ไปก่อนญาติมิตร ถือว่าเป็นความภาคภูมิใจของตนเองในเชิงการท่องเที่ยว ญาติมิตรอาจจะมาคานาแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่เขาได้ไปมา

8. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ การที่ได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าจะไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น ทหารธุรกิจ เข้าร่วมประชุม แข่งขันกีฬา ประกอบศาสนกิจ เยี่ยมญาติมิตร เป็นต้น ล้วนแต่ทำให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นคนมีเกียรติในสังคม อันเป็นการยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้นด้วย

2.5.3 ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

การเดินทางของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ในหลายๆประการ ตามที่ฉลองศรีพิมลสมพงษ์ (2546) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. เงินหรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกล จำเป็นจะต้องมีเงินหรืองบประมาณ เพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน มีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

2.5.4 ปัจจัยที่สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยว

วินิจ วีรยางกูร (2532) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวมีดังนี้

1. การเปลี่ยนวิถีการดำรงชีวิต คือ การที่คนเริ่มประหยัดเงินส่วนหนึ่งเพื่อนำเงินมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน

2. รายได้ของครอบครัวเพิ่มขึ้น ในปัจจุบันผู้หญิงทำงานมากขึ้น มีรายได้สูงขึ้น ทำให้เกิดตลาดใหม่ขึ้น โดยเฉพาะตลาดการท่องเที่ยว สินค้าประเภทสมัณิยม กิจกรรมนันทนาการ ร้านอาหาร เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดส่วนนี้

3. การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แม้ว่าเศรษฐกิจโลกตกอยู่ในภาวะเจริญเติบโตทรงตัวหรือ ทรุดตัวเป็นบางครั้งสลับกันไป แต่รายได้และประสิทธิภาพในการผลิตก็สูงขึ้น ด้วยสาเหตุนี้ ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเจริญเติบโตอย่างมองเห็นได้ชัด

4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางลดลง โดยเฉพาะค่าโดยสารเครื่องบิน ทำให้คนระดับกลางสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ระยะทางไกลๆ

5. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีเงินสกุลแข็ง จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศที่มีเงินสกุลอ่อนกว่า

6. สภาวะแวดล้อมทางการเมืองและรัฐบาล เมื่อสภาพแวดล้อมทางการเมืองสงบเรียบร้อยไม่มีปัญหาใดๆ การท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้น

2.5.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป) ผลิตผลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือบริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้

1. ปัจจัยภายใน ได้แก่

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้เดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่อยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน ทะเล เกาะสวนรุกขชาติ หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมืองแร่

2. ความปลอดภัย (Security) ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดโครงสร้างพื้นฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น หรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบของการประกอบธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศจะต้องรวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาหนะต่างๆ ผ่านเข้าออกได้สะดวก หรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินลงมาก

4.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลายเป็นวิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีการให้บริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น

4.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักเหมาะสมกับคุณภาพสะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกมากมายหลายชนิดแล้ว จะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

4.5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตราค่ามัคคุเทศก์ และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคารวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation) เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จัก และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

7. ภาพลักษณ์ (Image) เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมือง และปลอดอากร

2.5.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมากๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อยๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนซึ่งมี

ประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือกว่า 1 พันล้านคน ผู้ที่สามารถมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ ย่อมเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ ย่อมแตกต่างกันหรือตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณหกล้านคน เป็นต้น

2. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ ระบบการจอง สำรองที่นั่งบนเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวกสบาย รวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

3. ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) ปัจจัยทางการเมือง เป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลัก คือ การพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น ประเทศอิสราเอล ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมาก อีกทั้งยังมีศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาคริสต์ ที่นักแสวงบุญนิยมเดินทางไปเยี่ยมชม แต่ก็เกิดปัญหาทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัย ความไม่สะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแสวงบุญ ด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่า จะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อใด และมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) เศรษฐกิจนับเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว และบ่งบอกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ด้วย หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักถูกจัดอยู่ในอันดับต้นๆ ที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไปในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านนันทนาการ ด้านท่องเที่ยว ด้านการซื้อของที่ระลึก จะเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวระดับสูง เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

5. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor) ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยมและค่านิยมในการเดินทาง

การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

2.6 แนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Satisfaction)

ในแง่มุมมองทางการตลาดจะประเมินความพึงพอใจของลูกค้า จากการประเมินคุณภาพของสินค้าและบริการที่ลูกค้าได้รับ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความคาดหวังในสินค้าและบริการก่อนซื้อ และหลังจากที่ซื้อสินค้าและบริการแล้ว ถ้าหากสินค้านั้นมีคุณภาพเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่า ก็จะเกิดความพึงพอใจหรือความรู้สึกในทางบวกของลูกค้า และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าอีกครั้ง ในทางกลับกันหากสินค้าและบริการนั้นมีคุณภาพต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจ และมองหาทางเลือกอื่น ทั้งนี้ในแง่มุมมองของการท่องเที่ยวความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถประเมินได้หลายแง่มุม เช่น ความคาดหวังในประสบการณ์ที่ได้รับของนักท่องเที่ยวจากสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือน โดยเป็นการเปรียบเทียบระหว่าง ภาพลักษณ์ สิ่งที่พบเห็น ความรู้สึก และสิ่งที่ได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยวในอดีตและปัจจุบัน การเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับ และใช้จ่าย ไม่ว่าจะเป็นราคา ผลประโยชน์และเวลา เป็นต้น (Yoon and Uysal, 2005: 47-48)

Kotler (2003) กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ระดับ ความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) สร้อยรุจี อินทศร (2546) ศึกษาถึงความพึงพอใจที่มีผลต่อการบริการ คือ (1) ผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะมีความพึงพอใจเมื่อได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการ การออกแบบผลิตภัณฑ์สนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องใช้ใน ชีวิตประจำวัน (2) ราคาค่าบริการ ขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับ หรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ (3) สถานที่บริการการเข้าถึง บริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการยอมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการ บริการ เช่น ท่าเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงให้ความสะดวกแก่ลูกค้า (4) การส่งเสริมแนะนำให้ข้อมูล ข่าวสารถึงคุณภาพของการบริการไป ในทางบวก (5) วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก (6) สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ ลูกค้า (7) กระบวนการบริการ มีความคล่องตัว และตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

2.7 หมู่บ้านแม่กำปอง

หมู่บ้านแม่กำปอง หมู่ที่ 3 ตำบลห้วยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอีกแห่งหนึ่งที่เมื่อปลายปี 2543 แม่กำปองได้เปิดหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างเต็มรูปแบบ และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในปัจจุบัน หมู่บ้านนี้ตั้งอยู่บนภูเขาที่มีความสูงอยู่ในระดับ

ประมาณ 700-1,800 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล ห่างจากเมืองเชียงใหม่ ประมาณ 50 กิโลเมตร มีการเดินทางถึงค่อนข้างสะดวก มีการจัดการภูมิทัศน์อย่างสวยงาม มีบ้านพักในชุมชน แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติในพื้นที่ใกล้เคียงที่น่าสนใจหลายแห่ง จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปเที่ยวศึกษา ธรรมชาติและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับหน่วยงานท้องถิ่นของรัฐ และเอกชนได้แสดงการยอมรับ โดยจัดให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งนี้ ซึ่งเป็นการเพิ่มกระแสความต้องการที่จะมาเที่ยวในหมู่บ้านนี้เพิ่มมากขึ้นปัจจุบัน (สมศักดิ์ เตชะ เอราวิน, 2544)

อย่างไรก็ตาม การเปิดหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวในช่วงแรกก่อให้เกิดปัญหาตามมา มากมาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาขยะมูลฝอย ต้นพืชถูกเหยียบย่ำ สิ่งแวดล้อมถูกทำลาย และความ ปลอดภัยบนท้องถนนลดน้อยลง เพราะมีรถสัญจรไปมามากขึ้น ทำให้ชาวบ้านตระหนักว่าถ้าไม่มีการ จัดการที่ดีและกำหนดกฎเกณฑ์ให้นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตามแล้ว ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ของหมู่บ้านอาจเสื่อมสลาย ด้วยเหตุนี้ในปี พ.ศ.2544 นายพรหมินทร์ พวงมาลา ผู้ใหญ่บ้านแม่กำปอง คณะกรรมการหมู่บ้าน และชาวบ้าน จึงริเริ่ม “โครงการวิจัยรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์แบบยั่งยืนบ้านแม่กำปอง” ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของ หมู่บ้านแม่กำปอง ค้นหาองค์ความรู้และศักยภาพชุมชนในด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนกำหนด รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบยั่งยืน เริ่มด้วยการเตรียมความพร้อมชุมชน และ พบอุปสรรคในช่วงแรกเนื่องจากเป็นเรื่องใหม่ และเป็นสิ่งที่ยากสำหรับชุมชน เพราะชาวบ้านทุกคนไม่ มีประสบการณ์ในเรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยวมาก่อน การทำวิจัยจึงเป็นเครื่องมือที่จะช่วยฝึกให้ ชาวบ้านเกิดกระบวนการคิดและทำงานที่เป็นระบบ อันจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนในทิศทางที่ถูกต้อง โดยวิจัยครั้งนี้ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนความรู้ การอบรม คำแนะนำในการทำวิจัยและงบประมาณ จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

“การทำวิจัยของชุมชนในครั้งนี้จะมุ่งเน้นในเรื่องการจัดการทรัพยากร การหาทุนเดิมใน ชุมชนเพื่อนำข้อมูลไปกำหนดแนวทางพัฒนาชุมชนในอนาคต” นายพรหมินทร์กล่าว และการที่คนใน ชุมชนรู้ปัญหาของตนเองจะทำให้ผลการวิจัยตรงกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง แรกสุดใน การทำวิจัย ชาวบ้านช่วยกันรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของหมู่บ้าน ซึ่งพบว่าหมู่บ้านแม่กำปอง เป็นชุมชน เล็กๆ ก่อตั้งมากกว่า 100 ปี ชื่อหมู่บ้านถูกตั้งขึ้นตามชื่อดอกกำปองที่มีอยู่ในหมู่บ้านเป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันมีจำนวนครัวเรือนทั้งหมดประมาณ 130 ครัวเรือน อาชีพหลักของชาวบ้านคือการ เก็บเมี่ยง (ใบชาชนิดหนึ่ง) บนนยอดดอยมาขาย การตั้งบ้านเรือนของชาวบ้านจะแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม หรือ 6 ปาง (ชาวบ้านเรียก “กลุ่ม” ว่า “ปาง”) ได้แก่ ปางกลาง ปางนอก ปางโตน ปางขอนแก่น ปางใน 1 และปางใน 2 (การตั้งชื่อจะตั้งตามตำแหน่งของปางที่ตั้งอยู่ เช่น ปางนอกคือส่วนที่อยู่ด้านหน้า สุดของหมู่บ้าน)

เมื่อได้ข้อมูลเบื้องต้นของหมู่บ้านแล้ว คณะวิจัยชาวบ้านได้ช่วยกันแบ่งกระบวนการวิจัยออกเป็น 3 ช่วง ช่วงแรกคือ การประชุมเตรียมความพร้อมของคณะวิจัยเพื่อการจัดทำแผนงานการท่องเที่ยงของหมู่บ้าน ช่วงสองคือ การสรุปบทเรียนการจัดการท่องเที่ยงเชิงอนุรักษ์ในช่วงที่ผ่านมา และจัดทำประชาพิจารณ์กฎระเบียบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และช่วงสุดท้ายคือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการคืนความรู้สู่ชุมชน โดยทั้งหมดนี้จะใช้เวลาในการศึกษา 2 ปี เพื่อสร้างความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันให้กับคนในชุมชน คณะวิจัยชาวบ้านก็เริ่มพูดคุยปรึกษาหารือกันระหว่างผู้นำชุมชนกับชาวบ้านทั้ง 6 ปาง โดยจะมีการนัดประชุมในทุกวันพระเพื่อจะได้ไม่รบกวนเวลาทำมาหากินของชาวบ้าน (เนื่องจากประเพณีของชาวล้านนาจะไม่ทำงานในวันพระเพราะเป็นวันรักษาศีล) ปัญหาแรกที่ชาวบ้านหยิบยกขึ้นมาปรึกษากันคือ เนื่องจากการเปิดหมู่บ้านให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อหลายประการชาวบ้านจะยังเห็นด้วยกับการเปิดหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ ผลพบว่าชาวบ้านส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่าควรเปิดหมู่บ้านให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

“การเปิดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวทำให้ชาวบ้านมีรายได้เสริม อีกทั้งยังได้รับประโยชน์จากการที่รัฐเข้ามาช่วยพัฒนาด้านสาธารณูปโภคให้ ส่วนที่เป็นผลเสียจะเป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเรื่องขยะมูลฝอย แต่เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว ผมคิดว่ามีผลดีมากกว่าผลเสีย” นายพรหมมินทร์กล่าว เมื่อได้ข้อสรุปตรงกันแล้วว่าชาวบ้านต้องการให้เปิดหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวต่อไป คณะนักวิจัยชาวบ้านก็ทำการจัดสำรวจข้อมูลพื้นฐานของหมู่บ้าน ด้านสภาพแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม และประเพณี เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดแหล่งท่องเที่ยวและกฎเกณฑ์ในการเยี่ยมชมสถานที่เหล่านั้น นายพรหมมินทร์กล่าวว่า จากข้อมูลที่ได้พบจุดเด่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนคือ การมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เช่น ดอยม่อนล้าน (เป็นจุดชมวิวสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,700 เมตร) น้ำตกแม่กำปอง น้ำตกธารทอง และแหล่งพันธุ์ไม้หายาก เช่น ดอกเอื้องดิน และดอกกำปอง รวมถึงวิถีชีวิตความอยู่ของคนในชุมชนที่เป็นแบบเรียบง่าย มีความสามัคคี และมีอัธยาศัยดี ซึ่งเป็นเสมือนมนต์เสน่ห์ของหมู่บ้านที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวที่หมู่บ้านอีกครั้ง “ศักยภาพในชุมชนหลายๆ สิ่งที่เราเคยมองข้ามความสำคัญ แต่ปัจจุบันนี้กลับมีคุณค่าด้วยตัวของมันเอง เช่น อาชีพการเก็บใบเมี่ยงที่ชาวบ้านออกไปเก็บทุกวันเป็นธรรมดาของคนในชุมชน แต่นักท่องเที่ยวกลับเห็นเป็นเรื่องแปลก เป็นเรื่องที่น่าสนใจ อยากมาศึกษาและสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนแห่งนี้” นายพรหมมินทร์กล่าว และว่าชาวบ้านได้รับบทเรียนที่ผ่านมาจากการทำงานโดยขาดการวางแผนงาน ณ วันนี้ชาวบ้านจึงมาช่วยกันคิดหารูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยงเชิงอนุรักษ์ เพื่อให้การท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติของหมู่บ้านเหมือนเช่นในอดีตสร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยงผลจากการทำประชาพิจารณ์ของชาวบ้านได้แบ่งออกเป็น 2 เรื่องใหญ่ๆ คือ 1. เรื่องระเบียบปฏิบัติของการท่องเที่ยงในหมู่บ้าน และ 2. รูปแบบของการท่องเที่ยงเชิงอนุรักษ์ สำหรับเรื่องระเบียบปฏิบัติของการท่องเที่ยงในหมู่บ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวและชาวบ้านได้ใช้

เป็นบรรทัดฐานเดียวกันในการยึดถือปฏิบัติร่วมกัน ทำให้ได้ระเบียบปฏิบัติ 7 หมวดด้วยกันคือ 1.การรักษาความปลอดภัยในชุมชนและนักท่องเที่ยว 2.การอนุรักษ์อาคารสถานที่ 3. การอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ 4.การอนุรักษ์ทรัพยากรสัตว์ป่า 5.การอนุรักษ์แม่น้ำลำห้วย 6. การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น และ 7. การจัดการรายได้เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้านจากหมวดมาตรการหลัก 7 หมวดข้างต้น ชาวบ้านได้ช่วยกันทำรายละเอียดในแต่ละหมวด แล้วแจ้งชาวบ้านเพื่อทราบในที่ประชุมหมู่บ้าน จากนั้นชาวบ้านก็ช่วยกันเขียนป้ายติดประกาศไว้ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในหมู่บ้าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวและทุกคนในชุมชนได้รับรู้และปฏิบัติตาม เช่น ในการจัดการเส้นทางเดินป่าทุกเส้นทาง ทางหมู่บ้านจะกำหนดเส้นทางในการเดินเที่ยวชมธรรมชาติว่านักท่องเที่ยวจะต้องเดินบนเส้นทางที่กำหนดไว้เท่านั้น โดยมีไกด์ชาวบ้านเป็นผู้คอยดูแล เพื่อป้องกันการถูกทำลายจากการเที่ยวชม ห้ามนักท่องเที่ยวตัดหรือเก็บดอกไม้ต้นไม้ในป่า ตลอดจนนำทรัพยากรในป่าทุกชนิดออกนอกพื้นที่โดยไม่ได้รับอนุญาต “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องเข้าใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรเพราะการท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนอย่างใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจึงต้องมีจิตสำนึกไม่ทำลายและช่วยอนุรักษ์ให้อยู่อย่างยั่งยืน” นายพรหมินทร์กล่าว

ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของหมู่บ้านนั้นจะมีลักษณะที่เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และการให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ โดยนักท่องเที่ยวจะเข้ามาพักกับชาวบ้าน ร่วมกันทำบุญตักบาตรที่วัดในตอนเช้า และเที่ยวชมวิถีชีวิตศิลปหัตถกรรม ประเพณีพื้นบ้านของชาวบ้าน อาทิ การเก็บใบเมี่ยง การทำเมี่ยง และการเดินศึกษาธรรมชาติ โดยมีไกด์ในหมู่บ้านนำทางพร้อมให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ ของหมู่บ้านกระจายรายได้ สร้างงานในชุมชน การท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำให้ชาวบ้านตื่นตัว ปรึกษาหารือและร่วมมือช่วยเหลือกัน ตลอดจนเกิดกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นร่วมกันเท่านั้น แต่ผลสำคัญของการท่องเที่ยวคือ ทำให้ชาวบ้านมีรายได้ในการจุนเจือครอบครัวมากขึ้น จากการทำชาวบ้านร่วมตัวกันจัดตั้งกลุ่มต่างๆ ตามความถนัดและความสนใจของตน เพื่อรับการอบรมพัฒนาอาชีพเสริมที่ผู้นำหมู่บ้านจัดขึ้นเช่น กลุ่มเครื่องเรือนไม้ไผ่ กลุ่มตีเหล็ก กลุ่มสมุนไพรพื้นบ้าน กลุ่มนวดแผนโบราณ กลุ่มดนตรีพื้นเมือง กลุ่มฟ่อนรำ กลุ่มไกด์ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชา กาแฟ มันฝรั่งทอดกรอบ กลุ่มจักสานหมวก ตะกร้าใส่ไข่ ซึ่งทุกกลุ่มมีความเกี่ยวพันและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

นายอนันต์ ไทยกรณ์ นักวิจัยและไกด์ชุมชนกล่าวว่า ผู้ที่จะมาเป็นไกด์ประจำหมู่บ้านจะต้องผ่านการอบรมความรู้เทคนิคของการเป็นผู้นำเที่ยวที่ดีและมีใจรักในการบริการ โดยทางหมู่บ้านจะจ้างอาจารย์เข้ามาฝึกการอบรมการเป็นผู้นำเที่ยวที่ดี ให้สามารถสื่อสารถ่ายทอดวิถีชีวิตภูมิปัญญาของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ปัจจุบันที่หมู่บ้านมีกลุ่มไกด์ชาวบ้านประมาณ 30 คน

“เมื่อก่อนผมประกอบอาชีพทำสวนเมียงรายได้ก็พอกินพอใช้ แต่ปัจจุบันความนิยมในการกินเมียงลดน้อยลงไป ทำให้รายได้จากการทำสวนเมียงลดลง เมื่อหมดฤดูกาลเก็บเกี่ยวใบเมียงแล้วชาวบ้านก็ไม่มีรายได้เสริมอื่นๆ อีก เมื่อหมู่บ้านเปิดการท่องเที่ยวก็ทำให้ชาวบ้านมีอาชีพเสริม อย่างผมชอบในงานบริการและมีความรู้เกี่ยวกับประวัติและภูมิปัญญาของชุมชนจึงมาสมัครเป็นไกด์ ซึ่งก็สร้างรายได้ให้กับครอบครัวได้พอสมควร” นายอนันต์ กล่าว และว่าจุดอ่อนของไกด์หมู่บ้านคือเรื่องการใช้ภาษาการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ซึ่งจากปัญหาดังกล่าว ทำให้ตนต้องไปเรียนภาษาเพิ่มเติมจากการซื้อหนังสือมาอ่านบ้าง แล้วอาศัยฝึกพูดกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในหมู่บ้าน จนปัจจุบันนี้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวดีขึ้นมาก “ถ้าหมู่บ้านไม่มีการทำวิจัยและจัดการท่องเที่ยว ผมก็คงไม่เห็นความสำคัญของการเรียนรู้สิ่งต่างๆ เพิ่มเติม และผมก็จะพูดภาษาอังกฤษไม่ได้อย่างเช่นทุกวันนี้” นายอนันต์กล่าว

ไม่เพียงเฉพาะการคิดถึงเรื่องการเพิ่มรายได้เท่านั้น แต่คณะกรรมการหมู่บ้านยังคำนึงถึงการจัดสรรและการกระจายรายได้ให้ชาวบ้านในชุมชนอย่างทั่วถึง โดยกำหนดให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นี้เป็นกิจกรรมหนึ่งของสหกรณ์การไฟฟ้าโครงการหลวงแม่กำปอง ที่ชาวบ้านแม่กำปองเป็นสมาชิกของสหกรณ์ทุกหลังคาเรือน ดังนั้นรายได้จากการท่องเที่ยวที่หักค่าใช้จ่ายแล้วจะเป็นรายได้ของสหกรณ์ และทุกปีจะมีการสรุปกำไรขาดทุนของสหกรณ์ ถ้าสหกรณ์มีกำไรก็จะออกมาในรูปแบบของเงินปันผลให้แก่สมาชิกทุกคน จากการร่วมแรงร่วมใจกันทำงานของชาวบ้าน ทำให้ผลการวิจัยระบุว่า สภาวการณ์ด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้านได้เปลี่ยนไปในทิศทางที่ถูกต้องและชัดเจนขึ้น มีรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นขั้นตอนชาวบ้านมีความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบยั่งยืน ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมีมาตรฐานในการดำรงชีวิตมากขึ้น นับเป็นเวลากว่า 10 ปีแล้วที่หมู่บ้านแม่กำปองได้เปิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คิดโดยชุมชน บริหารจัดการเองโดยชุมชน ทำให้ทุกวันนี้ชาวบ้านแม่กำปองได้เข้าใจเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการบริหารจัดการในทุกด้าน รวมถึงรู้จักหน้าที่และบทบาทของตนเองในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ตลอดจนการร่วมแรงร่วมใจกันในการพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อมิให้เกิดเป็นผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชนเช่นในอดีตที่ผ่านมา (อ้างอิงจาก กรเกษ ศิริบุญรอด, 2548)

2.8 ระบบแนะนำ (Recommendation Systems) (Adomavicius & Tuzhilin, 2005)

ระบบแนะนำ คือ ระบบที่แนะนำข้อมูล ผลิตภัณฑ์ ผู้คน หรือกิจกรรมที่สนใจ ซึ่งเรียกว่าวัตถุ (Item) ให้กับผู้ใช้ระบบโดยอ้างอิงจากสมมุติฐานการเรียนรู้ข้อมูลความชอบหรือความต้องการขณะนั้นของผู้ใช้ โดยระบบแนะนำกลายเป็นหัวข้องานวิจัยที่สำคัญ ตั้งแต่มีการปรากฏตัวของงานวิจัยเรื่อง Collaborative Filtering ในช่วงกลางทศวรรษที่ 1990 โดยความสำเร็จในช่วงแรกๆ ของการ

ทำระบบแนะนำเกิดมาจากการเจริญเติบโตของธุรกิจทางด้าน E-commerce โดยตัวอย่างของ Applications ที่ใช้ระบบแนะนำในการเลือกซื้อหนังสือ ซีดีเพลง หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้แก่ เว็บไซต์ Amazon.com และเว็บไซต์ CDNow.com เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ อย่างไรก็ตามไม่ว่าระบบแนะนำจะก้าวหน้าไปเช่นไร ระบบแนะนำก็ยังคงต้องการการพัฒนาความสามารถมากกว่านี้เพื่อที่จะทำให้ระบบสามารถแนะนำสิ่งต่างๆ ให้แก่ผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและใช้งานได้ง่ายขึ้นแม้แต่กับกิจกรรมต่างๆ ไปในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างเช่น การแนะนำแพ็คเกจช่วงเวลาการท่องเที่ยวพักผ่อน การซื้อสินค้าในร้าน การดูแลสุขภาพ เป็นต้น

ระบบแนะนำเป็นโปรแกรมซอฟต์แวร์หรือเครื่องมือที่มีจุดมุ่งหมายในการสนับสนุนผู้ใช้งานในการตัดสินใจเมื่อพบกับข้อมูลขนาดใหญ่ โดยระบบจะแนะนำรายการที่น่าสนใจให้กับผู้ใช้ตามข้อมูลอ้างอิงทั้งข้อมูลแบบชัดเจน (Explicitly) หรือแบบเป็นปริยาย (Implicitly) โดยจะใช้เทคนิคการกลั่นกรองที่มีกฎเกณฑ์ตามที่ระบุ และเนื่องจากการเพิ่มขยายของข้อมูลและความซับซ้อนที่เพิ่มสูง จึงทำให้ระบบแนะนำนั้นมีความสำคัญเนื่องจากระบบจะช่วยในการคัดกรองข้อมูลเพื่อนำไปสู่รายการที่ผู้ใช้ให้ความสนใจ โดยแนวทางหลักของระบบแนะนำแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. การแนะนำตามข้อมูลส่วนบุคคล (Personalized Recommendation) เป็นการแนะนำโดยอาศัยของพฤติกรรมในอดีตของแต่ละบุคคล
2. การแนะนำตามข้อมูลสังคม (Social Recommendation) เป็นการแนะนำโดยอาศัยของพฤติกรรมในอดีตของผู้ใช้ที่มีลักษณะคล้ายกัน
3. การแนะนำตามข้อมูลตามรายการ (Item Recommendation) เป็นการแนะนำโดยอาศัยรายการข้อมูลของตัวเอง

ระบบผู้แนะนำเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทำหน้าที่ช่วยคัดกรองวัตถุที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ จากวัตถุที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก วัตถุในความหมายของระบบแนะนำหมายถึงสิ่งที่ต้องการจะแนะนำ เช่น การท่องเที่ยว การศึกษา หนังสือ, ภาพยนตร์ บริการ, ข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น โดยทั่วไประบบแนะนำแบบเดิม (Classical Recommender System) จะทำงานได้ต้องอาศัยข้อมูลที่สำคัญสองส่วน คือ ข้อมูลอธิบายความชอบโดยรวมของผู้ใช้ที่มีต่อวัตถุและข้อมูลอธิบายลักษณะของวัตถุ ความชอบของผู้ใช้จะถูกอธิบายด้วยคะแนนที่เป็นตัวเลข (Rating Score) ที่มีค่าอยู่ในช่วงที่แน่นอน เช่น 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด เป็นต้น ระบบแนะนำที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลความชอบโดยรวมของผู้ใช้ที่มีต่อวัตถุเพียงอย่างเดียวเรียกว่า ระบบแนะนำแบบเกณฑ์เดียว (Single Criteria) โดยทั่วไปวิธีการพื้นฐานที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางในระบบแนะนำแบบเดิมจำแนกได้เป็น 2 วิธีคือ Content-based และ Collaborative Filtering วิธีแนะนำแบบ Content-based (Adomavicius, G. & Kwon, Y., 2007) จะประเมินค่าความคล้ายคลึงกันระหว่างวัตถุที่จะถูกแนะนำให้ผู้ใช้กับวัตถุที่ผู้ใช้คุ้นเคยและชอบในอดีต โดยพิจารณาเนื้อหาหรือ

ข้อมูลที่อธิบายลักษณะของวัตถุนั้นๆ และเลือกที่จะแนะนำ วัตถุที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับวัตถุที่ผู้ใช้งานเคยและชอบมากในอดีต ส่วนวิธีแนะนำแบบ Collaborative Filtering จะประเมินค่าความคล้ายคลึงกันระหว่างผู้ใช้งานปัจจุบัน (Active User) กับผู้ใช้งานอื่นๆ (Neighbors) ในระบบ และเลือกที่จะแนะนำวัตถุที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจ (Rating) จากผู้ใช้งานอื่นที่มีลักษณะคล้ายกับผู้ใช้งานปัจจุบันมากที่สุด นอกจากนี้จากสองวิธีที่กล่าวมาแล้ว ยังมีอีกหลายวิธีที่ถูกพัฒนาขึ้น เช่น Demographic Based และ Knowledge Based เป็นต้น

วิธีการแนะนำแบบพื้นฐานต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้น มีทั้งข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกัน นักวิจัยบางท่านได้นำเทคนิควิธีการแนะนำแบบพื้นฐานต่างๆ มาผสมผสานกัน เพื่อปรับปรุงคุณภาพของการแนะนำให้มีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยพยายามรักษาข้อดีและจัดข้อเสียบางอย่างของวิธีการที่นำมาผสมผสานกันนี้ให้ได้มากที่สุด วิธีการแนะนำในลักษณะนี้เรียกว่า วิธีการผสมผสาน (Hybrid Approach) นอกจากวิธีผสมผสานแล้ว นักวิจัยบางท่าน ยังให้ความสนใจวิธีการแนะนำที่พิจารณาถึงความชอบโดยรวมของผู้ใช้ จากความชอบที่มีต่อลักษณะต่างๆ ของวัตถุมากกว่าหนึ่งลักษณะ แทนที่จะพิจารณาเพียงลักษณะความชอบโดยรวมเพียงอย่างเดียว วิธีการดังกล่าวนี้เรียกว่า วิธีการแนะนำแบบหลายเกณฑ์ (Multi-Criteria Approach) ข้อดีของวิธีการนี้ก็คือ เมื่อระบบมีข้อมูลที่จะสามารถวิเคราะห์และทำความเข้าใจลักษณะความชอบของผู้ใช้ได้มากขึ้น จะส่งผลให้สามารถแนะนำ สิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากยิ่งขึ้น แต่ก็มีข้อเสียอยู่บ้างคือ ระบบจะต้องรวบรวมข้อมูลตอบกลับ จากผู้ใช้งานมาทำการวิเคราะห์มากขึ้น ซึ่งถือเป็นค่าใช้จ่ายในการรวบรวมและการประมวลผลข้อมูลที่จะต้องพิจารณาด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเชื่อว่าการพิจารณาความชอบของผู้ใช้ที่มีต่อลักษณะต่างๆ ของวัตถุมากกว่าหนึ่งลักษณะนี้ จะสามารถเพิ่มคุณภาพให้กับระบบแนะนำ ในด้านความหลากหลายได้

ระบบแนะนำ (Recommendation System) เป็นระบบที่ถูกนำมาใช้เพื่อพยายามแนะนำเสนอสินค้าและบริการที่คาดว่าผู้ใช้งานจะสนใจหรืออาจจะเป็นข้อมูลที่ใช้ต้องการ และเหมาะสมสำหรับการดำเนินธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ซึ่งระบบให้คำแนะนำจะประกอบไปด้วย 4 ส่วนหลักๆ

1. ส่วนข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการประมวลผล เช่น Profile ของผู้ใช้งานแต่ละคน เป็นต้น
2. ส่วนการป้อนข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการป้อนข้อมูลเข้ามาของผู้ใช้ เช่น การให้คะแนน Rating ซึ่งมีอยู่ 2 แบบคือแบบชัดเจน (Explicit) เช่น ระดับความนิยมตั้งแต่ 1 ถึง 5 เป็นต้น และแบบไม่ชัดเจน (Implicit) เช่น ประวัติการใช้งานของระบบในอดีต เป็นต้น
3. ส่วนของอัลกอริทึมเป็นส่วนสำคัญที่สุดที่ใช้ประมวลผลข้อมูลเพื่อให้การแนะนำข้อมูลออกมาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งโดยทั่วไปก็จะมีอยู่ 3 วิธีหลักคือ Contented-

Based Recommendation, Collaborative Recommendation และ Hybrid Approaches

4. ส่วนของการนำเสนอคำแนะนำหรือนำเสนอสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบแนะนำการท่องเที่ยวสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อช่วยวางแผนการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัย ในอดีตที่เกี่ยวข้องดังนี้

ริคซีและเวิร์ธเนอร์ (Ricci and Werthner, 2002) นำเสนอแนวคิดและแบบจำลองการพัฒนาแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว โดยอธิบายถึงสถาปัตยกรรมและการทำงานของระบบแนะนำอัจฉริยะ ซึ่งเน้นไปที่การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (Destination) ทั้งนี้ผู้ใช้ระบบสามารถเลือกสถานที่ได้เอง รวมไปถึงบริการและกิจกรรมที่สนใจ ระบบนี้ใช้เทคนิคฐานกรณี (Case-based Reasoning Techniques) ซึ่งเป็นการสืบค้นประวัติการวางแผนการท่องเที่ยว ในอดีตของผู้ใช้และผู้ใช้อื่นที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน เพื่อนำมาเป็นเงื่อนไขในการจัดอันดับสถานที่ท่องเที่ยวที่ระบบจะแนะนำให้กับผู้ใช้ ทั้งนี้ระบบยังมีการรวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวทั้งจากแหล่งภายนอกและภายในระบบ โดยใช้ภาษาเอกซ์เอ็มแอล (XML) เทคนิคดาต้าแมปปิง (Data Mapping Techniques)

ริคซีและคณะ (Ricci et al., 2002) ได้นำเสนอระบบแนะนำการท่องเที่ยวบนพื้นฐานกรณี (Case Base) โดยผู้ใช้งานระบุสถานที่ กิจกรรมและความสนใจของตนเองเพื่อใช้ในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและวางแผนการท่องเที่ยว จากนั้นระบบจะจัดเก็บข้อมูลการวางแผนเพื่อใช้เป็นกรณีในการแนะนำครั้งต่อไป และใช้ในการแนะนำผู้ใช้อื่นที่มีคุณลักษณะและความสนใจคล้ายคลึงกันอีกด้วย

ริคซีและมิสซีเออร์ (Ricci and Missier, 2004) ได้นำเสนอระบบสนับสนุนการตัดสินใจด้านการท่องเที่ยวเฉพาะบุคคล ซึ่งประยุกต์วิธีการฐานกรณี และเทคนิคคัดกรองความสัมพันธ์ โดยเน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง ซึ่งใช้ข้อมูลนำเข้าประกอบด้วย ข้อมูลลักษณะพื้นฐานของผู้ใช้ และข้อมูลลักษณะการท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังมีการพัฒนาระบบต้นแบบชื่อว่า “NutKing” ขึ้น ซึ่งระบบดังกล่าวจะช่วยผู้ใช้ในการวางแผนการเดินทาง โดยการแนะนำสิ่งที่น่าสนใจในการท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นจากส่วนการค้นหา ระบบจะช่วยผู้ใช้ในการระบุค่าค้นหาที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้ปริมาณข้อมูลที่เหมาะสม ไม่มากหรือน้อยจนเกินไปและตรงตามความต้องการ ในส่วนของการเลือก ระบบจะนำเสนอข้อมูลโดยการจัดอันดับ ซึ่งอิงจากกรณีเดิมที่ผู้ใช้เคยวางแผน ไว้แล้ว หรือผู้ใช้อื่นที่มีลักษณะพื้นฐานและความสนใจคล้ายคลึงกันเคยวางแผนไว้ นอกจากนี้ระบบต้นแบบได้ถูกประเมินในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งในส่วนของการทำงานระบบโดยการประเมินเปรียบเทียบระหว่างระบบที่มีหน้าที่ (Function) การทำงานเต็มรูปแบบ ตามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น กับระบบที่มีหน้าที่แบบพื้นฐานซึ่งผลลัพธ์คือ ระบบที่มีหน้าที่การ

ทำงานเต็มรูปแบบสามารถแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวได้ใกล้เคียงความสนใจของนักท่องเที่ยวมากกว่า และการประเมินในแง่มุมมองของการใช้งานของผู้ใช้โดยเก็บข้อมูลการใช้งานระบบในส่วนต่าง ๆ เก็บความถี่ของแต่ละการทำงานแล้วนำมาวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมและความสนใจของผู้ใช้ต่อการทำงานของระบบ

ฮวงและเปียน (Huang and Bian, 2009) ได้นำเสนอระบบอัจฉริยะที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากลักษณะส่วนตัวของแต่ละบุคคล ทั้งอายุ อาชีพ ลักษณะทางจิตวิทยา และแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว โดยใช้ออนโทโลยีการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาข้อมูลลักษณะการท่องเที่ยวออนไลน์ที่มีลักษณะแตกต่างกัน และใช้เทคนิคเครือข่ายเบย์เซียน (Bayesian Network) วิเคราะห์หากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ และใช้การตัดสินใจเชิงโครงสร้าง (Analytic Hierarchy Process: AHP) ในการจัดอันดับสถานที่โดยใช้เกณฑ์ด้าน กิจกรรม ราคา และระยะทาง

จากการที่ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเชิงอนุรักษ์จำนวนมาก ทั้งการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จึงทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น โดยเฉพาะเยาวชน จากการศึกษาพบว่า มีจำนวนถึงร้อยละ 46.30 (จารุเนตร วิเศษสิงห์, 2551) ดังนั้น การให้ความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมเมื่อไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ต่างๆ จึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะสะท้อนถึงการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และมีการวิจัยพบว่าลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (จารุเนตร วิเศษสิงห์, 2551; Leung & Law, 2010) ซึ่งแนวคิดของรูปแบบปฏิสัมพันธ์นิยม (interactionism model) เสนอไว้ว่า พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกนั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพและอุปนิสัยซึ่งเป็นจิตลักษณะเดิมแล้ว ยังอาจขึ้นอยู่กับความรู้ของบุคคลที่ก่อให้เกิดทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมอันเป็นปัจจัยของจิตลักษณะบุคคลตามสถานการณ์ได้อีกด้วย (ดวงเดือน พันธมนาวิน, 2553) ในบริบทสังคมไทยปัจจุบัน เยาวชนทั้งหลายต้องเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อม เพื่อรองรับการดำเนินชีวิตและดูแลสุขภาพให้อยู่คู่กับสังคมและประเทศชาติต่อไปในอนาคต (สุรีย์พร ธรรมิกพงษ์, พวงผกา แก้วกรม และสุรางรัตน์ พันแสง, 2553; Heng & Lai, 2012; Lee & Moscardo, 2005)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism Behavior) การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดของ Ceballos Lascurain, 1987 และ Hetzer, 1965 (cited in Fennell, 2003) ผสมผสานกัน จึงหมายถึง การที่บุคคลเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อชีวิต สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และอาจเป็นการช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น

ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism Knowledge) การวิจัยครั้งนี้หมายถึง การที่บุคคลมีความรู้ ความเข้าใจและตอบคำถามเกี่ยวกับสาระของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ถูกต้อง ทั้งสามตัวแปรดังกล่าวในการวิจัยครั้งนี้ สามารถวัดได้ด้วยแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

การวิจัยของ Powell & Ham (2008) จากนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชม Galapagos National Park พบว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีอิทธิพลต่อการเพิ่มความรู้ ตลอดจนสนับสนุนให้มีทัศนคติที่จะดูแลปกป้องและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผลการศึกษานี้สนับสนุนผลงานวิจัยที่ประเทศ ออสเตรเลีย เพราะพบว่า การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักและมีทัศนคติที่ योगโยถึงการมีส่วนร่วมในการจัดการและรักษาสิ่งแวดล้อม (Lee & Moscardo, 2005) นอกจากนี้ Heng & Lai (2012) ศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของ ผู้เยี่ยมชมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติที่นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และมีอิทธิพล ทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ผ่านความตั้งใจหรือ นำสนใจของภูมิภาค

งานวิจัยของ นภลัย มีลา และณกาจ ราขบุรี (2552) จากนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศ พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 75.4 มีความรู้ความเข้าใจหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ปัจจัย ส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้แก่ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ รวมทั้งผลการวิจัยในประเทศและต่างประเทศต่างสนับสนุนว่าการอบรมให้ความรู้ เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมอบรมจะมีทัศนคติและพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญ (สุรีย์พร ธรรมิกพงษ์, พวงผกา แก้วกรม และ สุราง รัตน์ พันแสง, 2553; Cheung & Fok, 2014)

งานวิจัยของ Kathrin และคณะ (2007) ได้นำเสนอการประยุกต์ใช้เทคนิคเว็บเชิงความหมาย (Semantic Web) ในการพัฒนาระบบการค้นคืนข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับระบบการ ท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tourism) จากการวิจัยมีการสร้างออนโทโลยีการท่องเที่ยวที่ชื่อว่า “Harmonies Ontology” เพื่อใช้ในด้านกรท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยออนโทโลยีอยู่ใน รูปแบบของเอกสารอาดีเอฟ (RDF) เชื่อมโยงข้อมูลที่พิก และเทศกาล เป็นหลัก งานวิจัยของ Alonso และคณะ (2013) นำเสนอระบบให้คำแนะนำการท่องเที่ยวส่วนบุคคลที่พัฒนาฐานความรู้โดยใช้ ออนโทโลยีผ่านการอนุมานได้ข้อเสนอแนะส่วนบุคคลให้กับนักท่องเที่ยวความต้องการของผู้ใช้ จะ ขึ้นอยู่กับข้อมูลนำเข้าที่ผู้ใช้ป้อนให้ระบบ และสามารถปรับปรุงคำแนะนำอย่างต่อเนื่องผ่านทาง ข้อเสนอแนะที่ได้จากการโต้ตอบที่ผ่านมา Bahramian และ Ali Abbaspour (2015) สร้างระบบให้ คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวมีเวลาและงบประมาณจำกัด ให้ได้คำแนะนำที่ดีที่สุด ให้คำแนะนำส่วนบุคคลให้กับผู้ใช้ได้ตามความต้องการ โดยใช้ฐานความรู้ของระบบพัฒนาจากออนโทโลยีในขอบเขต โดเมนของการท่องเที่ยว Tang และ Cai (2010) ได้ทำการสร้างออนโทโลยีการท่องเที่ยวจากเอกสารที่

ไม่มีโครงสร้าง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ที่พัก ร้านอาหารจากเอกสาร และบทความต่าง ๆ ซึ่งเป็นเอกสารที่ไม่มีโครงสร้างที่อยู่ในเว็บไซต์ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์จากลักษณะเด่นของข้อมูล เพื่อนำมาข้อมูลเหล่านั้นมาสร้างออนโทโลยี เพื่อให้ผลการค้นหาตรงตามความต้องการมากยิ่งขึ้น Pérez และคณะ (2006) ได้ศึกษารูปแบบการใช้ภาษาสปาร์เคิลที่เน้นไปในรูปแบบของกราฟอาดีเอพอย่างง่าย ซึ่งได้ทำการทดสอบและประเมินผลของการใช้คำสั่งในรูปแบบทั่วไปและรูปแบบที่ซับซ้อน ต่อมา Kolas (2008) ใช้ภาษาสปาร์เคิล เพื่อสืบค้นข้อมูลทางภูมิศาสตร์ อีกทั้งยังพบว่า Hartig และคณะ (2009) ได้นำเสนอการใช้ภาษาสปาร์เคิลในการสืบค้นข้อมูลจากเว็บ โดยได้อธิบายแนวคิดและอัลกอริทึมที่ในการพัฒนา ต่อมา Elbassuoni และคณะ(2010) ยังได้ใช้สปาร์เคิลไปประยุกต์ใช้สำหรับการสืบค้นข้อมูลเชิงความหมายในเว็บ โดยพัฒนารูปแบบโครงการจัดเก็บใหม่ ซึ่งได้ลดการตั้งค่าอาดีเอพ และเพิ่มขยายส่วนสืบค้นในภาษาสปาร์เคิล จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงข้อดีของการประยุกต์ใช้หลักการของ ออนโทโลยี มาใช้ในระบบแนะนำการท่องเที่ยวในรูปแบบปกติ รวมถึงประสิทธิภาพของภาษาสปาร์เคิลในการค้นคืนข้อมูล

2.10 สรุป

ในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ องค์ประกอบของลักษณะการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว แนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมู่บ้านแม่กำปอง ระบบแนะนำ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง