

ปริทัศน์บทความวิจัยเรื่อง :

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทประเทศไทย

Tourism Behavior of Quality Tourists in Thailand

รับบทความ	05/05/2022
แก้ไขบทความ	05/06/2022
ยอมรับบทความ	06/06/2022

พิมพิภา ตราชูวนิช ญัฐพงศ์ พันธุ์น้อย

ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Pimwipar Trachuwanih, Nattapong Punnoi

Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University

6370035025@student.chula.ac.th, nattapong.pu@chula.ac.th

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจของประเทศไทยสะท้อนให้เห็นได้จากรายได้ที่เข้ามาของอุตสาหกรรมประเภทนี้ที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ทั้งหมดในประเทศ ในอดีตประเทศไทยได้มีการใช้ตัวชี้วัดความสำเร็จทางการท่องเที่ยวผ่านปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและชาวต่างชาติภายหลังได้พบว่า การเข้ามาของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากจนเกินความสามารถในการรองรับของพื้นที่ก่อให้เกิดปัญหาภัยทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ตามหลายประการ ประเทศไทยจึงได้มีการปรับทิศทางของแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมุ่งไปที่การดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ บทความปริทัศน์ฉบับนี้ผู้เขียนจึงมุ่งที่จะสำรวจและรวบรวมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงความเป็นมาของนิยามนักท่องเที่ยวคุณภาพและนำมาสู่การระบุถึงตัวชี้วัดความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่งได้มีการกำหนดคุณลักษณะของพฤติกรรมใช้จ่ายและระยะเวลาในการพำนักรหรือการพักค้างเป็น ตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบัน นอกจากนี้ได้มีการจัดทำเสนอแนะในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในฝั่งพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพ รวมไปถึงการวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพของพื้นที่ ผ่านแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวอันประกอบไปด้วยองค์ประกอบในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความสามารถในการเข้าถึง เพื่อจะสามารถวางทิศทางของแผนนโยบายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เกิดความสมดุลกับความต้องการทั้งจากฝั่งของนักท่องเที่ยวคุณภาพและในฝั่งของพื้นที่

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว การใช้จ่ายสูง การพักค้าง นักท่องเที่ยวคุณภาพ องค์ประกอบการท่องเที่ยว

Abstract

The tourist industry is a significant part of Thailand's economy, as evidenced by the fact that it generates more than 20% of the country's overall income. Thailand has traditionally measured tourism success by the number of tourists who visit the nation, both Thais and foreigners. The area's capacity being exceeded generated numerous issues with the area's tourism resources. As a result, Thailand's tourism development aims have shifted to focus on quality tourists. The aim of the author was to investigate and collect quality tourist behavior. To have a deeper grasp of the history of the notion of quality tourists, in order to identify success indicators for attracting quality visitors. High spending habits and long stays are two criteria that are important to Thailand's current tourism development strategy. In addition, suggestions for assessing data on the behavior and needs of quality tourists were provided. Included is an assessment of the area's potential and readiness to accept tourists, as well as the quality of the location as seen via the notion of tourism aspects, which are made up of appealing elements. Using the tourism elements, which consists of attraction, amenities, and accessibility. In order to be able to lay out the direction of the policy plan to attract quality tourists and balance the needs of both quality tourists and those in the area

keywords: *Tourism Behavior, High Spending, Long Stays, Quality Tourists, Tourism Elements*

ที่มาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนในการขับเคลื่อนภาคธุรกิจด้านอื่น ๆ ทั้งในทางตรงและทางอ้อม อาทิ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการขนส่งและธุรกิจการโรงแรม เป็นต้น โดยจากการขับเคลื่อนของภาคธุรกิจดังกล่าวจะสามารถสร้างรายได้การท่องเที่ยวพร้อมทั้งเพิ่มอัตราการจ้างงานและสร้างอาชีพให้กับประชากรในประเทศ นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จะสะท้อนภาพลักษณ์การรับรู้ภายในประเทศของตนออกสู่สายตาประเทศภายนอก (วินิจ วีรยางกูร, 2532)

ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ได้เล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาตั้งแต่ในปีพ.ศ. 2503 และมีการก่อตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) หรือในปัจจุบันคือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศให้เกิดการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปริมาณที่มากขึ้นเพื่อจะสามารถนำไปสู่การสร้างรายได้ให้กับระบบเศรษฐกิจและสังคมในประเทศ จากอดีตที่ผ่านมาประเทศไทยได้มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านปริมาณของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งจากผลลัพธ์ของการวัดความสำเร็จดังกล่าวนี้ได้มีผลเป็นที่น่าพึงพอใจจากการปริมาณการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี อย่างไรก็ตามผลลัพธ์ของปริมาณนักท่องเที่ยวจะมีการเพิ่มขึ้นแต่ในทางกลับกันได้มีการค้นพบถึงข้อจำกัดของตัวชี้วัดประเภทนี้จากการเปรียบเทียบกับระหว่างปริมาณของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและอัตราการขยายตัวของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวซึ่งทำให้ค้นพบถึงข้อเท็จจริงที่ว่าปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นนั้นอาจไม่ได้ส่งผลก่อให้เกิดรายได้การท่องเที่ยวที่สูงขึ้นตามมา (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2565) อีกทั้งจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณนักท่องเที่ยวที่รวดเร็วโดยขาดแผนการรองรับและการกระจายตัวที่เหมาะสมได้นำมาซึ่งปัญหาการกระจุกตัวของปริมาณนักท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองหลักจนทำให้เกิดเกินกว่าความสามารถในการรองรับของเจ้าของพื้นที่ (carrying capacity) และเกิดความเสียหายต่อทรัพยากรในประเทศ รวมไปถึงปัญหาในด้านความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวที่ไม่ถึงในกลุ่มชุมชนในระดับท้องถิ่นที่กระจายตัวอยู่ภายในกลุ่มจังหวัดเมืองรองของประเทศไทย (สิทธิพล วิบูลย์ธนากุล, 2562) ส่งผลให้ในปีพ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการปรับทิศทางของแผนการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของปริมาณและรายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวไปยังกลุ่มชุมชนในระดับท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง ผ่านการจัดทำแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองผ่านการนำเสนอการท่องเที่ยววิถีไทยโดยการส่งมอบประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (local experience) ให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้สัมผัส อีกทั้งได้มีการออกโครงการรณรงค์ทางการตลาดกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในเมืองรองอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการท่องเที่ยวเมืองรองลดหย่อนภาษี โครงการ 12 เมืองรองต้องห้ามพลาด เป็นต้น โดยผลลัพธ์จากแผนการพัฒนาดังกล่าวในช่วงแรกได้มีผลลัพธ์ไปในทิศทางที่ดีตามดังวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในช่วงแรกกล่าวคือ แผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองนั้นสามารถกระจายกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในเชิงปริมาณและรายได้การท่องเที่ยวไปยังเมืองรองได้มากขึ้น

อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะเกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวแต่ก็ยังคงพบถึงปัญหาของการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางจังหวัดเมืองรองอยู่เช่นเดิม ประกอบกับในช่วงปลายปีพ.ศ. 2562 ได้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ส่งผลให้เกิดการปรับทิศทางของแผนการท่องเที่ยวครั้งใหญ่ในประเทศไทยในการผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศให้มีมูลค่าสูงบนอุปทานที่เหมาะสมกล่าวคือการลดจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวและการระยะเวลาในการพำนักของนักท่องเที่ยวแทนเพื่อปรับภาพลักษณ์ของท่องเที่ยวไทยให้สามารถเป็นจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพของนักท่องเที่ยวได้ อีกทั้งตั้งเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไปในปีพ.ศ. 2565 ในการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มี

ศักยภาพในการใช้จ่ายสูงและมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ พร้อมทั้งมุ่งให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและไม่สร้างผลกระทบเชิงลบให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยว (ยุทธศักดิ์ สุธาส, 2565)

บทความปริทัศน์ฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการสำรวจและรวบรวมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงความเป็นมาของนิยามนักท่องเที่ยวคุณภาพ และนำไปสู่การระบุถึงขอบเขตตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มุ่งเน้นให้เกิดการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะต่อการวิเคราะห์นโยบายการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพภายใต้ข้อจำกัดของประเทศไทยในปัจจุบัน

นิยามและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคุณภาพ

นักท่องเที่ยวคุณภาพหรืออีกชื่อหนึ่งที่เรารู้จักคุ้นเคยคือนักท่องเที่ยวศักยภาพทั้งสองคำนี้ได้ถูกหยิบยกขึ้นมากล่าวถึงอยู่บ่อยครั้งหลังจากการเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจทั่วโลกต้องหยุดชะงัก ไม่เว้นแม้กระทั่งในประเทศไทยที่ต้องได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวและต้องสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวไปมากกว่า 3.55 ล้านล้านบาทหรือร้อยละ 79 นับตั้งแต่การแพร่ระบาดช่วงแรกในเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 เมื่อนำมาเทียบกับระดับรายได้การท่องเที่ยวจากสถานการณ์ปกติในปีพ.ศ. 2562 (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ, 2564)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงผลกระทบดังกล่าวและได้มีการปรับทิศทางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อเตรียมพร้อมในการเปิดรับนักท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2565 ภายใต้โครงการรณรงค์ในชื่อ Visit Thailand Year 2022 : Amazing New Chapters ทั้งนี้ ได้มีการวางโมเดล “DASH” เป็นแนวทางการดำเนินงานเพื่อพลิกโฉมการท่องเที่ยวไทย (ธุรกิจท่องเที่ยว, 2565) โดยในแต่ละขั้นตอนการดำเนินงานนั้นจะถูกอธิบายผ่านแต่ละตัวอักษร ดังนี้

1. ตัวอักษร D ใช้ในการสื่อความหมายถึงการดำเนินงานส่งเสริมให้เกิดการเดินทางในประเทศ (domestic travel)
2. ตัวอักษร A ใช้ในการสื่อความหมายถึงการดำเนินการกระตุ้นอุปสงค์เชิงคุณภาพ (accelerate demand) กล่าวคือแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวตั้งแต่ในปีพ.ศ. 2565 จะหันมาให้ความสำคัญกับการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังในการใช้จ่ายให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้นกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป
3. ตัวอักษร S ใช้ในการสื่อความหมายถึงการดำเนินการยกระดับระบบนิเวศท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (shape supply) และเหมาะสมต่อการเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวคุณภาพ อีกทั้งยังมีการส่งเสริมในเรื่องของการรณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ
4. ตัวอักษร H ใช้ในการสื่อความหมายถึงการดำเนินการฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (healing Thai economy) ด้วยการเปิดประเทศเพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวลุกเร็วและก้าวไว

ซึ่งแนวทางการดำเนินงานดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงบทบาทความสำคัญของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่จะถูกนำมาเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันและต่อไปในอนาคต นำมาซึ่งความน่าสนใจในการศึกษาความเป็นมาของนิยามนักท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อจะสามารถระบุถึงขอบเขตตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการรวบรวมและสังเคราะห์งานวิจัยที่มีเนื้อหาและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวคุณภาพนั้น ในเบื้องต้นได้มีการค้นพบว่าในบางเอกสารที่นำมาใช้อ้างอิงมีการใช้คำที่สื่อความหมายถึงนักท่องเที่ยวคุณภาพเช่นเดียวกัน คือนักท่องเที่ยวศักยภาพ โดยส่วนใหญ่แล้วการให้ความหมายของนักท่องเที่ยวทั้งสองรูปแบบนี้ มีการให้ความหมายที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน บางงานวิจัยได้มีการสลับใช้คำที่สื่อความหมายของนักท่องเที่ยวคุณภาพและนักท่องเที่ยวศักยภาพสลับกันตามแล้วแต่บริบทของ

ประโยชน์นั้น ๆ ที่เป็นในลักษณะนี้อาจเพราะการให้ความหมายของคำว่านักท่องเที่ยวคุณภาพนั้นถูกนิยามและอธิบายผ่านคุณลักษณะของศักยภาพในเชิงพฤติกรรมบางประการของนักท่องเที่ยวคุณภาพ

โดยจากการศึกษาความเป็นมาของนักท่องเที่ยวคุณภาพหรือนักท่องเที่ยวศักยภาพนั้น พบว่าค่าเหล่านี้ได้มีการถูกหยิบยกขึ้นมาในช่วงการเกิดวิกฤติปัญหาการเข้ามาของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากจนเกินความสามารถการรองรับของพื้นที่ (carrying capacity) ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวที่เน้นเชิงปริมาณหรือการท่องเที่ยวมวลชน (mass tourism) เป็นนโยบายการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายในการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ โดยปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เข้ามานั้นจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำเร็จของการดำเนินงานตามนโยบาย ซึ่งคาดการณ์ไว้ว่าการเข้ามาของปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากนั้น จะสามารถสร้างรายได้การท่องเที่ยวให้กับประเทศในปริมาณมากด้วยเช่นกัน แต่ผลลัพธ์ดังกล่าวกลับไม่เป็นตามที่คาดการณ์ไว้ในเบื้องต้น ซึ่งถูกแสดงให้เห็นจากผลการวิเคราะห์ถึงอัตราการขยายตัวจากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้การท่องเที่ยวที่มาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาในหลายประเทศรวมถึงประเทศไทย พบว่าในแต่ละปีที่ผ่านมาอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวนั้นมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ในขณะที่ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (นิชาภัทร สุรพัฒนานนท์, 2561)

นอกจากนี้การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวนั้นได้ทำให้เกิดอีกหนึ่งปรากฏการณ์คือ ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง (over-tourism) เป็นภาวะที่เมืองท่องเที่ยวเหล่านั้นตกอยู่ในสภาพของเหยื่อของการท่องเที่ยวจากการเข้ามาของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากจนเกินความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และทำให้เกิดผลกระทบในเชิงลบกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ การเกิดมลภาวะทางเสียง การจราจรติดขัด และขยะล้นเมือง เป็นต้น จนนำไปสู่ปัญหาของความเสื่อมโทรมในวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนนั้น ๆ ซึ่งจะทำให้เสน่ห์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ถูกทำลาย ส่งผลต่อการลดลงของความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ และนำไปสู่การขาดความสามารถในการแข่งขันกับพื้นที่อื่นไปในที่สุด (พลอยจันทร์ สุขคง, 2561) อีกทั้งในบางงานวิจัยในต่างประเทศได้มีการกล่าวถึงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากจนทำให้เกิดภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองว่ามักจะมีลักษณะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายกับการท่องเที่ยวที่ต่ำมาอยู่รวมตัวกันตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยม (Deana, Noviantib & Noorc, 2020)

เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบเชิงลบกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากนโยบายการท่องเที่ยวแบบมวลชนจากในอดีตผ่านมาส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทิศทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกจากเดิมที่มุ่งเน้นในการดึงดูดปริมาณของนักท่องเที่ยวเพียงเท่านั้นมาเป็นการให้ความสำคัญกับคุณภาพของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งในช่วงแรกนั้นได้มีการกำหนดคุณลักษณะที่จะสื่อถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้เกิดการดึงดูดให้เข้าในประเทศคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการจ่ายสินค้าการท่องเที่ยว (expenditure) มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป (Milano, Cheer, & Novelli, 2018) นอกจากนี้ยังมีอีกหนึ่งคุณลักษณะที่แสดงถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยวที่มักจะถูกหยิบยกขึ้นมาอธิบายไปพร้อมกันกับคุณลักษณะในการจ่ายอยู่บ่อยครั้งคือ ระยะเวลาในการพำนักร (length of stay) ของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอีกหนึ่งคุณลักษณะที่มีอิทธิพลในการกำหนดปริมาณการใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว กล่าวคือยิ่งนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาในการพำนักรในเมืองท่องเที่ยวที่ยาวนานเท่าไร ก็มีโอกาที่จะส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายไปกับค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าการเดินทางขนส่ง และการช้อปปิ้ง ในเมืองท่องเที่ยวเหล่านั้นมากขึ้นด้วยเช่นกัน (Akhir, 2019) จากการปรับเปลี่ยนทิศทางการตั้งเงื่อนไขคุณลักษณะคุณภาพของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 ประการที่กล่าวมาในข้างต้นนั้น ถือได้ว่าเป็นช่วงแรกที่ได้มีการกำหนดขอบเขตความหมายหรือนิยามของคำว่านักท่องเที่ยวคุณภาพขึ้น ซึ่งจะสามารถสรุปขอบเขตของนิยามได้ว่า นักท่องเที่ยวคุณภาพเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในพฤติกรรมกรใช้จ่ายและการมีระยะเวลาในการพำนักรหรือพักค้างใน

เมืองท่องเที่ยวที่มีมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป โดยคาดการณ์ไว้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมุ่งเป้าหมายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีคุณลักษณะดังกล่าวจะสามารถควบคุมปริมาณของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาจากการดึงดูดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม พร้อมทั้งจะสามารถขยายตัวของรายได้ทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ภายหลังจากได้มีการกำหนดขอบเขตของนิยามนักท่องเที่ยวคุณภาพ ผู้เขียนจึงได้มีการรวบรวมตัวอย่างของเอกสารงานวิจัยในประเทศและในต่างประเทศมีเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นนักท่องเที่ยวคุณภาพจากการสรุปนิยามในช่วงต้นตั้งแต่ในช่วงปีพ.ศ. 2556 - พ.ศ. 2564 ดังตาราง 1 ซึ่งพบว่างานวิจัยที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีวิธีการวิจัยในลักษณะของการกำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวคุณภาพและลงสำรวจในบางพื้นที่ พร้อมทั้งจัดประชุมกลุ่มย่อย และสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยมักจะมีการอธิบายถึงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านพฤติกรรมหลักอยู่ 2 ประเด็น ในประเด็นแรกคือกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพของพฤติกรรมทั่วไปในการท่องเที่ยว โดยจะมุ่งเน้นไปที่การกล่าวถึงคุณลักษณะของความสามารถในการใช้จ่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นมากกว่ามาตรฐานของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป ประกอบกับระยะเวลาในการพำนักในระหว่างการท่องเที่ยวที่ยาวนานและก่อให้เกิดโอกาสของการพักค้างในพื้นที่มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป ส่วนในประเด็นที่สองคือกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพของพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยาที่มีการวิเคราะห์ผลมาจากมุมมองในฝั่งของอุปสงค์หรือในฝั่งของนักท่องเที่ยวคุณภาพตัวอย่างที่ได้ทำการสัมภาษณ์ โดยจากการวิเคราะห์พบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะมีความชื่นชอบและนิยมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลและชายหาด รองลงมาคือ กิจกรรมช้อปปิ้ง การลิ้มลองอาหารถิ่น และการเยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

อย่างไรก็ดีหลังจากการเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ในช่วงปลายปีพ.ศ. 2562 ได้เกิดการกำหนดคุณลักษณะเพิ่มเติมให้กับนิยามของนักท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่งเป็นผลมาจากการเห็นถึงความสวยงามของทรัพยากรทางธรรมชาติในพื้นที่ที่ถูกฟื้นคืนขึ้นหลังจากในช่วงการปิดประเทศและไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ได้ จนส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติได้มีเวลาในการฟื้นฟูตัวเองให้กลับมาสมบูรณ์อีกครั้ง (ณัฐนิช ชัยดี, 2564) ซึ่งจากปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลให้เกิดการกำหนดคุณลักษณะเพิ่มเติมในพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านมุมมองของฝั่งของอุปทานหรือในฝั่งพื้นที่ที่เป็นเมืองท่องเที่ยว โดยกำหนดคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวคุณภาพเพิ่มเติมคือ นักท่องเที่ยวคุณภาพต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอุปนิสัยในการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบ (responsible tourism) ไม่สร้างผลกระทบเชิงลบให้กับสิ่งแวดล้อมในระหว่างการท่องเที่ยวหรือมีจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รวมทั้งมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบเสพประสบการณ์วิถีชุมชนและให้คุณค่ากับสินค้าท้องถิ่น (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2565)

ตาราง 1 ตัวอย่างงานวิจัยในประเทศไทยและในต่างประเทศที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ ในช่วง ปี พ.ศ. 2556 - พ.ศ. 2564

ผู้เขียน	พฤติกรรมทั่วไปในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมเชิงจิตวิทยาในการท่องเที่ยว
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556	- มีกำลังในการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป - ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวโดยทั่วไป (ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ากิจกรรมการช้อปปิ้ง ฯลฯ) จะเริ่มต้นที่ 11,991 – 20,857 บาท - ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของที่พักและค่ากิจกรรมการช้อปปิ้งที่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วง 5 ปี (พ.ศ. 2551- พ.ศ. 2556) มีการใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 20,857 – 21,597 บาท - วิธีในการเดินทางท่องเที่ยวคือการเดินทางโดยเครื่องบิน เที่ยวบินปกติ รองลงมาคือการเช่าเครื่องบินส่วนตัว รถบัส รถยนต์ส่วนตัวตามลำดับ	- ชื่นชอบการท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือกิจกรรมการช้อปปิ้ง การบริโภคอาหารถิ่น และท่องเที่ยวในสถานที่ที่แสดงถึงวัฒนธรรมพุทธศาสนา - จังหวัดที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต หาดใหญ่ พัทยา และเชียงใหม่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558	- มีระยะเวลาในการพำนักร้อยละประมาณ 4.32 ถึง 9.1 วัน - ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวโดยประมาณ 3,150 -3,750 ดอลลาร์ - นิยมพักโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไปหรือรีสอร์ท - วิธีในการเดินทางท่องเที่ยวคือการเดินทางโดยเครื่องบิน เที่ยวบินปกติ - นิยมวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปจะนิยมเดินทางโดยกรุ๊ปทัวร์	- กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเมื่อเดินทางมาประเทศไทย คือ การช้อปปิ้ง การพักผ่อนชายหาด ลืมลองอาหารถิ่น เยี่ยมชมสถานที่ประวัติศาสตร์ กิจกรรมบันเทิง เที่ยวชมเมืองและทำสปา
กรุงเทพธุรกิจ, 2559	- กำลังการใช้จ่ายสูง	- ให้ความสนใจกับสินค้าท้องถิ่น
อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี, 2560	- นิยมจัดการเดินทางด้วยตัวเองทั้งหมด - มีระยะเวลาในการพำนักร้อยละประมาณ 5 วันขึ้นไป - นิยมพักโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไปหรือรีสอร์ท - มีการใช้จ่ายมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	- ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวทางทะเล - นิยมบริโภคอาหารถิ่นดั้งเดิม
ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2565	- มีกำลังซื้อสูง	- ให้ความสำคัญกับคุณค่ามากกว่าราคา - คัดเลือกสินค้าและบริการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม - ไม่สร้างผลกระทบเชิงลบต่อทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น
Deana, Noviantib & Noorc, 2020	- การพักค้างคืนจำนวน 2 – 3 คืนขึ้นไป - มีการใช้จ่ายใช้สอยในพื้นที่สูง - นิยมพักในที่พักรูปแบบโรงแรมและรีสอร์ท - เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว - ผู้ร่วมเดินทางไม่เกิน 2- 3 คน	- ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านความยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม - มีพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น
Maulana, Koesfardani & Amory, 2020	- มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปสูง - ระยะเวลาในการเข้าพักในระยะยาว	- เข้าใจแนวคิดในการสร้างความยั่งยืนของพื้นที่ - ให้ความสำคัญกับชุมชนท้องถิ่นในแง่ของการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม
ณัฐนิช ชัยดี, 2564	- นักท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการใช้จ่าย	- ใช้จ่ายตรงกับผู้ประกอบการท้องถิ่น - ท่องเที่ยวโดยไม่ให้เกิดการกระทบเชิงลบกับวิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น - มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อสังคมและใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม อาทิ ลดการสร้างขยะ พกกระบอกน้ำส่วนตัว เดินเก็บขยะริมชายหาด

ที่มา : รวบรวมจากเอกสารอ้างอิง, 2565

กล่าวโดยสรุปจากการรวบรวมและสังเคราะห์งานวิจัยที่ว่าด้วยประเด็นของความเป็นมาและนิยามนักท่องเที่ยวคุณภาพจะสามารถกำหนดขอบเขตของนิยามได้ว่า นักท่องเที่ยวคุณภาพเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะของศักยภาพในเชิงพฤติกรรมหลักอยู่ด้วยกัน 2 ประการ ในประการแรกคือ นักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพของพฤติกรรมค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการพำนักรหรือการพักค้างมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป ในส่วนของประการที่สองคือ นักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพของพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยาที่มีการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติ อีกทั้งนิยมการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเรียนรู้ประสบการณ์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น

การระบุถึงตัวชี้วัดของนักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทประเทศไทย

จากการสังเคราะห์คุณลักษณะในเชิงพฤติกรรมทั้ง 2 ประการของนักท่องเที่ยวคุณภาพในช่วงต้นจะสามารถนำคุณลักษณะดังกล่าวมาใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพของแผนนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ โดยในแต่ละคุณลักษณะที่นำมาใช้เป็นตัวชี้วัดไม่ว่าจะเป็นคุณลักษณะของพฤติกรรมในด้านการใช้จ่ายและระยะเวลาในการพำนัก รวมไปถึงคุณลักษณะของพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยา จะมีข้อแตกต่างของการดำเนินการเก็บชุดข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผล รวมไปถึงมีความแตกต่างของการนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ไปใช้ในการวางแผนนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ที่ผ่านมาประเทศไทยได้มีงานวิจัยที่ศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของทั้งนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งในชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยจะมีขั้นตอนในการดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านการลงสำรวจพื้นที่ การตอบแบบสอบถามรวมถึงการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก โดยจะเป็นการศึกษาทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งจะสามารถสรุปผลลัพธ์ของรายละเอียดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวทุกประเภทได้ตาม ตาราง 2

ตาราง 2 ผลการสำรวจและสัมภาษณ์รายละเอียดของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้ง 2 คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั่วไปและคุณภาพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวคุณภาพ		นักท่องเที่ยวทั่วไปในภาพรวม	
	นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวไทย	นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวทั่วไปชาวไทย	นักท่องเที่ยวทั่วไปชาวต่างชาติ
พฤติกรรมการใช้จ่ายและระยะเวลาในการพำนัก	- มีระยะเวลาในการพำนักโดยประมาณ 3 วัน 2 คืน - งบประมาณท่องเที่ยวต่อคนต่อวันอยู่ระหว่าง 1,540.68 - 2,262.34 บาท - ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวโดยประมาณ 6,890.14 บาท	<u>นักท่องเที่ยวต่างชาติในทวีปเอเชีย (จีน อินเดีย รัสเซีย)</u> - มีระยะเวลาในการพำนักโดยประมาณ 4.32 ถึง 9.1 วัน - ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวโดยประมาณ 3,150 -3,750 ดอลลาร์ต่อทริป	- ไม่มีการพักค้างหรือมีระยะเวลาในการพำนักโดยประมาณ 2 วัน 1 คืน - งบประมาณท่องเที่ยวต่อคนต่อวัน 1,060 บาทโดยประมาณ - ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวประมาณ 3,000 บาท	- มีระยะเวลาในการพำนักโดยประมาณ จาก 8.67 ถึง 12.18 วัน - ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวโดยประมาณ 698.03 - 877.19 ดอลลาร์ต่อทริป
		<u>นักท่องเที่ยวต่างชาติในทวีปยุโรป (อิตาลี สเปน เยอรมัน ฝรั่งเศส สวีเดน)</u> - มีระยะเวลานักเดินทางเฉลี่ยโดยประมาณ 9 -13 วัน - มีการใช้จ่ายโดยประมาณ 4,000 ดอลลาร์ขึ้นไปต่อทริป		
พฤติกรรมเชิงจิตวิทยาในการท่องเที่ยว	- ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และเชิงเยี่ยมชมวิถีชุมชน - นิยมท่องเที่ยวในภาคใต้	<u>นักท่องเที่ยวต่างชาติในทวีปเอเชีย (จีน อินเดีย รัสเซีย)</u> - การช้อปปิ้ง การพักผ่อนชายหาด ลืมลองอาหารถิ่น เยี่ยมชมสถานที่ประวัติศาสตร์	- ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ชายหาด รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย	- ชื่นชอบกิจกรรมบริการเชิงสุขภาพ อาทิ การทำสปา นวดแผนไทย แช่น้ำพุร้อน และท่องเที่ยวสถานที่ยามค่ำคืน รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ชายหาด การชิมอาหารไทย และกิจกรรมผจญภัย
		<u>นักท่องเที่ยวต่างชาติในทวีปยุโรป (อิตาลี สเปน เยอรมัน ฝรั่งเศส สวีเดน)</u> - ชื่นชอบการท่องเที่ยวชายหาด ชายหาด การเที่ยวชมเมืองสถานที่ประวัติศาสตร์ การชิมอาหารท้องถิ่น และการช้อปปิ้ง		

ที่มา : รวบรวมจากเอกสารอ้างอิง, 2565

ข้อค้นพบข้อแรกที่เราเห็นได้จากตารางการสรุปผลลัพธ์ของรายละเอียดข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มาจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในทุกประเภทในช่วงต้น แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะของพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาในการท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มว่ามีความชื่นชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมมีความใกล้เคียงกันมาก อาทิ การชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ กิจกรรมการช้อปปิ้ง และกิจกรรมการลิ้มลองอาหารถิ่น เป็นต้น ซึ่งจากผลลัพธ์ดังกล่าวจะมีข้อดีคือ สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้มาวางแผนทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ในทุกรูปแบบ ในทางกลับกันเนื่องด้วยความคล้ายคลึงของผลลัพธ์รายละเอียดข้อมูลในด้านคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวทุกประเภท จึงส่งผลให้มีความเป็นไปได้ยากในการนำข้อมูลคุณลักษณะดังกล่าวมาใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทของประเทศไทยเพียงกลุ่มเดียว

แตกต่างจากข้อมูลรายละเอียดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านการใช้จ่ายและระยะเวลาในการพำนักที่พบว่า มีความแตกต่างกันของข้อมูลค่าใช้จ่ายในระหว่างการท่องเที่ยวและระยะเวลาในการพำนักหรือการพักค้างกันอย่างชัดเจนของนักท่องเที่ยวในทุกประเภท ซึ่งจากลักษณะของผลลัพธ์ดังกล่าวจึงมีความเป็นไปได้มากกว่าที่จะนำข้อมูลคุณลักษณะในด้านการใช้จ่ายและระยะเวลาในการพำนักมาใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทของประเทศไทย ไม่เพียงแค่ว่าเพราะรายละเอียดของข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มาจากการสัมภาษณ์ที่มีผลลัพธ์แตกต่างกันเพียงเท่านั้น แต่ยังมีอีกเหตุผลที่เข้ามาสนับสนุนให้คุณลักษณะในด้านการใช้จ่ายและระยะเวลาในการพำนักเหมาะสมที่จะมาใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทของประเทศไทยคือ กรณีศึกษาจากตัวอย่างงานวิจัยในต่างประเทศที่มักจะนำคุณลักษณะในด้านการใช้จ่ายและระยะเวลาในการพำนักมาเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จด้วยเช่นกัน เนื่องด้วยเป็นคุณลักษณะในเชิงพฤติกรรมที่ถูกกล่าวถึงเกี่ยวกับประเด็นนักท่องเที่ยวคุณภาพมาอย่างยาวนานตั้งแต่ในช่วงแรกของการกำหนดนิยามและความหมายของคำว่านักท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ถูกยอมรับกันในระดับสากล (Aguiló, Rosselló, & Vila, 2017; Wang et al., 2018; Maulana, A., Koesfardani, C.P. & Amory, G.A., 2020).

ข้อเสนอแนะต่อการวิเคราะห์นโยบายการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพภายใต้ข้อจำกัดของประเทศไทย

ภายหลังจากสังเคราะห์ข้อมูลรายละเอียดของพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพในคุณลักษณะด้านการใช้จ่ายและระยะเวลาในการพำนัก ที่มีความเหมาะสมในการกำหนดให้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทของประเทศไทยนั้น นำมาสู่ข้อเสนอแนะในการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวให้ออกมาเป็นคำตอบบางอย่าง ที่จะสามารถนำไปวางแผนนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถเกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

โดยจากลักษณะของข้อมูลคุณลักษณะด้านการใช้จ่ายและระยะเวลาในการพำนักที่ได้มาจากการวิจัยที่ใช้อ้างอิงในประเด็นการศึกษานักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีวิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการดำเนินการสำรวจ การตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยนั้น จะเป็นข้อมูลที่มีลักษณะในการกล่าวถึงพฤติกรรมและความชื่นชอบในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่งถูกวิเคราะห์มาจากมุมมองของฝั่งอุปสงค์หรือฝั่งนักท่องเที่ยวคุณภาพที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เพียงเท่านั้น โดยคาดการณ์ไว้ว่าข้อมูลดังกล่าวจะสามารถนำไปกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพ และก่อให้เกิดการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่จะมีการใช้จ่ายและการพำนักให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

อย่างไรก็ดีจากปัญหาของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมวลชนในอดีตที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้เขียนตระหนักถึงความสำคัญของการวิเคราะห์ความพร้อมหรือศักยภาพในฝั่งของอุปทานหรือในฝั่งพื้นที่ ที่จะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ

สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้วยเช่นกัน ซึ่งจากข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มาจากมุมมองของฝั่งอุปสงค์ในข้างต้นนั้น จะสามารถบอกเพียงว่าต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านใดบ้างจะสามารถตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพ แต่ไม่สามารถระบุได้ถึงความสามารถของพื้นที่ในปัจจุบันว่ามีความพร้อมในการพัฒนามากน้อยเพียงใด ซึ่งในแต่ละพื้นที่เมืองท่องเที่ยววันนั้นก็จะมีความซับซ้อนขององค์ประกอบภายในเมืองที่มีศักยภาพที่แตกต่างออกไปในแต่ละบริบท การที่จะวางนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมที่มีมุมมองมาจากฝั่งอุปสงค์อย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ อีกทั้งอาจเกิดปัญหาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่มากเกินไปจนเกินไปจนเคยอย่างในอดีต

ผู้เขียนจึงต้องการให้ข้อเสนอแนะวิธีการในการวิเคราะห์ถึงความพร้อมและศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวแต่ละเมืองในประเทศไทย เพื่อจะสามารถนำไปสู่การวางนโยบายการท่องเที่ยวในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพที่เหมาะสมในแต่ละศักยภาพของเมืองและสร้างสมดุลระหว่างความต้องการในฝั่งอุปสงค์และในฝั่งอุปทานได้ จากกรณีศึกษางานวิจัยการวางนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองการุฏ (Garut District) ของประเทศอินโดนีเซียนั้น (Rizal, 2021) ได้มีการนำแนวคิดองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 3 ประการ (3A's) ที่ถูกริเริ่มใน ปีค.ศ.1987 โดย Collier และ Harraway ซึ่งจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบในด้านดึงดูดใจ (attraction) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว (amenities) และความสามารถในการเข้าถึง (accessibility) มาใช้ในการกำหนดขอบเขตการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ผ่านองค์ประกอบการท่องเที่ยวภายในเมือง โดยจะมีการเก็บชุดข้อมูลเพื่อมาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเหล่านั้นผ่านการสำรวจภาคสนาม พร้อมทั้งการตอบแบบสอบถามและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองนั้น ๆ และคนในท้องถิ่นเอง ซึ่งข้อจำกัดของกระบวนการวิจัยดังกล่าวคือ ความล่าช้าที่เกิดจากการเก็บชุดข้อมูลมาใช้ในวิเคราะห์ถึงความพร้อมของศักยภาพองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านในแต่ละเมือง เพื่อจะสามารถวางแผนทางในการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละด้านที่มีระดับศักยภาพที่ต่างกันในแต่ละเมือง ให้มีความพร้อมในการรองรับและมีอิทธิพลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ

อย่างไรก็ตามแม้ในปัจจุบันจะมีประเด็นของข้อจำกัดในความล่าช้าของการเก็บชุดข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละเมืองมาใช้ในการวิเคราะห์ถึงความพร้อมและศักยภาพของพื้นที่ แต่ในอนาคตอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการในการนำมาซึ่งชุดข้อมูลไปในทิศทางที่ดีขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่าสามารถที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่เหล่านั้นผ่านฐานข้อมูลทุติยภูมิที่มีการเก็บรวบรวมจากหน่วยงานในภาครัฐที่มีหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบในประเด็นขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันได้เริ่มมีฐานข้อมูลดังกล่าวปรากฏให้เห็นผ่านหน้าเว็บไซต์ของหน่วยงานที่ดูแลข้อมูล อาทิ ชุดข้อมูลจำนวนของสถานีรถไฟที่เป็นตัวแปรหนึ่งที่จะสื่อถึงความพร้อมขององค์ประกอบในด้านความสามารถในการเข้าถึงซึ่งจะถูกจัดเก็บโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย และชุดข้อมูลจำนวนและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่จะสื่อถึงความพร้อมขององค์ประกอบในด้านดึงดูดใจก็ได้มีการถูกจัดเก็บโดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอยู่ปัจจุบัน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2542). *การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว ปี 2542*. สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2565, จาก <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/T14751.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง จีน อินเดีย รัสเซีย*. สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2565, จาก https://tatreviewmagazine.files.wordpress.com/2015/05/china-india-russia_high_potential.pdf
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/sector7rabbithood.pdf>
- กฤษฎา กาญจนาลัย. (2561). *แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต*. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- จารุวรรณ พิลลา. (2563). *การเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีศักยภาพสูง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).
- ณัฐฤทธิ นิธิประภา. (2564). *บทวิเคราะห์สถานการณ์ MSME สาขาธุรกิจท่องเที่ยว ปี 2564 และแนวโน้มปี 2565*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2565, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20211012232619.pdf
- ณัฐนิช ชัยดี. (2564). *ใคร ๆ ก็เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพได้ : รู้จัก Responsible Tourism ไทยอย่างรับผิดชอบ*. สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2565, จาก <https://thematter.co/brandedcontent/responsible-tourism/156064>
- นิชาภัทร สุรพัฒน์นันท. (2561). *การท่องเที่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ฮีโร่จำเป็นหรือ ฮีโร่ตัวจริง?* สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2565, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/Article_29Oct2019.pdf
- ธุรกิจท่องเที่ยว. (2563). *หวั่นท่องเที่ยวโลกทรุดยาว WTO เร่งทั่วโลกristารต์*. สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2565, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-489984>
- ธุรกิจท่องเที่ยว. (2565). *ททท. เปิดแผนเชิงรุกท่องเที่ยวไทยดันรายได้รวม 1.28 ล้านล้านบาท*. สืบค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-863955>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พลอยจันทร์ สุขคง. (2561). *หรือเราควรหยุดเที่ยว? ไขปัญหาภาวะ 'นักท่องเที่ยวล้นเมือง' ทั่วทุกมุมโลก*. สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2565, จาก <https://thestandard.co/overtourism>
- ยงยุทธ แก้วอุดม. (2563). *ม.หอการค้าฯ ชี้ทางรอดเที่ยวไทย โฟกัสนักท่องเที่ยวคุณภาพ-เพิ่มรายได้*. สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2565, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-463995>
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2565). *2565 ปีพลิกโฉมเที่ยวไทยก้าวสู่ท่องเที่ยวคุณภาพ-ยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2565, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-834718>
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). *การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ. (2564). *ttb analytics ประเมินผลกระทบโควิด ภาคการท่องเที่ยวช่วงที่ผ่านมา*. สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2565, จาก <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/travel-thailand-after-unlocking>

- สันติ ชูตินธรา. (2560). *การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวหลัก...อย่าให้ใหญ่เกินไปตัว (Tourism: Super Size ME)* [จุลสาร]. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2565, จาก https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/final%20report_63.pdf
- สิทธิพล วิบูลย์ธนากุล. (2562). *ความท้าทายการท่องเที่ยวไทย ปัญหานักท่องเที่ยวล้น*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/123038>
- Aguiló, E., Rosselló, J., & Vila, M. (2017, January). Length of stay and daily tourist expenditure: A joint analysis. *Tourism Management Perspectives*, 21, 10-17.
- Akhir, Laporan. (2019). *Kajian length of stay Kab Bantul 2019*. Retrieved from [https://pariwisata.bantulkab.go.id/filestorage/dokumen/2019/10/Kajian Length of Stay Kab Bantul 2019.pdf](https://pariwisata.bantulkab.go.id/filestorage/dokumen/2019/10/Kajian%20Length%20of%20Stay%20Kab%20Bantul%202019.pdf)
- Collier, Alan & Harraway, Sue. (1987). *The New Zealand tourism industry*. Auckland: Longman.
- Deana, D. L., Noviantib, S. & Noorc, A. (2020). The international and domestic tourist behavior in Australia: Quality vs. quantity issue in regional tourism development perspective. *International Journal of Applied Business Research*, 2, 47-58.
- Maulana, A. (2018). Pemetaan prospek kunjungan wisatawan asal Tiongkok di pasar global. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 26(2), 117-130.
- Maulana, A., Koesfardani, C. P. & Amory, G. A. (2020). The mapping of quality tourist prospects for Indonesia's tourism markets. *Binus Business Review*, 11, 167-174.
- Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (2018). *Overtourism: A growing global problem*. Retrieved from <https://theconversation.com/overtourism-a-growing-global-problem-100029>
- Rizal, A. (2021). Implementation of tourism development policies in Garut District, West Java province, Indonesia. *The Institute of Biopaleogeography named under Charles R. Darwin*, 5, 1-40.
- Wang, L., Fong, D. K. C., Law, R., & Fang, B. (2018). Length of stay: Its determinants and outcomes. *Journal of Travel Research*, 57(4), 472-482.
- Wibawa, B., Prijambodo, T., Fauzi, I., & Shabrina, N. (2020, September). Marine tourism infrastructure and human resources development. *Journal of Physics: Conference Series*, 1625(1), 012068.