

การส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรรณรัตน์ วงษ์ศรี

สถานการณ์การท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 ประเทศไทยได้พยายามรักษาสถานภาพการตลาดการท่องเที่ยว ที่เป็นอันดับ 3 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองจากจีนและฮ่องกง และ อันดับที่ 20 ของโลกไว้ได้ สถิติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จากเดือนมกราคม 2544 ถึงตุลาคม 2544 มีจำนวน 8.16 ล้านคน มากกว่าช่วงปี 2543 ในช่วงเดือนเดียวกันนั้น มีจำนวน 6.09% นับว่าเป็นฤดูของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสามารถรักษาสถานะของการท่องเที่ยวได้มากกว่าหรือเท่ากับ ปี 2543 ด้วย หัวข้อเรื่อง : Amazing Thailand Amazes the World เกิดกระแสของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) จะมีมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวอนุรักษ์ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมจะดำเนินต่อไปเพื่อที่จะลดการกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้มากที่สุด การเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปตามกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Tourism) หรือ Eco-tourism ซึ่งมีปัจจัยทำให้ตัดสินใจเดินทาง “3S” แบบดั้งเดิม คือ Sun Sand Sea จะลดบทบาทลงจาก แนวทางใหม่ โดย

อาศัย ปัจจัยใหม่ที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรักษาสีสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ “S” (Security) หมายถึงความปลอดภัยที่รวมถึงภัยธรรมชาติทั้งหลาย ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน “S” (Sanitation) หมายถึง ความสะอาด ปราศจากโรค และมลพิษทั้งอากาศ น้ำดื่ม และสิ่งปฏิกูล ต่างๆ “S” (Satisfaction) หมายถึง ความพึงพอใจ ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวในส่วนของคุณค่าทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและด้านการบริการ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความหมายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หมายถึง คือ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว อย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งมั่นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามนโยบายหลักของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545-2549) ซึ่งกำหนดนโยบายหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ต้องมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้น จึงกำหนดให้มีนโยบายหลัก ดังนี้

(1) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องมีการควบคุมดูแลรักษาและจัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหว

(2) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม และมีการปรับให้เกิดความสมดุลกับรูปแบบและกิจกรรมเดิมที่มีอยู่ ท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ หากเน้นในการแปรประโยชน์จากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยรวม

(3) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการศึกษา การสร้างสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกันมากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญด้านเศรษฐกิจ

(4) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องให้ความสำคัญการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการการร่วมในทุกระดับ

(5) ให้ความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความจำเป็นเป็นอันดับแรกในการพัฒนาท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทั้งนี้ให้องค์กรต่างๆ

กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริม งบประมาณ บุคลากรและกำหนดวิธีการที่เหมาะสม

(6) นำแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัดและแผนพัฒนาภาค

(7) สนับสนุนการศึกษา วิจัยและการประเมินผลการพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการการแก้ไขปัญหาและการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

(8) มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแลรักษาสสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

(9) จัดทำแนวทางปฏิบัติหรือคู่มือการจัดการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง

(10) จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งในแนวตั้งและแนวนอนโดยให้มีการประสานด้านข้อมูลข่าวสารและการจัดการร่วมกันทุกระดับ

ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดและการนำเที่ยว

พิจารณาจากนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในบริบทของการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เกิดสัมฤทธิ์ผลตามนิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งควรพิจารณากลยุทธ์ใน 5 ประเด็น ดังนี้

1. การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในทิศทางที่เหมาะสมกับสภาพทรัพยากรและขีดความสามารถในการจัดการรองรับการท่องเที่ยวละเว้นหรือชะลอการส่งเสริมถูกกระทบกระเทือนจากการท่องเที่ยว

2. สนับสนุนการตลาดในรูปแบบประสานการท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายที่เหมาะสมทั้งที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลอดโปรแกรมและแบบผสมผสานกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ที่เหมาะสม

3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการพัฒนาศูนย์การท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาและกิจกรรมเชิงนิเวศ สำหรับกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการตลาดการท่องเที่ยวมุ่งเน้นในกลุ่มเยาวชน กลุ่มแรงงานและเกษตรกรเป็นพิเศษ ทั้งนี้รวมถึงการจัดการศึกษาและกิจกรรมตอบสนองตลาดต่างประเทศด้วย

4. ส่งเสริมการบริการนำเที่ยวเชิงนิเวศให้พัฒนาการบริการที่มีคุณภาพ มุ่งเน้นการให้การศึกษ การเรียนรู้จากประสบการณ์และการมีส่วนร่วมอย่าง เป็นธรรมชาติชุมชนท้องถิ่น และการใช้มาตรฐานในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการบริการอย่างเต็มที่

5. ส่งเสริมการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายใต้ขอบเขตการพัฒนา โดยใช้สื่อที่หลากหลายและมุ่งเน้นให้มีการพัฒนานิเวศในภูมิภาค

ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์การจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยวเพื่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์

การส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย

(1) การส่งเสริมและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพเหมาะสมตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวอย่างสมดุลระหว่างอุปสงค์กับดีมานด์

(2) การส่งเสริมและการพัฒนาบริการนำเที่ยวให้มีปริมาณที่เหมาะสม มีคุณภาพตามกรอบที่กำหนด มีปริมาณที่เพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศจัดให้มีมัคคุเทศก์ที่เป็นระบบรองรับเป็นสื่อกลางให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยว

(3) มีการกระจายตัวนักท่องเที่ยวสู่กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวหลัก รองและทั่ว ๆ ไปในประเทศในสัดส่วนที่สูงขึ้น

(4) มีโครงข่ายการท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้เป็นชุดของการท่องเที่ยว

แผนการส่งเสริมการตลาด แบ่งเป็น 4 แผน คือ

1. การโฆษณา (Advertising)
2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)
3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Relation)

1. การโฆษณา (Advertising) การวางแผนการผลิตสื่อโฆษณา และรณรงค์ เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย แบ่งโครงการต่าง ๆ ไว้ ดังนี้

1.1 โครงการกิจกรรมจัดฝึกอบรมวิทยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับแกนนำนิสิตนักศึกษาและการสร้างเครือข่ายติดตามผลงานนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง

1.2 โครงการรณรงค์กิจกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศ

1.3 โครงการกิจกรรมเรื่องวิถีและเทคนิคการนำเที่ยวในอุทยานแห่งชาติสำหรับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

1.4 โครงการกิจกรรมพัฒนายูวอาสาสมัครต้อนรับนักท่องเที่ยวประจำท้องถิ่น

1.5 โครงการฝึกอบรมกิจกรรมผู้นำอาสาพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมระดับหมู่บ้าน

1.6 โครงการกิจกรรมสื่อพื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดความรู้ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมในชนบท

1.7 โครงการกิจกรรมจัดทำสื่อเผยแพร่ความรู้ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชน

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การวางแผนการขายโดยใช้พนักงานขายเป็นกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประเทศไทย แบ่งเป็นโครงการต่างๆ ดังนี้

2.1 โครงการกิจกรรมจัดฝึกอบรมเรื่องหลักและวิธีบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับ ผู้บริหารจัดการและการพัฒนาเครือข่ายผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.2 โครงการกิจกรรมจัดฝึกอบรมเรื่องหลักและวิธีการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับผู้ประกอบการ

2.3 โครงการกิจกรรมการท่องเที่ยวทัศนศึกษาเชิงนิเวศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสำหรับเยาวชน

2.4 โครงการกิจกรรมค่ายอบรมทัศนศึกษาเชิงนิเวศ ภาคฤดูร้อน

2.5 แผนงานการส่งเสริมการตลาดและการนำเที่ยว

2.6 โครงการกิจกรรมตลาดและส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.7 โครงการกิจกรรมติดตามและประเมินผล เพื่อพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ที่ผู้บริหารการตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการท่องเที่ยวส่งเสริมแบบผสมผสานมีดังนี้

3.1 เดินป่าชมธรรมชาติ (Hiking) เดินชมระบบนิเวศเขตป่าขึ้นด้วยกำลังของคนที่สามารถเดินในป่าเที่ยวชมธรรมชาติและบางครั้งก็อาศัยสัตว์หรือพาหนะต่างๆ เช่น นั้ช้าง ขี่ม้า ซี่ล้อ นั้เกวียน เป็นต้น

3.2 ดูนกดูแมลง (Bird Watching) ผู้สนใจชีวิตของสัตว์ปีกทั้งหลายเดินเที่ยวชมพงไพรเพื่อส่องหานกนานาชนิด แมลง ผีเสื้อ ตั๊กแตนและหิ่งห้อย เป็นต้น

3.3 ล่องแพ ล่องเรือยาง พายแคนู (Rafting/Canoeing) การล่องแพมีทั้งแพไม้ไผ่ เรือยางในลำธาร แก่งทำสำหรับแคนูสามารถพายเที่ยวในลำธาร แก่งและลัดเลาะคลองน้ำจืดกับน้ำกร่อยในพื้นที่ป่าชายเลนได้ เป็นการเที่ยวชมนิเวศในสายน้ำต่าง ๆ

3.4 ดำน้ำ (Diving) มีทั้งการดำน้ำตื้น (Skin diving) และประดาน้ำ (Scuba Diving)

3.5 ล่องเรือใบ (Bailing) มีทั้งเล่นเรือใบในน้ำจืดและน้ำทะเล บางลำสามารถพักค้างแรม ในเรือท่องเที่ยวไปตามเกาะแก่งต่าง ๆ ได้

3.6 ขี่จักรยาน (Biking) ขี่จักรยานไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ลัดเลาะไปตามทางเดินป่าได้

3.6.1 เกษตรสัญจร (Agrotour) เที่ยวชมพื้นที่เกษตรกรรมต่าง ๆ ดูความสำเร็จของผู้ประกอบการและเที่ยวชมความหลากหลายทางชีวภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นมีทั้งสวนเกษตร วนเกษตร และฟาร์มปศุสัตว์

3.6.2 เที่ยวหมู่บ้านชนบท ดูวิถีชีวิตชาวบ้าน (Rural Tour) หมู่บ้านที่น่าสนใจในการประกอบอาชีพต่าง ๆ อาทิ หมู่บ้านเลี้ยงช้าง หมู่บ้านทอผ้าไหม หมู่บ้านจักสานและหมู่บ้านที่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ

3.6.3 เที่ยวถ้ำดูหิน (Ltho Tour) เข้าไปดูความแปลกต่าง ๆ ของการเปลี่ยนแปลงของ อุโมงค์ โรง ถ้ำหินงอกหินย้อย ศึกษาหินและฟอสซิล หรือซากบรรพชีวิน

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Relation)

การวิเคราะห์การวางแผนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย แบ่งโครงการต่าง ๆ ไว้ ดังนี้

4.1 โครงการกิจกรรมกำหนดขอบเขตการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูงและจังหวัดที่มีความพร้อม เช่น จังหวัดเชียงราย แม่ฮ่องสอน พะเยา แพร่ นาน เพชรบุรี นครราชสีมา กระบี่ ตรัง เป็นต้น

4.2 โครงการกิจกรรมบูรณะฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเสื่อมโทรม เช่น โครงการฟื้นฟูป่าชายเลน โครงการปลูกต้นไม้คืนสู่ธรรมชาติ

4.3 โครงการกิจกรรมการจัดทำคู่มือต่าง ๆ สำหรับการพัฒนาและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น คู่มือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

4.4 โครงการจัดกิจกรรมให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การจัดประกวด การวาดภาพสัตว์ป่า ธรรมชาติ การจัดประกวดบทความ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และจัดกิจกรรมแบ่งออกเป็นโครงการต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ให้การศึกษาฝึกอบรม ทางด้านความสำคัญต่าง ๆ และประโยชน์ของธรรมชาติ
- 2) โครงการกิจกรรมพัฒนาบุคลากรสมัครต่อนักท่องเที่ยวประจำท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในประเทศไทย

ตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นตลาดที่กำลังได้รับความสนใจ จากนักท่องเที่ยว องค์กรของรัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว นักอนุรักษ์ และบุคคลทั่วไป การแบ่งตลาดการท่องเที่ยว ควรแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือด้านการตลาดที่ต้องการมีสิ่งดึงดูดใจใหม่ ๆ เป็นเหมือนผลิตภัณฑ์ (Product) ในการเสนอขายกับด้านที่ให้ตลาดเป็นทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้น กลยุทธ์ด้านการตลาดจึงเป็นกลยุทธ์ที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการจัดการ โดยต้องจัดให้เกิดความสมดุลระหว่างความสามารถในการรองรับของพื้นที่กับปริมาณนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การตลาดจะต้องพิจารณาการกระจายตัวที่เหมาะสมของอุปสงค์และสนับสนุนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นกระบวนการที่ต้องจัดทำขึ้น โดยมุ่งส่งเสริมให้ตลาดเป็นตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพ และให้การท่องเที่ยวสอดคล้องกับความหมายดังนั้น การตลาดจะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบรรลุเป้าหมายอื่น ๆ ด้วย เช่น ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ส่วนกลยุทธ์ด้านการตลาด เป็นกลยุทธ์ที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการจัดการและการพัฒนาที่มีการดำเนินการอยู่แล้วอย่างมีคุณภาพ โดยต้อง

จัดให้เกิดความสมดุลระหว่างความสามารถให้บริการท่องเที่ยว ทั้งนี้การตลาดจะต้องพิจารณาการกระจายตัวที่เหมาะสมของอุปสงค์และสนับสนุนกลยุทธ์ด้านอื่น ๆ ควบคู่ไปด้วย และกลยุทธ์ในระยะแรกจึงควรมุ่งเน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพ และมีการจัดการรองรับการท่องเที่ยวไว้ค่อนข้างดี และมีการสร้างโครงข่ายการท่องเที่ยวที่เหมาะสมด้วย ในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์พบว่า เป็นกลไกที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระบบตลาดกับตลาดทรัพยากรเชิงนิเวศ โดยเฉพาะกระจายข้อมูล ข้อเสนอแนะไปยังนักท่องเที่ยว

การนำเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่มีศักยภาพที่สุดในการควบคุมพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพที่สุด รวมทั้งเป็นส่วนที่จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้น โดยมีมคคุเทศก์ คือ ผู้มีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลและรายละเอียดของทรัพยากรการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวแบบยกเว้นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากร ภาพรวมแล้วจะมีปริมาณน้อย นอกจากนี้ ตัวกลางนี้ยังจะมีบทบาทที่สำคัญในการกำกับและควบคุมพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวให้อยู่ในกรอบของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งจัดการด้านอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองประชาสัมพันธ์. (2544). เอกสารเผยแพร่นโยบายการท่องเที่ยวของ
นายสมศักดิ์ เทพสุทิน. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองประชาสัมพันธ์. (2543). เอกสารเผยแพร่รายงาน
สถานการณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองสถิติและวิจัย. (2543). เอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยวกับการจัดการ
สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2543). เอกสารประกอบการบรรยายเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ:
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2545). เอกสารประกอบการบรรยายเรื่องแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ นโยบายแผนงานและแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ. กรุงเทพฯ:
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2538). รายงานขั้นสุดท้าย การดำเนินการ
เพื่อกำหนดกลยุทธ์นโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง