

ประเทศไทยมิได้กระจุกตัวอยู่แต่เฉพาะในเมืองหลวงหรือเมืองที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอื่นอีกต่อไป แต่เกิดแหล่งท่องเที่ยวในชนบทของภาคต่างๆ มากขึ้น จากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศมีถนนหนทางจากเมืองหลวงไปสู่ภูมิภาคกล่าวคือจากจังหวัดไปสู่อำเภอ และจากอำเภอไปสู่ท้องถิ่นชนบท ประกอบกับบริษัทนำเที่ยวได้เสนอทางเลือกใหม่หลากหลายให้แก่นักท่องเที่ยวตามความสนใจ จึงทำให้ทุกมุมของประเทศไทยมีโอกาสเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น ดังนั้นแนวทางการลงทุนเพื่อจัดธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับท้องถิ่นชนบทจึงมีความเป็นไปได้ แต่ในการนี้จะต้องคำนึงถึงปัจจัยเกี่ยวข้องต่อไปนี้ ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านบุคคล

ประกอบด้วย

๑) นักท่องเที่ยว ซึ่งจะเลือกไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวตามความสนใจของตน อาจเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการเยี่ยมญาติมิตร เป็นต้น นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังที่ใดมักจะคำนึง เช่น มีสิ่งดึงดูดใจตามที่นักท่องเที่ยวจะเลือกไปเยือนหรือไม่ มีกิจกรรมใดที่สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปเยือน ราคาและความปลอดภัยเป็นอย่างไร เป็นต้น

๒) นักลงทุน ซึ่งเป็นฝ่ายจัดหาสินค้าและบริการตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้เพื่อให้การท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นมีศักยภาพสูงขึ้น เช่น บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร ที่พักแรม ร้านขายของที่ระลึก ความสะดวกในด้านการเดินทาง เป็นต้น นักลงทุนจะคำนึงผลตอบแทนที่จะได้รับ นักลงทุนจึงพิจารณาการตลาดที่สำคัญคือลงทุนแล้วมีกำไร

๓) รัฐบาล ซึ่งจะต้องมองเห็นว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญในทางเศรษฐกิจ เป็นที่มาของรายได้ในรูปของภาษี รัฐบาลมีบทบาทในด้านจัดให้มีปัจจัยพื้นฐาน เช่น เส้นทางคมนาคม ไฟฟ้า ประปา ระบบการสื่อสาร ระบบความปลอดภัย และการพยาบาล เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ท้องถิ่นเพิ่มศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว บริเวณที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ หรือบริเวณที่มีโบราณสถานสำคัญ หากเข้าถึงยากก็หมดความหมายที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือขาดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน แม้พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่แล้ว นักท่องเที่ยวจะไม่เลือกไปเยือนเป็นครั้งที่สอง

๔) ประชาชนในพื้นที่ ประชาชนมีความสำคัญในฐานะที่เป็นเจ้าบ้าน มิ่งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ของโลก ที่ถามนักท่องเที่ยวว่าเลือกไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งด้วยเหตุผลใด ปรากฏว่าความเป็นมิตรของคนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยอันดับแรกของการเลือกไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นถ้าประชาชนในถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวไม่คิดเอานักท่องเที่ยวเป็นเหยื่อ ยิ้มแย้มแจ่มใสกับผู้เยือน ให้การอนุเคราะห์ในฐานะที่เป็นเจ้าบ้านไม่เอาเปรียบหลอกลวงนักท่องเที่ยว จะทำให้บรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นเพิ่มศักยภาพให้แก่ตนเองได้มากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ

แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจสามารถจะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง แต่บางแห่งอาจมีสิ่งจูงใจเพียงอย่างเดียว แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจหลายอย่างจะได้เปรียบในด้านการตลาดที่กว้างขึ้น สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว

อาจแบ่งได้ดังนี้

๑) ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ภูมิอากาศ ชายทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ทิวทัศน์ตามธรรมชาติ เป็นต้น

๒) ทรัพยากรวัฒนธรรม เช่น แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ไร่ละคร และตัวประชากรเอง เป็นต้น

๓) สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสาธารณะ สถานที่สำหรับการกีฬาและสวนสนุก เป็นต้น

๔) เทศกาล เช่น งานเทศกาลวันสารทจีน ครุฑธรรมราช เทศกาลกินเจที่จังหวัดภูเก็ต งานแห่เทียนพรรษาที่จังหวัดอุบลราชธานี และงานช้างที่จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

๕) กิจกรรมเฉพาะอย่าง เช่น แหล่งการพนันที่มาเก๊า หรือที่เกนติ้ง ไฮแลนด์ ในประเทศมาเลเซีย เป็นต้น

๖) สิ่งดึงดูดใจทางจิตวิทยา เช่น การล่องแก่งที่ค่อนข้างเสี่ยงภัย การบินเขา และการผจญภัยในดินแดนห่างไกล เป็นต้น

จากการศึกษาโดยคณะกรรมการขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) เมื่อ ค.ศ. ๑๙๖๗ พบว่าคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าสำคัญ เรียงตามลำดับคือ

๑) การให้ความอบอุ่นใจและความเป็นมิตรของประชาชน

๒) ความสะดวกในด้านที่พักแรม

๓) ทิวทัศน์ที่สวยงามตามธรรมชาติ

๔) ความเหมาะสมในด้านราคา

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาโดยสอบถามนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ทั้งนอกและในประเทศสหรัฐอเมริกา สิ่งที่นักท่องเที่ยวแสวงหาเลือกเป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวคือ

๑) ทิวทัศน์ที่สวยงาม

๒) คุณลักษณะอันน่าพอใจของคนในถิ่น

๓) สถานที่พักที่เหมาะสม

๔) การได้มีโอกาสพักผ่อนเปลี่ยนอิริยาบถ

ที่สำคัญก็คือจากการศึกษาทั้งสองรายการทัศนคติต่อคนในพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในอันดับสูง

การท่องเที่ยวจึงเป็นการผสมผสานขององค์ประกอบที่สำคัญหลายประการ คือสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และการเข้าถึงได้ง่ายของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการวางแผน

อย่างไรก็ตาม ท้องถิ่นใดจะพัฒนาท้องถิ่นของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและดำรงอยู่อย่างมั่นคง จะต้องพิจารณาวางแผนในประเด็นดังต่อไปนี้

๑) การวิเคราะห์ตลาด โดยการศึกษาอย่างละเอียดถึงแนวโน้มของการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประเภทของตลาด และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

๒) คุณค่าของทรัพยากร เป็นการพิจารณาถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวว่าเหมาะสมเพียงใด เช่น สิ่งดึงดูดใจผู้มาเยือนว่าสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หรือไม่ การมีสิ่งดึงดูดใจที่หลากหลายจะดีกว่าได้เปรียบ การวางแผนพัฒนาจะต้องคำนึงถึงสิ่งดึงดูดใจที่มีอยู่แล้ว รวมทั้งความเป็นไปได้ที่จะสร้างขึ้นใหม่

วัฒนธรรมที่มีอยู่ในถิ่นถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างหนึ่ง หากนำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวให้เหมาะสม เช่น อาหารพื้นบ้าน หัตถกรรมพื้นบ้าน งานเทศกาลในชุมชน ชุมชน

จะต้องคิดว่าจะนำสิ่งนั้นมาเป็นประโยชน์ทางการท่องเที่ยวอย่างไรได้บ้าง

กำลังคนเป็นองค์ประกอบสำคัญท้องถิ่นชนบทที่กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว กว่าจะพัฒนาคนในชุมชนให้เป็นแรงงานทางการท่องเที่ยวได้จะต้องอาศัยเวลา เช่น เรื่องเกี่ยวกับภาษาของผู้มาเยือน รวมทั้งการฝึกทางเทคนิคให้มีทักษะหลายๆอย่าง ซึ่งต้องใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น

พื้นที่ชนบทบางแห่งมีลักษณะทางธรรมชาติและวัฒนธรรมซึ่งพร้อมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ แต่สิ่งเหล่านี้จะไร้คุณค่าถ้าไม่สามารถจะเชื่อมกับตลาด โดยมีถนนหนทางรวมทั้งความสะดวกอย่างอื่นที่เรียกว่าโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารจะต้องอาศัยระบบการขนส่ง นอกจากนี้แล้วบริการสนับสนุนอื่นจะต้องตามมา เช่น เรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การบริการอาหารการซ่อมบำรุง เป็นต้น

๓) การตลาด ชุมชนของเราจะขายการท่องเที่ยวให้แก่ใคร และจะขายได้อย่างไร การเลือกตลาดเป้าหมาย และการเลือกกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อให้เข้าถึงตลาดนั้น จะต้องประเมินว่ามีความสำเร็จหรือล้มเหลวหรือไม่เพียงใด

๔) การวิเคราะห์เศรษฐกิจและการเงิน เป็นหัวใจของการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว หากมีการลงทุนจะต้องศึกษาความเป็นไปได้ในทางการเงิน เช่น แหล่งเงินทุน จำนวนเงินที่ต้องการการหมุนเวียนทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยและจุดคุ้มทุน เป็นต้น

๕) สิ่งแวดล้อม ชุมชนจะต้องวางแผนการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่โดยไม่ไปทำลาย เป้าหมายสูงสุดของการวางแผนชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว คือทำให้นักท่องเที่ยว

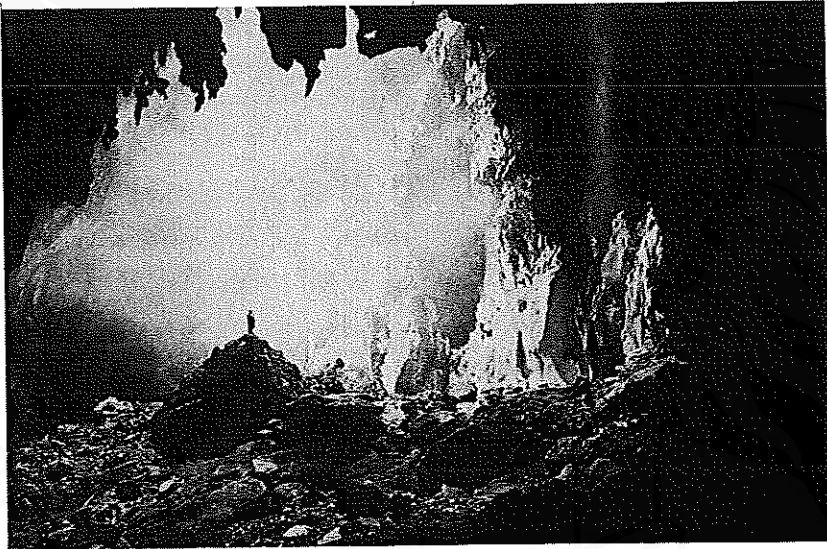
เที่ยวอยู่กับความสวยงามตามธรรมชาติของพื้นที่บริเวณนั้น

๖) ผลกระทบทางสังคม ชุมชนจะมองข้ามผลจากความเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวที่มีต่อคนในแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ ดังนั้นต้องคำนึงว่าทำอย่างไรจึงจะเกิดการประสานประโยชน์ระหว่างคนในชุมชน นักธุรกิจชุมชน นักธุรกิจภายนอกที่เข้ามาในชุมชน และนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อป้องกันความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นและนำไปสู่ความตกต่ำของแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนนั้น

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่คนในท้องถิ่นชนบทจะต้องคำนึงคือ เมื่อท้องถิ่นของตนได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ในระยะแรกที่มีคนต่างถิ่นเข้ามายังไม่มากนัก ทุกคนในพื้นที่จะมีความรู้สึกดีตื่นเต้นและยินดีที่ได้ต้อนรับคนแปลกหน้า แต่เมื่อกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้เยือนเพิ่มขึ้น จะต้องเกิดการแข่งขันในการให้บริการหรือขายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว และอาจนำไปสู่ความขัดแย้งผู้คนที่ไม่ผูกพันกับนักท่องเที่ยวโดยตรง ไม่ได้ประกอบธุรกิจใดที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจะรู้สึกรำคาญ และอาจนำไปสู่ความขัดแย้งในชุมชนและอาจถึงขั้นต่อต้านหรือทำลายในที่สุด สิ่งเหล่านี้ชุมชนที่มีแนวคิดที่จะพัฒนาท้องถิ่นของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว จะต้องร่วมกันประเมินสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและมีผลกระทบต่อชุมชน หากการเปลี่ยนแปลงนั้นจะก่อให้เกิดผลทางลบแก่ชุมชนก็ต้องวางแผนแก้ไข ทั้งนี้เพราะว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องอ่อนไหว แม้ท้องถิ่นจะมีสิ่งดึงดูดใจดีเพียงไร หากนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่ปลอดภัยหรือรู้สึกรำคาญด้วยเหตุผลใดก็ตามเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะลดลง และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตกต่ำ จนยากจะฟื้นฟูให้กลับไปสู่สภาพเดิมได้ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นชนบทจึงควรระมัดระวังทุกชั้นตอน



ทิวทัศน์บริเวณคลองคอกกระ อำเภอกระบุรี จังหวัดระนอง มองเห็นแม่น้ำละอุ่นซึ่งไหลลงสู่ทะเลอันดามัน เป็นอีกจุดหนึ่งที่ท่องเที่ยวผู้ไปเยือนระนองมักจะแวะมาชม



ทิวทัศน์ถ้ำคนโท อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำลอดเขาในภาคใต้