

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ประเทศไทย นับเป็นประเทศผู้นำด้านการท่องเที่ยวในเอเชีย ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีการเจริญเติบโตที่ดีที่สุด นอกจากนี้เอเชียเป็นทวีปที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนเป็นอันดับ 2 รองจากยุโรป และเป็นจุดหมายปลายทางที่การท่องเที่ยวขยายตัวมากที่สุด และคาดว่าจะขยายตัวมากขึ้นตามการเจริญเติบโตของจีนและอินเดีย ในการศึกษานี้จะเน้นเฉพาะกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ดังนั้นภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญสำหรับประเทศไทยไปอีกยาวนาน

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2538 - 2547) พบว่า มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี โดยมีการชะลอตัวในปี พ.ศ. 2546 เนื่องจากผลกระทบจากการระบาดของโรคซาร์ส สำหรับแนวโน้มในปี พ.ศ. 2558 คาดว่าอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนประมาณ 52.02 ล้านคน และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในภูมิภาคจะตกอยู่กับไทยเป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้รูปแบบการท่องเที่ยวภายในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ยังมีแนวโน้มใหม่เกิดขึ้น กล่าวคือ การท่องเที่ยวชายแดนของประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงจะทวีความสำคัญมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันตลาดจีนจะเป็นตลาดที่สำคัญอย่างยิ่งยวดของประเทศในกลุ่มนี้

การเปรียบเทียบสมรรถนะด้านการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

รัฐบาลไทยมีวิสัยทัศน์จะให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย วิสัยทัศน์นี้ไม่ใช่เป็นของไทยเท่านั้น ประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิงคโปร์ก็เคยประกาศวิสัยทัศน์เช่นนี้มาก่อน จุดเด่นของการศึกษานี้ก็เพื่อทำการเปรียบเทียบสมรรถนะของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านและสิงคโปร์

ประเทศต่างๆ ในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ ในการศึกษาเปรียบเทียบสมรรถนะด้านการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยผ่านทางนักท่องเที่ยวจำนวน 5,089 ตัวอย่าง ที่เก็บมาจาก สปป. ลาว กัมพูชา เวียดนาม และไทย พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วประเทศไทยมีแหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมากที่สุด โดยสิ่งดึงดูดใจที่มีศักยภาพสูงในประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อาหาร และอธริยาศัยของผู้คน ในส่วนการจัดการของภาครัฐและเอกชนนั้นประเทศที่มีศักยภาพเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ประเทศสิงคโปร์ รองลงมาคือประเทศมาเลเซียและประเทศไทย

การวิเคราะห์ Gap Analysis ระหว่าง ประเทศที่มีศักยภาพสูงที่สุดเทียบกับ ประเทศใน อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงที่มีศักยภาพสูงที่สุด พบว่า ไทยได้คะแนนจากแหล่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว มากที่สุด แต่ต่ำกว่ากัมพูชาในด้านประวัติศาสตร์ และต่ำกว่าสิงคโปร์เพียงสองด้าน คือ สวนสนุก และการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ในขณะที่ด้านการจัดการของภาคเอกชน ไทยตกเป็นรองสิงคโปร์ โดยเฉพาะด้านมาตรฐานสุขอนามัยซึ่งมีคะแนนต่ำถึงร้อยละ 16.36 และด้านการจัดการของภาครัฐ ที่ประเทศสิงคโปร์มีศักยภาพสูงที่สุดในทุกด้านจะมีคะแนนที่สูงกว่ามากในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการที่เกี่ยวกับสาธารณสุขและการจัดการมลพิษประเภทต่างๆ ที่มีความแตกต่างกันถึง ร้อยละ 11 – 28

การวิเคราะห์พฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน ประเทศในลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง มีการใช้จ่าย ที่แตกต่างกันตามลักษณะเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาใน ภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงที่สุด เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งค่าใช้จ่ายเฉลี่ยดังกล่าวมีค่าสูงกว่าค่าใช้จ่าย เฉลี่ยที่นำเสนอโดย ADB (2005) นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว เฉพาะกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS as One Destination) จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวันน้อยกว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวเพียงประเทศเดียว หรือมาท่องเที่ยวหลายๆ ประเทศที่ไม่ใช่ ประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการกลับมาเที่ยวอีกจะมี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำอีก และกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ ของการเดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ด้วยวัตถุประสงค์อื่นๆ

นอกจากนี้จากการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยวิธีทดสอบทางสถิติ และวิธีการวิเคราะห์การจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis: MCA) พบว่า ในปี พ.ศ. 2548 นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวันประมาณ 4,294 บาท เป็นการใช้จ่ายในส่วนของค่าซื้อของที่ระลึกและค่าที่พักในสัดส่วนที่สูง ที่สุด โดยค่าซื้อของที่ระลึกประเภทที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของไทยเป็นค่าใช้จ่ายที่มีมูลค่าสูงที่สุดใน บรรดาค่าซื้อของที่ระลึกทั้งหมด นักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยจะมีการใช้ จ่ายในการท่องเที่ยวสูงที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทยมากกว่า 2 เดือน (Long Stay) จะมีการใช้จ่ายน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ รายได้ มีผลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงที่สุด จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35 - 44 ปี หรือมากกว่า 60 ปี เป็นผู้มิวชาชีพและทักษะขั้นสูง และเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากอาเซียน หรือตะวันออกกลาง หรือเอเชียใต้

ผลกระทบของเหตุการณ์วิกฤติระดับโลกที่มีต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ผลกระทบของเหตุการณ์วิกฤติต่างๆ ในโลกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยวิธีการแยกองค์ประกอบที่เรียกว่า X-12-ARIMA พบว่า เหตุการณ์ที่ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงมากที่สุด คือ เหตุการณ์การระบาดของโรคซาร์ส ที่มีขนาดของผลกระทบทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 70.02 ของภาวะปกติ และมีระยะเวลาของผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งหมด 3 เดือน (เมษายน พฤษภาคม และมิถุนายน) โดยกลุ่มตลาดที่ได้รับผลกระทบสูง คือ ตลาดกลุ่มเอเชียตะวันออก (จีน ไต้หวัน และฮ่องกง) ส่วนเหตุการณ์ที่มีขนาดของผลกระทบรองลงมา คือ เหตุการณ์การระบาดของโรคไข้หวัดนก ที่มีขนาดของผลกระทบทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 31.43 ของภาวะปกติ และมีระยะเวลาของผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งหมด 3 เดือน (กุมภาพันธ์ มีนาคม และเมษายน) โดยกลุ่มตลาดที่ได้รับผลกระทบสูง คือ กลุ่มตลาดเอเชียตะวันออก (ฮ่องกง และจีน) สำหรับเหตุการณ์ 9-11 เป็นเหตุการณ์ที่มีผลกระทบน้อยที่สุด โดยมีขนาดของผลกระทบทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 7.36 ของภาวะปกติ และมีระยะเวลาของผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งหมด 2 เดือน (ตุลาคม และพฤศจิกายน) โดยประเทศที่ได้รับผลกระทบสูง คือ ตลาดกลุ่มตะวันออกกลาง

แบบจำลองเพื่อการปรับปรุงศักยภาพสินค้าท่องเที่ยวของไทย

จากการประเมินศักยภาพสินค้าท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2548 พบว่า สิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่องของชายหาด แหล่งจับจ่ายซื้อของ และอาหาร เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่ทำให้สินค้าท่องเที่ยวของประเทศไทยมีศักยภาพสูง แต่เมื่อเทียบกับประเทศสิงคโปร์ พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพทางด้านการบริหารงานและการจัดการของภาครัฐและเอกชนต่ำกว่าสิงคโปร์ในเกือบทุกๆ ด้าน ยกเว้น ในเรื่องของราคาหรือความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย และเมื่อวิเคราะห์แบบจำลองเพื่อการปรับปรุงศักยภาพสินค้าท่องเที่ยวของประเทศไทยด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Second Order Confirmatory Factors Analysis) พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการเปรียบเทียบสมรรถนะในข้อ 2

ทัศนคติของคนในท้องถิ่นที่มีต่อผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาจังหวัด เชียงใหม่ และเชียงรายโดยอาศัยแบบจำลองสมการโครงสร้าง

การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งคนในท้องถิ่นจะเป็นฝ่ายที่ได้รับผลกระทบ เหล่านี้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นการตระหนักถึงทัศนคติของคนในท้องถิ่นที่มีต่อการพัฒนา การท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย คนในท้องถิ่นมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวย่อมทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไป อย่างลำบาก และยังทำให้นักท่องเที่ยวไม่สนใจที่จะมาท่องเที่ยวยังท้องถิ่นที่เจ้าของพื้นที่ไม่ยินดี ต้อนรับนักท่องเที่ยว

การศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบจากการท่องเที่ยวกับการสนับสนุนการ ท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่นจำนวน 815 ราย ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factors Analysis: CFA) พบว่า/คนในท้องถิ่นคิดว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบทางลบมากกว่าทางบวก และคนใน ท้องถิ่นยังมีความตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม โดยถ้าหากการท่องเที่ยว ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม คนในท้องถิ่นจะมีแนวโน้มที่ไม่สนับสนุนการพัฒนา การท่องเที่ยว ส่วนผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและชุมชนมีผลกระทบทางอ้อมในเชิงบวกต่อการ สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว ในขณะที่ผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มีผลกระทบทางอ้อมในเชิงลบต่อการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากคนในท้องถิ่นคิดว่า การท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลกระทบที่ติดต่อเศรษฐกิจและชุมชน เช่น ทำให้มีงานทำมากขึ้น มีรายได้ เพิ่มขึ้น มีความภาคภูมิใจและสามัคคีกันมากขึ้น แต่การท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบ ต่อสังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เช่น ก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรม มลพิษ และมีการทำลาย ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวนอกจากท้องถิ่นจะมีสิ่ง ดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยวแล้วยังต้องมีการสนับสนุนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน และคนในท้องถิ่น จึงจะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ และมีความยั่งยืนได้¹⁷

การมีส่วนร่วมและความคิดเห็นของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคเหนือ

การเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นหนึ่งในสิ่งสำคัญที่จะทำให้การ ท่องเที่ยวในชุมชนเกิดความยั่งยืนได้ ในบทนี้ได้ทำการศึกษากการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ จัดการท่องเที่ยวโดยเลือกหมู่บ้านในภาคเหนือจำนวน 6 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอ แม่ฮอน บ้านแม่กลางหลวง อำเภอจอมทอง และบ้านโป่ง อำเภอสันทราย ในจังหวัดเชียงใหม่ บ้าน ห้วยฮี้ อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน บ้านห้วยแม่ซ้าย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และตำบล

อุโมงค์ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 299 ชุด จากการศึกษาพบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนในแต่ละหมู่บ้าน แตกต่างกันไปตามความถนัด และบริบทแวดล้อมทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการให้บริการโฮมสเตย์ การคมนาคม การขายอาหารและเครื่องดื่ม บ้าน 텀และสันตนาการ การขายของที่ระลึก ฯลฯ นอกจากนี้ประชาชนในชุมชนยังมีส่วนร่วมในกิจกรรมการช่วยเหลือด้านแรงงานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีการสนทนา ปรัชญาหรือกันระหว่างคนในชุมชนเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน วางแผนจัดการท่องเที่ยว การร่วมจัดตั้งกลุ่มหรือคณะกรรมการคอยดูแลรักษาสภาพแวดล้อม และคอยดูแลบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ในชุมชนเห็นว่าการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในชุมชนในหลายๆ ด้าน ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักของคนภายนอก คนในชุมชนรักท้องถิ่นของตนเอง มีน้ำใจต่อกันช่วยเหลือกัน สามัคคีปรองดองกันมากขึ้น ทำให้สภาพความเป็นอยู่ของคนในชุมชนดีขึ้นกว่าเดิม ในหลายพื้นที่เกิดการพัฒนาศาธารณูปโภคต่างๆ ส่วนในด้านวัฒนธรรมมีทั้งการเปลี่ยนแปลงในทางด้านบวกและลบ แต่ส่วนใหญ่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่นตนเอง เกิดการรื้อฟื้นวัฒนธรรมที่ถูกกลบเกลื่อน เกิดการถ่ายทอดวัฒนธรรมไปสู่สังคมภายนอก และที่สำคัญคือ ก่อให้เกิดการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้อยู่คู่กับสังคม/สำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ พบว่า ครอบครัวมีรายได้เสริมเพิ่มขึ้น มีรายได้หมุนเวียนในชุมชน และคนในชุมชนมีงานทำเพิ่มมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็เกิดผลกระทบในด้านลบ คือ การใช้จ่ายของคนในชุมชนที่มีแนวโน้มที่พุ่งเพื่อยมากขึ้น เกิดความเหลื่อมล้ำและช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจนในสังคม ซึ่งในอนาคตหากยังไม่มีการบริหารจัดการในเรื่องของการกระจายรายได้ให้เกิดความเป็นธรรมและเหมาะสมแล้ว อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งและแตกแยกในชุมชนได้ ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงทางด้านสิ่งแวดล้อมเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น คือ เป็นการกระตุ้นให้คนในชุมชนหันมาให้ความสำคัญ รักและหวงแหนธรรมชาติรอบตัวมากขึ้น

การท่องเที่ยววัฒนธรรม: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่

การท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศประมาณร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่าง (520 ราย) เลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาท่องเที่ยววัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ การท่องเที่ยวงานเทศกาลประเพณี และวัด/โบราณสถาน สำหรับสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ประวัติศาสตร์และ

ความเป็นมาของวัฒนธรรม ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวมากที่สุด คือ วัดพระธาตุคอกยสุเทพ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมประมาณ 2,369 บาทต่อคนต่อครั้ง โดยเป็นการใช้จ่ายเพื่อซื้อของที่ระลึกสูงที่สุดถึงร้อยละ 49 ของการใช้จ่ายในการท่องเที่ยววัฒนธรรม รองลงมา เป็นการใช้จ่ายในการใช้บริการขันโตก และเป็นเงินบริจาคทำบุญ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสูงกว่าคนไทย โดยใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 3,572 บาทต่อคนต่อครั้ง และร้อยละ 29, 22 และ 20 ของการใช้จ่ายในการท่องเที่ยววัฒนธรรม เป็นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าหัตถกรรม สินค้าแบรนด์เนม และอาหาร/ผลไม้ ตามลำดับ โดยถนนคนเดินท่าแพเป็นแหล่งขายของที่ระลึกทางวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากที่สุด

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวได้เสนอให้มีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมห้องน้ำสาธารณะให้เพียงพอ กับความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหลายๆ แห่ง มีห้องน้ำไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการติดป้ายบอกราคาสินค้า รวมถึงการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย ในขณะที่เดียวกันต้องนำเสนอข้อมูลสิ่งที่ดีและไม่ควรปฏิบัติให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย

ABSTRACT

The project entitled "Integrated Development of Sustainable Tourism in the Mekong Region Phase II" aims to increase the knowledge of and enhance the understanding of tourism issues, potentials and policies for the purpose of integrating tourism development across the region, to share experience in tourism management at the community and national levels, to create information to support tourism policy-making, and to build an organizational network of tourism, researchers, policy-makers, within the Mekong region countries.

The results of this study found as follows;

- **Comparative Study on Tourism Potential of the Greater Mekong Sub-Region (GMS) Countries**

A gap analysis of tourism potential among GMS countries shows that Thailand has the highest score in the Tourist Attraction category, but falls behind Cambodia in the Historic Site category and Singapore in the Amusement Park and Health Tourism categories. Thailand also follows Singapore in the areas of public and private management, especially the promotion of Hygienic Standards.

- **Analysis of Spending Behaviors of Inbound Tourists to Thailand**

Inbound tourists to Thailand have the highest average expenditure, compared to foreign travelers to other GMS countries. In terms of average expenditure per person per day, foreign tourists traveling to the GMS countries spend less than those heading toward non-GMS destinations. Inbound tourists intending to revisit the GMS countries spend less than those not planning to come back. Business travelers have a higher average expenditure per person per day than those traveling for other purposes.

- **Impacts of Worldwide Crises on Inbound Tourists to Thailand**

The worldwide critical incident that affected the number of inbound tourists the most is the SARS pandemic spanning from April to June from which the Far Eastern jurisdictions – China, Taiwan and Hong Kong – suffered the most. The second highest impact is created by the Bird Flu pandemic from February to April, which again affected the Far Eastern destinations the most. On the contrary, the 9-11 terrorist attacks caused the least impact with Middle Eastern countries being affected the most.

- **Models for Improvement of Potential of Thai Tourism Products**

Beaches, shopping areas and food varieties are on the top of the list of tourism products and services with the highest growth potential. However, when compared with Singapore, Thailand shows less potential in public and private management in almost every area except for Pricing and Value for Money.

- **Local Attitudes on Tourism Impacts: Chiang Mai and Chiang Rai Case Studies**

From the local perspective, tourism generates more negative than positive impacts on the community. Although tourism promotion produces indirect, positive outcomes for the community and the economy, it imposes indirect, negative impacts on society, culture and the environment. According to local people, tourism is good for the economy but bad for the environment. In any case, the study shows that sustainable tourism depends upon the collective effort of local administrative organizations, private sectors and community residents.

- **Community Involvement and Opinions on Tourism Management in the Northern Region**

Thanks to tourism, local communities become better known to outsiders. Within the communities, infrastructure is developed along with a stronger sense of unity, generosity and community bonding. Local residents enjoy better standards of living, become more proud of their cultural heritage and make efforts to revive and publicize their long neglected cultural treasures to the outside world while simultaneously preserve and perpetuate community heritages for the society at large. Economically speaking, local households earn additional income while local communities experience increased income flows and job opportunities. However, major drawbacks from tourism promotion are a higher potential for excessive, unnecessary spending and a wider gap between the rich and the poor. For the environment, tourism inspires local communities to develop a stronger awareness, mutual community ownership and cherishment of nature and the environment as a whole.

- **Cultural Tourism: a Chiang Mai Case Study**

The majority of Thai and foreign tourists visit Chiang Mai province to experience cultural tourism. The most popular attractions are seasonal festivals and sightseeing to temples and historical sites. For Thai tourists, Chiang Mai is best known for its cultural uniqueness. For inbound foreigners, local history and heritages are the province's most attractive features. The most frequently visited cultural attraction is Phathat Doi Suthep Temple.