

บทที่ 1

การเดินทางท่องเที่ยว

1. ความเป็นมาของการเดินทางท่องเที่ยว

การเดินทางในอดีตของมนุษย์ เริ่มจากการเดินทางเพื่อแสวงหาถิ่นที่อยู่ อาศัยที่อุดมสมบูรณ์และปลอดภัยต่อการดำรงชีวิต ต่อมาเมื่อมีการรวมตัวกันเป็นชุมชน หรือกลุ่มเมือง จะมีการเดินทางเพื่อการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้า การเดินทางตามความ เชื่อถือและศรัทธาหรือการเดินทางเพื่อศาสนา การเดินทางเพื่อเชื่อมสัมพันธไมตรีทาง ด้านการเมืองการปกครอง รวมทั้งการเดินทางไปทำการสู้รบเพื่ออำนาจและผลประโยชน์ ในด้านต่าง ๆ

ด้วยเหตุที่มนุษย์มีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็น ต้องการหา ประสบการณ์ สิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ ประกอบกับความต้องการทางด้านนันทนาการ เพื่อ ความรื่นรมย์และผ่อนคลายความเครียดในยามว่างที่ปราศจากภาระทั้งปวง การเดินทาง ท่องเที่ยวจึงเป็นที่นิยมในหมู่มวลมนุษย์ ตามยุคสมัย ดังนี้

ยุคอาณาจักรโบราณ (The Ancient Empires)

ประมาณหลายพันปีก่อนคริสตกาล อาณาจักรโบราณหรือมหาอาณาจักร (The Great Empires) ซึ่งประกอบด้วยอาณาจักรเปอร์เซีย อัสซีเรีย กรีก อียิปต์และโรมัน มหาอาณาจักรเหล่านี้เป็นศูนย์กลางดึงดูดให้เกิดการเดินทาง เพื่อชมความเจริญรุ่งเรือง ความงดงามของศิลปะ และความยิ่งใหญ่ของสถาปัตยกรรม ซึ่งกลายเป็นมรดกทาง วัฒนธรรม สิ่งมหัศจรรย์ของโลกยุคโบราณ

นอกจากจะมีการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมศิลปะและสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ยังมี การเดินทางเพื่อสุขภาพโดยมีจุดหมายปลายทางที่บ่อน้ำแร่ บ่อน้ำพุร้อน หรือการเดินทาง

ท่องเที่ยวทะเลเพื่อฟื้นฟูสุขภาพหรือเพื่อความรื่นรมย์ รวมทั้งการเดินทางเพื่อชมการแข่งขันกีฬาที่ยิ่งใหญ่ของมวลมนุษยชาติ คือกีฬาโอลิมปิก

สำหรับสถาปัตยกรรมที่นับเป็นสิ่งมหัศจรรย์ของโลก ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ดึงดูดให้ผู้คนเดินทางไปเยี่ยมชม แบ่งได้เป็น 3 ยุคสมัย คือ ยุคโบราณ ยุคกลาง และยุคปัจจุบัน ดังนี้

สิ่งมหัศจรรย์ยุคโบราณ ได้แก่ พีรามิดที่เมืองกิซา ประเทศอียิปต์ สวนลอยแห่งกรุงบาบิโลน ริมฝั่งแม่น้ำยูเฟรติส ประเทศอิรัก อนุสาวรีย์โคโลซุส แห่งเกาะโรดส์ เทวรูปซีซุส แห่งโอลิมเปีย ประเทศกรีซ มหาวิหารเทพีอาร์ทีมิส แห่งอีฟซุส สุสานมุสโซเลียม แห่งฮาติคาร์นาสซุส ในดินแดนเอเชียไมเนอร์ และ ประภาคารฟารอส แห่งอเล็กซานเดรีย ประเทศอียิปต์

สิ่งมหัศจรรย์ยุคกลาง ได้แก่ กำแพงเมืองจีน เจดีย์กระเบื้องเคลือบนานกิง ทางตอนเหนือของประเทศจีน สโตนเฮนจ์ที่เมืองซาลิสเบอร์ ประเทศอังกฤษ สุหรัไชเฟีย ประเทศตุรกี หอเอนเมืองปิซ่า โคลอสเซียมหรือสนามกีฬาแห่งกรุงโรม ประเทศอิตาลี และสุสานแห่งอเล็กซานเดรีย ประเทศอียิปต์

สิ่งมหัศจรรย์ยุคปัจจุบัน ได้แก่ ปราสาทหินนครวัด ประเทศกัมพูชา พระราชวังแวร์ซายส์ ประเทศฝรั่งเศส หัซมาฮาล ประเทศอินเดีย ตึกเอ็มไพร์สเตท สะพานโกลเด้นเกต เชื้อนฮูเวอร์ ประเทศอเมริกา และเรือควีนแมรี ประเทศอังกฤษ

ยุคกลาง (The Middle Ages)

ราว ค.ศ. 500-1500 หลังการล่มสลายของอาณาจักรโรมัน ซึ่งเป็นที่สิ้นสุดของยุคอาณาจักรโบราณ ในช่วงต้นของยุคกลาง มีเหตุการณ์สู้รบเกิดความไม่สงบไปทั่วยุโรป ถือเป็นยุคมืดที่มีแต่ความหวาดกลัว ต่อมาคริสต์ศาสนาเริ่มฟื้นฟู มีการเผยแพร่คำสอน อภินิหารและความศักดิ์สิทธิ์ กระตุ้นให้คริสต์ศาสนิกชนออกเดินทางเพื่อจาริกแสวงบุญ การเดินทางเพื่อศาสนาหรือการเดินทางเพื่อการจาริกแสวงบุญ (Pilgrimage) เริ่มเป็นที่นิยมในยุคนี้ โดยจะเดินทางไปยังสถานที่สำคัญทางศาสนา การเดินทางของผู้จาริกแสวงบุญของศาสนาคริสต์และศาสนาอิสลามเกิดขึ้นในช่วงเวลาและบริเวณใกล้เคียงกัน โดยมีจุดหมายปลายทางที่ดินแดนอันศักดิ์สิทธิ์ (Holy Land) คือ กรุงเยรูซาเล็ม

(Jerusalem) ทำให้เป็นสาเหตุของการทำสงครามแย่งชิงดินแดนกันอยู่เสมอ สงครามศาสนาครั้งยิ่งใหญ่ที่สุดได้แก่ สงครามครูเสด (The Crusade War) ซึ่งรบกันยาวนานกว่า 300 ปี นอกจากดินแดนอันศักดิ์สิทธิ์ที่กรุงเยรูซาเล็ม ชาวคริสต์ยังนิยมเดินทางไปสำนักวาติกันที่กรุงโรม ในขณะที่ชาวอิสลามจะเดินทางไปกรุงเมกกะประเทศซาอุดีอาระเบีย

การเดินทางในยุคนี้ แม้จะเป็นการเดินทางที่มีพื้นฐานมาจากความเชื่อและความศรัทธาในศาสนา แต่ได้ก่อให้เกิดความรู้สึกถึงการพักผ่อนและการท่องเที่ยวด้วย เมื่อมีผู้นิยมแสวงบุญจำนวนมาก รูปแบบการเดินทางจึงพัฒนาไปสู่การเดินทางเป็นกลุ่ม (Group Tour) เป็นการเดินทางแบบเบ็ดเสร็จ คือจะรวมทั้งค่าใช้จ่ายและค่าบริการทุกอย่างไว้พร้อมเสร็จตลอดระยะเวลาการเดินทาง รวมทั้งค่าคุ้มครองดูแลเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและปลอดภัยให้กับผู้เดินทาง โดยเริ่มการเดินทางเป็นกลุ่มครั้งแรกจากกรุงเวนิซ ประเทศอิตาลี ไปสู่จุดหมายปลายทางที่ดินแดนอันศักดิ์สิทธิ์ ณ กรุงเยรูซาเล็ม

การฟื้นฟูศิลปวิทยาการ (The Renaissance)

ช่วงปลายของยุคกลางต่อเนื่องถึงต้นยุคใหม่ ราวคริสต์ศตวรรษที่ 14-17 เป็นช่วงแห่งการฟื้นฟูศิลปวิทยาการ มีการรื้อฟื้นศึกษาศิลปะวิทยาการสมัยกรีกและโรมัน รวมทั้งพัฒนาความคิดและสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ก่อให้เกิดมรดกทางวิชาการแขนงต่างๆ โดยเริ่มจากประเทศอิตาลี ซึ่งเป็นแหล่งอารยธรรมโรมันโบราณที่ยังมีหลักฐานทางโบราณวัตถุสถานปรากฏอยู่มาก ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจและภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม

การฟื้นฟูศิลปวิทยาการจึงเริ่มต้นจากประเทศอิตาลี แล้วขยายออกไปสู่ดินแดนต่างๆทั่วยุโรป ผลจากการฟื้นฟูศิลปวิทยาการทำให้เกิดการเดินทางของคนกลุ่มใหม่ ซึ่งแตกต่างกับการเดินทางในยุคก่อนที่เป็นการเดินทางเพื่อการจาริกแสวงบุญ ซึ่งมักจะถูกชี้นำหรือจูงใจโดยความเชื่อและศรัทธาทางศาสนา แต่นักเดินทางในยุคนี้จะมีอิสระมีเหตุผลและเป็นไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป อาจเป็นการเดินทางเพื่อความอยากรู้อยากเห็นสิ่งใหม่ๆหรือสิ่งสวยงาม เพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อความสนุกสนานรื่นรมย์ โดยมีจุดหมายปลายทางเพื่อเยี่ยมชมร่องรอยอารยธรรมที่ยิ่งใหญ่ของชาวโรมันที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ชมความงดงามและศึกษาวิชาการที่กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส หรือกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ หรือ

ชมงานแสดงสินค้า สิ่งประดิษฐ์และวิทยาการใหม่ๆ ที่เมืองแฟรงเฟิร์ตประเทศเยอรมัน เป็นต้น ก่อให้เกิดกระแสของการเดินทางที่เรียกว่า Grand Tour การเดินทางของคนกลุ่มใหญ่ที่มีเป้าหมายของการเดินทางที่หลากหลาย และเป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวชด เจนยิ่งขึ้นกว่าสมัยก่อนที่ผ่านมา

ยุคใหม่ (The Modern Ages)

การค้นพบวิทยาการใหม่ๆ จากการฟื้นฟูศิลปวิทยาการประกอบกับเส้นทาง การเดินทางทางบกจากยุโรปไปยังประเทศจีนที่มาร์โคโปลโลค้นพบ มีอุปสรรคและความ ยากลำบากในการเดินทาง เป็นเหตุจูงใจให้มีการเดินทางทางเรือเพื่อการสำรวจและแสวง หาเส้นทางคมนาคม ที่จะนำไปสู่ดินแดนและแหล่งการค้าใหม่ๆ ยุโรปเข้าสู่ยุคใหม่ราว คริสต์ศตวรรษที่ 16 การค้นพบดินแดนใหม่เป็นการเปิดโลกให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ในยุคนี ชาวยุโรปสามารถเดินทางติดต่อและขยายอิทธิพลไปสู่ดินแดนต่างๆ จากเส้นทางการเดิน เรือของนักเดินเรือที่สำคัญ เช่น

วาสโกดา กามา (Vascoda Gama) ชาวโปรตุเกส เป็นชาติแรกที่สนใจการเดินทาง เรือ สามารถเดินทางอ้อมแหลมกูดโฮป (Good Hope) ไปถึงอินเดีย

คริสโตเฟอร์ โคลัมบัส (Cristophor Columbus) ชาวอิตาลี เดินทางไปพบหมู่ เกาะบาฮามา (The Bahama Islands) บริเวณทะเลแคริบเบียน โดยเข้าใจว่าเป็นทวีปเอเซีย จึงตั้งชื่อว่าหมู่เกาะอินเดียตะวันตก แต่ความจริงเป็นทวีปใหม่

เฟอร์ดินานด์ แมกเจลแลน (Ferdinand Magellan) ชาวโปรตุเกส เดินทางข้าม มหาสมุทรแอตแลนติกไปสู่มหาสมุทรแปซิฟิก ผ่านช่องแคบใต้สุดของทวีปอเมริกา ซึ่งต่อ มาได้ชื่อว่าช่องแคบแมกเจลแลน

อเมริโก เวสปุชชี (Americo Vespucci) ชาวอิตาลี เดินทางไปยังดินแดนที่ โคล ลัมบัสค้นพบ และพิสูจน์ให้โลกรู้ว่าดินแดนนี้ไม่ใช่ทวีปเอเซีย และตั้งชื่อทวีปใหม่นี้ว่า ทวีปอเมริกา

ความสำเร็จของนักเดินทางเหล่านี้ ทำให้เกิดการพัฒนาเส้นทางการคมนาคม ที่สำคัญของโลก ประชาชาติจากแดนไกลสามารถเดินทางติดต่อกัน ทำให้เกิดกระแสของ ความต้องการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ซึ่งรวมทั้งการเดินทางท่องเที่ยวทางทะเล

การปฏิวัติอุตสาหกรรม (The Industrial Revolution)

ราวปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 มีการปฏิวัติอุตสาหกรรมโดยนำเครื่องจักรกลต่าง ๆ เข้ามาใช้ในระบบการผลิต ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงทั้งด้านวิถีการดำเนินชีวิต เศรษฐกิจและสังคม ผู้คนจากภาคเกษตรกรรมหลั่งไหลเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมในเมืองใหญ่ ๆ

การปฏิวัติอุตสาหกรรม นำไปสู่การขยายตัวของกลุ่มชนชั้นกลางที่เริ่มมีรายได้ดีขึ้น มีวันหยุดพักผ่อนที่แน่นอน และมีมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายตัวอย่างกว้างขวาง การคมนาคมขนส่งได้รับการพัฒนาให้มีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น บ้านเมืองเจริญรุ่งเรือง จูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบกับสภาพการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม และความเป็นอยู่ที่หนาแน่นตามเมืองใหญ่ ๆ ทำให้เกิดความต้องการที่จะผ่อนคลายและพักผ่อนหาความรื่นรมย์ นักท่องเที่ยวในยุคนี้จึงไม่จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มชนชั้นสูง หรือผู้ที่ร่ำรวยเหมือนยุคก่อน ๆ กลุ่มชนชั้นกลางมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น นำไปสู่การท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มชนจำนวนมาก และได้พัฒนามาสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบัน

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (After World War II)

การท่องเที่ยวมวลชน ได้หยุดชะงักลงบางช่วงเวลา เมื่อมีเหตุการณ์ที่ไม่ปลอดภัยจากสงครามครั้งใหญ่ ๆ ของโลก หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 หรือประมาณกลางคริสต์ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน การเดินทางท่องเที่ยวได้พัฒนาและขยายตัวไปทั่วโลก โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มวลมนุษย์จากหลายเชื้อชาติเผ่าพันธุ์พากันเดินทางท่องเที่ยวไปยังถิ่นฐานต่าง ๆ ก่อให้เกิดธุรกิจหลากหลายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บริการในการเดินทางท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วโลก ทั้งนี้เนื่องจากมีปัจจัยส่งเสริมที่สำคัญ ได้แก่

1) การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง หลังสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีการพัฒนาเครื่องบินรบเพื่อการสงคราม มาเป็นเครื่องบินขนส่งเพื่อการพาณิชย์ขนาดใหญ่ สามารถขนส่งผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก มีความสะดวกรวดเร็วและ

สามารถขนส่งระยะทางไกล ๆ รวมทั้งมีการผลิตรถยนต์เพื่อการขนส่งผู้โดยสาร ซึ่งอำนวยความสะดวกให้การเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีการพัฒนาสมรรถนะของเครื่องยนต์ ขนาดของรถโดยสาร และสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจุบันพัฒนามาเป็นรถโค้ช (Coach) สามารถบรรจุผู้โดยสารได้ประมาณตั้งแต่ 25 คน 40 คน และ 70 คน เบาะที่นั่งสามารถปรับเอนได้อย่างสบาย มองเห็นวิวทิวทัศน์สองฝากทางได้อย่างกว้างขวาง นิยมใช้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือประเทศใกล้เคียง สำหรับการขนส่งทางเรือได้รับการพัฒนาให้เป็นเรือขนส่งผู้โดยสารขนาดใหญ่ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ห้องพักผ่อน ห้องอาหาร สถานเริงรมย์ สถานที่ออกกำลังกาย ฯลฯ ให้บริการพร้อมสรรพภายในเรือเรียกว่า เรือสำราญ หรือเรือท่องเที่ยว (Cruise) ซึ่งจะให้บริการเดินทางตามมหาสมุทร แหล่งน้ำ ระหว่างประเทศ ระหว่างเมือง หรือให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อชมความงดงามของธรรมชาติ

2) การพัฒนาคุณภาพชีวิต โลกมีประชากรเพิ่มมากขึ้นและได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่ายุคก่อน ๆ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตจากสังคมเกษตรกรรม มาสู่สังคมอุตสาหกรรม ช่วยให้มีความก้าวหน้า มีรายได้เพิ่มขึ้นและมีเวลาว่างมากขึ้น จึงมีโอกาสพักผ่อนหาความรื่นรมย์และสิ่งแปลกใหม่ให้กับชีวิตซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ การเดินทางท่องเที่ยว สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้ได้ทางหนึ่ง

3) การพัฒนาด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม มนุษย์สามารถผลิตสื่อชนิดต่าง ๆ ที่สื่อสารและเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน เป็นการเปิดโลกให้กว้างขวางยิ่งขึ้น มวลมนุษยชาติมีโอกาสรับรู้ข่าวสารซึ่งกันและกัน รวมทั้งข่าวสารการท่องเที่ยวทำให้ประชากรจากทั่วทุกมุมโลกเกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว โดยมุ่งหวังหรือมีจินตนาการ (image) ว่าจะได้พบหรือสัมผัสกับสิ่งที่ได้รับรู้จากการเผยแพร่ข่าวสารนั้น ๆ จากการศึกษาพบว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) จากการที่รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ

4) การขยายตัวทางธุรกิจ การพัฒนาและการแข่งขันทางธุรกิจประเภทต่าง ๆ ซึ่งขยายตัวอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและระหว่างประเทศทั่วโลก ทำให้เกิดการเดินทางติดต่อซึ่งกันและกัน ซึ่งการเดินทางแต่ละครั้งจำเป็นต้องใช้บริการ การขนส่ง การพักผ่อน ภัตตาคารร้านอาหาร และต้องการพักผ่อนหรือหาความรื่นรมย์ ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบบริการต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเหล่านี้ ซึ่งถือเป็นนักท่องเที่ยวที่สำคัญนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจแขนงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว

การพัฒนาและการแข่งขันในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเดินทางและท่องเที่ยว ทั้งด้านการขนส่ง ความหลากหลายของสถานที่พักผ่อน รูปแบบการนำเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยว ที่เตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ ตลอดจนการส่งเสริมด้านการตลาดที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่าง ๆ การจัดรายการแบบเบ็ดเสร็จหรือแพคเกจจาย (Package Tour) หรือโปรแกรมพิเศษต่าง ๆ ส่วนเป็นการจูงใจและกระตุ้นให้ผู้คนเกิดความต้องการท่องเที่ยวมากขึ้น

5) ความร่วมมือระหว่างประเทศในการส่งเสริมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวได้รับการส่งเสริมให้เป็นอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมสำคัญของโลก การรวมตัวและจัดตั้งองค์การระหว่างประเทศเพื่อให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือในเรื่องของการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวไปทั่วทุกภูมิภาคของโลก องค์การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญระดับโลก และภูมิภาคเอเชีย ได้แก่

องค์การการท่องเที่ยวโลก : World Tourism Organization (WTO) ภายใต้การสนับสนุนขององค์การสหประชาชาติ : The United Nation (UN) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมุ่งหวังที่จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ ส่วนองค์การระดับภูมิภาคในแถบเอเชีย ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก : Pacific Asia Travel Association (PATA) เพื่อการพัฒนาส่งเสริม และอำนวยความสะดวก ในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก สมาคมท่องเที่ยวอาเซียน : Asian Tourism Association (ASianta) ซึ่งสนับสนุนและช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย นับแต่สมัยกรุงสุโขทัยราชธานีแห่งแรกต่อเนื่องมาจนถึงตอนต้นของกรุงรัตนโกสินทร์ มีการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่มีใช่เป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวโดยตรง แต่การเดินทางเหล่านั้นได้มีโอกาสพบเห็นสิ่งแปลกใหม่มีช่วงเวลาของความรื่นรมย์และพักผ่อนหย่อนใจในระหว่างการเดินทาง โดยผู้ที่มีโอกาสเดินทางจะจำกัได้อยู่ในกลุ่มชนชั้นสูง

การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ เริ่มในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โดยพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้ทรงริเริ่มส่งเสริม

การท่องเที่ยวไทย โดยทรงจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟ ทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จัก ตลอดจนอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เมื่อทรงย้ายไปดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคม งานส่งเสริมการท่องเที่ยวย้ายตามไปสังกัดกระทรวงพาณิชย์และคมนาคม แต่ยังคงทำงานส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับการรถไฟเช่นเดิม นับว่าพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงเป็นผู้ริเริ่มส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

การท่องเที่ยวเริ่มเป็นที่รู้จักภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อมีชาวต่างชาติ ทั้งนักธุรกิจ นักวิชาการ นักการทูต นักการทหาร และนักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของเชื้อชาติมากขึ้นเรื่อย ๆ

ในปี พ.ศ. 2492 ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานทำหน้าที่รับผิดชอบการท่องเที่ยวโดยตรง คือ "สำนักงานท่องเที่ยว" สังกัดกรมโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี

การท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) ในประเทศไทย เริ่มแพร่หลายหลังประกาศพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นองค์กรอิสระ เมื่อปี พ.ศ. 2502 คือ "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.)" มีหน้าที่เผยแพร่ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดการท่องเที่ยวโลก ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาเยือนประเทศไทย สนับสนุนธุรกิจที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งด้านโรงแรม ภัตตาคาร การคมนาคมขนส่ง การนำเที่ยว สินค้าของที่ระลึก ฯลฯ และสนับสนุนการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรสาขาการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวของประเทศได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญที่จะต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ควบคู่กันไปกับการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อให้หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศสามารถดำเนินงานดังกล่าว จึงได้ประกาศพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ยกฐานะ "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.)" เป็น "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.)" ให้อำนาจในการพัฒนาการท่องเที่ยว การลงทุนหรือร่วมทุน เพื่อริเริ่มพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

เริ่มมีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2520-2524) มีผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศสูงสุด เมื่อเทียบกับสินค้าออกอื่นๆ ใน ปี พ.ศ. 2525 (23,879 ล้านบาท) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่อมาจึงบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งจนถึงปัจจุบัน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย ด้วยการสร้างงานและกระจายรายได้อย่างกว้างขวาง ประเทศไทยได้รับการยอมรับในฐานะเป็นหนึ่งในผู้นำทางการท่องเที่ยวของเอเชีย ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา เริ่มต้นจากจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2503 จำนวน 81,340 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 196 ล้านบาท ถึง ปี พ.ศ.2541 มีจำนวน 7,764,930 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 242,177 ล้านบาท และมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นดังรายละเอียดในตารางที่ 1,2



ตารางที่ 1 ข้อมูลและสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย ระหว่าง
ปี 2503-2523

Number of International Tourist Arrivals 1960-1980

ปี Year	จำนวนนักท่องเที่ยว Number of Tourist Arrivals	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%) Change (%)	วันพักเฉลี่ย (วัน) Average Length of Stay (Days)	รายได้จาก การท่องเที่ยว (ล้านบาท) Revenue From Tourism (Million Baht)	งบประมาณ ด้านการ ส่งเสริมการ (ล้านบาท) Budget (Million Baht)	หมายเหตุ Remarks
2503/1960	81,340	32.11	3.00	196	3.40	
2504/1961	107,754	35.47	3.00	250	2.30	
2505/1962	130,809	21.40	3.00	310	3.60	
2506/1963	195,076	49.13	5.70	394	6.00	
2507/1964	211,924	8.64	4.50	430	7.00	
2508/1965	225,025	6.18	4.80	506	11.00	
2509/1966	282,117	25.37	5.00	754	16.00	
2510/1967	335,845	19.04	4.60	952	12.10	
2511/1968	377,262	12.33	4.20	1,220	7.85	
2512/1969	469,784	24.52	4.80	1,770	10.94	
2513/1970	628,671	33.82	4.80	2,175	12.80	
2514/1971	638,738	1.60	4.80	2,214	14.28	
2515/1972	820,758	28.50	4.90	2,718	25.00	
2516/1973	1,037,737	26.44	4.70	3,457	25.00	-นักท่องเที่ยวถึง 1 ล้านคน
2517/1974	1,107,392	6.71	4.80	3,852	27.66	1 Million Tourists
2518/1975	1,180,075	6.56	5.00	4,538	31.17	- วิกฤติการณ์น้ำมัน ครั้งที่ 1
2519/1976	1,098,442	-6.92	5.00	3,990	44.38	- นักท่องเที่ยวลดลง ครั้งที่ 1
2520/1977	1,220,672	11.13	4.51	4,607	52.69	
2521/1978	1,453,839	19.10	4.84	8,894	63.60	
2522/1979	1,591,455	9.47	5.09	11,232	70.25	- ยกระดับ อสท. เป็น ททท.
2523/1980	1,858,801	16.80	4.90	17,765	83.98	- วิกฤติการณ์น้ำมัน ครั้งที่ 2

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 2 ข้อมูลและสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย
ระหว่าง ปี 2524-2541

Number of International Tourist Arrivals 1981-1998

ปี Year	จำนวนนัก ท่องเที่ยว Number of Tourist Arrivals	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%) Change (%)	วันพักเฉลี่ย (วัน) Average Length of Stay (Days)	รายได้จาก การท่องเที่ยว (ล้านบาท) Revenue From Tourism (Million Baht)	งบประมาณ ดำเนินการ (ล้านบาท) Budget (Million Baht)	หมายเหตุ Remarks
2524/1981	2,015,615	8.44	4.96	21,455	109.99	- นักท่องเที่ยวถึง 2 ล้านคน > 2 Million Tourists
2525/1982	2,218,429	10.06	4.79	23,879	124.45	รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่ง Revenue from Tourism is the 1 st range
2526/1983	2,191,003	-1.24	4.91	25,030	163.80	- ภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ : นักท่องเที่ยวลดลง ครั้งที่ 2 World economic recession : 2 nd Decreased
2527/1984	2,346,706	7.11	5.47	27,317	244.26	
2528/1985	2,438,270	3.90	5.58	31,768	259.77	
2529/1986	2,818,692	15.58	5.93	37,321	333.28	
2530/1987	3,482,958	23.29	6.06	50,024	435.90	- ปีท่องเที่ยวไทย นักท่องเที่ยวถึง 3 ล้านคน Visit Thailand Year > 3 Million Tourists
2531/1988	4,230,737	21.47	7.36	78,859	506.70	
2532/1989	4,869,508	13.68	7.63	96,386	530.64	
2533/1990	5,298,860	10.17	7.66	110,572	830.96	- นักท่องเที่ยวถึง 5 ล้านคน > 5 Million Tourists
2534/1991	5,086,899	-4.00	7.89	119,004	1,004.25	- สงครามอ่าวเปอร์เซีย : นักท่องเที่ยว ลดลง ครั้งที่ 3 Gulf War Crisis 3 rd Decreased
2535/1992	5,136,443	0.97	7.86	123,135	1,262.06	
2536/1993	5,760,533	12.15	6.94	127,802	1,463.18	
2537/1994	6,166,496	7.03	6.98	145,211	2,162.64	- นักท่องเที่ยวถึง 6 ล้านคน > 6 Million Tourists
2538/1995	6,951,566	12.73	7.43	190,765	2,305.02	
2539/1996	7,192,145	3.46	8.23	219,364	2,493.57	
2540/1997	7,221,345	0.41	8.33	220,755	2,528.90	
2541/1998	7,764,930	7.53	8.40	242,177	2,525.15	- ปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (Amazing Thailand) เป็นปีที่ประเทศไทยประสบ ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวของโลก

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ได้พยากรณ์ไว้ว่าเมื่อถึง ปี ค.ศ.2020 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวนถึง 1,600 ล้านคน ธนาคารโลก (World Bank) ได้ประมาณการว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนาจะเติบโตในอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ต่อปี ในขณะที่ประเทศอุตสาหกรรมจะมีการเติบโตปีละประมาณร้อยละ 2.5 หรือมากกว่านั้น ผลิตภัณฑ์มวลรวมทั่วโลกจะมีจำนวนเพิ่มเป็นสองเท่าจากโลกในปัจจุบัน ทำให้เกิดรายได้กระจายให้แก่ประชากรในทั่วทุกมุมโลก รายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ไม่รวมค่าขนส่ง) คาดว่าจะเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าตัว ในช่วงเวลา ค.ศ.1995-2020 โดยนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปจะเดินทางระหว่างประเทศมากที่สุด

ตารางที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกแยกตามภูมิภาค

(หน่วย: ล้านคน)

ภูมิภาค	ปี พ.ศ						
	2503	2513	2523	2533	2538	2543	2553
ยุโรป	50	126	189	307	337	372	376
อเมริกา	17	32	61	104	112	147	207
เอเชียตะวันออกและแปซิฟิก	0.7	5	21	63	84	104	190
แอฟริกา	0.8	2	7	17	19	24	36
ตะวันออกกลาง	0.6	3	6	8	11	11	18
เอเชียใต้	0.3	0	2	3	4	6	10
ทั้งหมด	69.4	168	286	502	567	664	937

หมายเหตุ : 1. ตัวเลขในปี พ.ศ.2503-2543 เป็นตัวเลขจริง

2. ตัวเลขในปี พ.ศ.2553 เป็นตัวเลขประมาณการโดย WTO

ที่มา : กองแผนงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก ตั้งแต่พ.ศ.2503-2553 จากภูมิภาคต่าง ๆ พบว่าเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปจำนวนสูงสุด รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากอเมริกา เอเชียตะวันออก และแปซิฟิก โดยมีนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้มีจำนวนน้อยที่สุด

แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในสหภาพรัฐใหม่ จะเป็นประเทศใน 10 อันดับ แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม โดยคาดการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมและมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงใน ปี ค.ศ.1998 โดยทวีปยุโรปจะเป็นภูมิภาคที่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงที่สุด ถึงร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั่วโลก 9 ใน 10 ประเทศแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมจะเป็นกลุ่มที่นับถือศาสนาคริสต์ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก มีเพียงประเทศจีนประเทศเดียวที่มีได้อยู่ในกลุ่มประเทศที่นับถือศาสนาคริสต์และอยู่ในภูมิภาคเอเชีย แต่มีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ในลำดับที่ 7

ตารางที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวใน 10 อันดับ แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมทั่วโลกในปีค.ศ.1998

แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 10 อันดับ	จำนวนนักท่องเที่ยว ('000)	% สัดส่วนแบ่งจากการ เดินทางทั่วโลก
ฝรั่งเศส	70,000	11.2
สเปน	47,743	7.6
สหรัฐอเมริกา	47,127	7.5
อิตาลี	34,829	5.8
อังกฤษ	25,475	4.1
จีน	24,000	3.8
เม็กซิโก	19,300	3.1
โปแลนด์	18,820	3.0
แคนาดา	18,659	3.0
ออสเตรเลีย	17,282	2.8

แหล่งที่มา : องค์การท่องเที่ยวโลก (WTO)

กองแผนงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 5 รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวใน 10 อันดับแรกของโลกในปี ค.ศ.1998

อันดับรายได้เกิดจาก การท่องเที่ยว	จำนวนรายได้(US\$ bn) (พันล้าน/เหรียญสหรัฐ)	%สัดส่วนแบ่งจากรายได้ จากการท่องเที่ยวทั่วโลก
สหรัฐอเมริกา	74.24	16.7
อิตาลี	30.43	6.8
ฝรั่งเศส	29.70	6.7
สเปน	29.59	6.7
อังกฤษ	21.30	4.8
เยอรมนี	16.84	3.8
จีน	12.50	2.8
ออสเตรเลีย	12.16	2.7
แคนาดา	9.13	2.1
ออสเตรเลีย	8.58	1.9

แหล่งที่มา : องค์การท่องเที่ยวโลก (WTO)

กองแผนงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย ในปีสุดท้ายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาประเทศไทยไม่น้อยกว่า 14 ล้านคน อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวนานาชาติจะมีถึงร้อยละ 7 ต่อปี ส่วนการท่องเที่ยวของคนไทยประเมินว่าจะสูงถึง 59 ล้านคนต่อครั้งต่อปี สอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ที่ได้ประมาณการอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวโลกระหว่างปี พ.ศ.2543-2553 เท่ากับร้อยละ 4.2 และคาดคะเนอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเท่ากับร้อยละ 7.7 สำหรับประเทศไทย WTO คาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 7.8

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (ไทยเที่ยวไทย) และนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตลอดปี การเพิ่มกระแสการจราจรทางอากาศเชื่อมโยงภายในเอเชียแปซิฟิก ซึ่งจะเป็นตัวเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในอินโดจีน ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงจากตลาดยุโรปและอเมริกา การเปิดเสรีทางการบินเชื่อมโยงภายในประเทศ นอกเหนือจากสายการบินของรัฐ จะสร้างความหลากหลายทั้งด้านเส้นทาง และการแข่งขันราคา อันจะเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว

จากการจัดอันดับ ประเทศในเอเชียที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากที่สุดในปี พ.ศ.2542 ปรากฏว่า ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาเยือน มากเป็นอันดับ 2 (ตารางที่ 6) โดยมีตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดเอเชียตะวันออก ยุโรป อเมริกา เอเชียใต้ โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 6 ประเทศในเอเชียที่นักท่องเที่ยวมาเยือนมากที่สุด (ปี พ.ศ.2542)

อันดับ	ประเทศ	จำนวน	เพิ่ม
1	ฮ่องกง	10,678,460	+11.53
2	ไทย	8,580,332	+10.50
3	สิงคโปร์	6,958,173	+11.49
4	มาเลเซีย	6,000,000	+8.03
5	เกาหลีใต้	4,659,785	+9.64
6	ญี่ปุ่น	4,500,000	+9.59
7	ไต้หวัน	2,411,248	18.67
8	ฟิลิปปินส์	2,170,514	+9.89
9	เวียดนาม	1,781,754	+17.21

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 7 สัดส่วนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆที่เดินทางเข้าประเทศไทย (มค.-กย. พ.ศ.2543)

ภูมิภาค	ปี 2542 (จำนวน)	ปี 2543 (จำนวน)	เปรียบเทียบ (%)
เอเชียตะวันออก	1,020,115	1,185,789	16.24
ยุโรป	98,399	117,955	19.87
อเมริกา	34,235	37,176	8.59
เอเชียใต้	16,497	19,825	20.17
โอเชียเนีย	39,730	44,398	11.75
ตะวันออกกลาง	25,052	28,111	12.21
แอฟริกา	2,404	4,181	73.92
รวมทั้งสิ้น	1,236,432	1,437,429	16.26

ที่มา : กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สรุปการเดินทางของมวลมนุษยชาติ ที่เริ่มต้นมากจากการเดินทางเพื่อแสวงหาถิ่นที่อยู่อาศัยที่อุดมสมบูรณ์และปลอดภัยต่อการดำรงชีวิต เมื่อมีการรวมตัวกันเป็นสังคม ชุมชนหรือกลุ่มเมือง จะมีการเดินทางเพื่อการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้า เพื่อเชื่อมสัมพันธ์ไมตรีทางด้านการเมืองการปกครอง หรืออาจเดินทางไปทำการสู้รบเพื่อแสวงหาอำนาจและผลประโยชน์ และด้วยเหตุที่มนุษย์มีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็น ต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่อยู่เสมอ การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นที่นิยมในหมู่มวลมนุษย์ โดยมีปัจจัยดึงดูดและปัจจัยสนับสนุน ให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว ปัจจุบัน ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว พัฒนาและขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขนาดใหญ่ครอบคลุมไปทั่วโลก โดยมีปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจของประเทศอุตสาหกรรมเติบโตขึ้นมาก ประชาชนมีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งนอกจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากภูมิภาคยุโรปและอเมริกา คาดว่าเมื่อเศรษฐกิจทางเอเชียฟื้นตัวจะมีนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย รัสเซีย เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามภาวะวิกฤติเศรษฐกิจทั่วเอเชีย ทำให้อัตราการแลกเปลี่ยนเงินในเอเชียมีค่าลดลง ส่งผลให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นที่เดินทางมายังเอเชียแปซิฟิก คุ่มค่าเงินยิ่งขึ้น การเติบโตทางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยทางเทคโนโลยี การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารและการซื้อขายทางการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกเพิ่มมากขึ้น ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีด้านการขนส่งที่สามารถให้บริการด้านความสะดวก ปลอดภัย ประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย สามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้หลายทางเลือก โดยเฉพาะความก้าวหน้าทางการเดินทางทางอากาศ จะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศแพร่หลายและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวระยะไกล ในอนาคตผู้คนจะเดินทางไกลขึ้น โดยประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด ได้แก่ เยอรมัน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส ประเทศผู้นำใหม่ที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางต่างประเทศในระดับสูง ได้แก่ จีนและรัสเซีย

ปัจจัยประชากร นอกจากประชากรของโลกจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และมีแนวโน้มว่าประชากรสูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่เกษียณอายุการทำงาน นับตั้งแต่เข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ประชากรโลกที่เป็นผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก สืบเนื่องจากกลุ่มประชากรที่เกิดในช่วง baby boom ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของโลกได้เข้าสู่ช่วงสูงอายุ ประกอบกับวิทยาการทางการแพทย์ที่ก้าวหน้า ทำให้ประชากรโลกมีอายุขัยเฉลี่ยสูงขึ้น และยังมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง นอกจากนี้ประชากรของโลกมีช่วงอายุการทำงานลดลง มีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีต ทำให้สามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น ในขณะที่ค่าครองชีพในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะมีอัตราที่ค่อนข้างสูง บางประเทศมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุของตนเดินทางไปใช้ชีวิตในต่างประเทศ ที่มีค่าครองชีพเหมาะสมและยังคงไว้ซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดี ตลาดหลักของนักท่องเที่ยวสูงอายุของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี สเปน และเนเธอร์แลนด์

สำหรับแนวโน้มการดำเนินการตลาดท่องเที่ยว องค์การท่องเที่ยวโลกได้สำรวจความคิดเห็นจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวทั่วโลกพบว่า การดำเนินการตลาดท่องเที่ยวในอนาคตจะเจาะเฉพาะกลุ่มย่อยที่เป็นเป้าหมายเพิ่มขึ้น โดยเป็นกลุ่มเป้าหมายประเภทตลาดเฉพาะ (NICHE MARKET) เช่น ตลาดเยาวชน ตลาดเพื่อการศึกษา ตลาดการประชุมสัมมนา (MICE) ตลาดผู้สูงอายุ หรือตลาดผู้ลี้ภัยหนีอากาศหนาว (Wintering Market) แต่ยังคงให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (Mass Tourist) ควบคู่กันไป

ปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอนาคตคือ การจัดสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างคุณภาพและราคา ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และการพัฒนาทางการท่องเที่ยว จะต้องเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ และสังคมยอมรับได้ ในขณะที่เดียวกันต้องรับประกันได้ว่านักท่องเที่ยวจะได้รับคามพึงพอใจ

3. ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) คือ การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่าง ๆ ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ

- (1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- (2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- (3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือ

หารายได้

การท่องเที่ยว จึงหมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติ หรือถิ่นที่พำนักถาวรไปยังที่อื่นด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางชั่วคราวโดยใช้เวลาพำนัก ณ สถานที่นั้น ๆ ชั่วระยะเวลาหนึ่ง ตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

4. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ หรือความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวอาจแบ่งได้ดังนี้

(1) เพื่อการพักผ่อน (Relaxation) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหรือผ่อนคลายจากภาระกิจทั้งปวง ทั้งด้านการทำงานและภาระอื่น ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง พร้อมฟื้นฟูความสดชื่นสมบูรณ์ของร่างกายและจิตใจ เพื่อที่จะกลับมาปฏิบัติภารกิจต่อไป

(2) เพื่อการนันทนาการ (Recreation) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อนันทนาการ หาความรื่นรมย์สนุกสนาน โดยจุดหมายปลายทางอาจเป็นสถานที่ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม หรือแหล่งบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งประเทศท่องเที่ยวทั้งหลายต่างพยายามเสนอแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวประเภทนี้

(3) เพื่อสุขภาพ (Health) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อฟื้นฟูหรือบำรุงสุขภาพ ซึ่งอาจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เอื้อให้สุขภาพสดชื่นแข็งแรง หรืออาจไปยังแหล่งที่ให้บริการฟื้นฟู ดูแลสุขภาพโดยตรง ซึ่งปัจจุบันมีธุรกิจที่ให้

บริการด้านสุขภาพ และมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายการเดินทางเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น

(4) เพื่อการกีฬา (Sport) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อการกีฬา อาจเพื่อชมการแข่งขันกีฬา อาทิเช่น ฟุตบอลโลก เอเชียนเกมส์ โอลิมปิกเกมส์ ที่สามารถดึงดูดผู้สนใจด้านการกีฬาให้เดินทางมาชมจำนวนมาก หรืออาจเดินทางไปเล่นกีฬาบางชนิดที่จำเป็นต้องใช้สถานที่เฉพาะหรือพิเศษ ซึ่งถ้าประเทศใดมีสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการเล่นกีฬาแต่ละประเภท จะสามารถดึงดูดให้นักเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายนั้นเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศ อาทิเช่น ประเทศไทยมีสนามกอล์ฟที่สวยงามและได้มาตรฐานหลายแห่ง สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภท Golf Tour นำรายได้เข้าสู่ประเทศจำนวนมาก

การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การนันทนาการ สุขภาพและการกีฬา ล้วนเป็นความมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการเปลี่ยนแปลงชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ ไปพบกับสิ่งใหม่ช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งคาดหวังว่าจะทำให้ได้รับความรื่นรมย์ โดยอาจเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation Tour) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tour) หรือการท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (Sport Tour)

(5) เพื่อเยี่ยมชมญาติมิตร (Visiting) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมเครือญาติ หรือมิตรสหายที่อยู่ห่างไกล แสดงถึงความรักความผูกพันที่มีต่อกัน ประเทศในแถบเอเชียยังคงยึดมั่นและเคร่งครัดในวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม จะมีการเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายในการเยี่ยมชมญาติมิตรมากกว่าจุดมุ่งหมายอื่นๆ โดยเฉพาะในช่วงเวลาของเทศกาลประเพณี

(6) เพื่อศาสนา (Religion) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อปฏิบัติศาสนกิจ หรือเพื่อนมัสการสถานที่สำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา ตามความเชื่อถือและศรัทธา เช่น พุทธศาสนิกชนจะเดินทางไปปฏิบัติธรรม ทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ณ วัดต่างๆ หรือชาวมุสลิมทั่วโลกต่างพากันเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ ที่เมืองเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น

(7) เพื่อธุรกิจ (Business) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจเป็นหลัก แต่มีโอกาสดำรงท่องเที่ยวด้วย ในประเทศที่มีความเจริญด้านเศรษฐกิจจะมี

รายได้จากนักท่องเที่ยวประเภทนี้มาก เพราะจะมีการเดินทางเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ มิได้เป็นช่วงเวลาหรือฤดูกาลเหมือนนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ

(8) **เพื่อการประชุมสัมมนา (Convention and Conference)** เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา และมีการท่องเที่ยวประกอบด้วย การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ จะรวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อชมงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการต่าง ๆ ที่เรียกว่า Exhibition Tour มีการจัดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) ถือเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาร่วมประชุมนานาชาติ จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงกว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วไปประมาณ 2 เท่า

การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อศาสนา เพื่อธุรกิจ และเพื่อการประชุมสัมมนา ล้วนเป็นการเดินทางที่มีความมุ่งหมายต่างๆเป็นหลัก แต่ในการเดินทางเหล่านั้นได้จัดแบ่งเวลาสำหรับการท่องเที่ยวและนันทนาการไว้ด้วย ถือเป็นการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ต่างๆ ซึ่งอาจเป็นไปตามวัฒนธรรม ความเชื่อทางศาสนา ธุรกิจ หรือการประชุมสัมมนา

5. ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นการเดินทาง (Travel) ที่มีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย (Purpose) และจุดหมายปลายทาง (Destination) ที่หลากหลาย อาจจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวโดยทั่วไปได้ ดังนี้

(1) **การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism)** คือ การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของบุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น ๆ

(2) **การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism)** คือ การเดินทางท่องเที่ยวจากประเทศหนึ่งซึ่งเป็นถิ่นที่พำนักถาวรไปยังประเทศอื่น ๆ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) **Inbound Tour** คือ การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศอื่นที่มิได้เป็นถิ่นที่พำนักถาวร

2) **Outbound Tour** คือ การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นที่พำนักถาวรไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น

ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource) อาจเป็นตัวจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

(1) **การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism)** เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา ทะเล เกาะ แหล่งน้ำ ถ้ำ และน้ำตก ฯลฯ เพื่อชมความงดงามของธรรมชาติ เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งสนุกสนานกับกิจกรรมในแหล่งธรรมชาติ เช่น การเดินป่า (Trekking) การล่องแพ (Rafting) พายเรือ (Canoe) การดำน้ำ (Diving) หรือขี่จักรยาน (Mountain bike) เป็นต้น

(2) **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)** เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน ศาสนสถาน วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและศิลปแขนงต่างๆ นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีความมุ่งหมายเพื่อการศึกษาหาความรู้จากการท่องเที่ยว นอกเหนือจากความรื่นรมย์ที่จะได้พบเห็น และมีส่วนร่วมไปกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมนั้นๆ

วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย (Purpose) ในการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นตัวจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

(1) **การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการและการกีฬา (Recreation and Sport)** เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหาความรื่นรมย์ โดยจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติ วัฒนธรรม และบันเทิงต่างๆ รวมทั้งการกีฬาซึ่งอาจเพื่อชมการแข่งขันหรือเพื่อเล่นกีฬาบางประเภท

(2) **การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism)** เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นผลพลอยได้ จากการเดินทางเพื่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ซึ่งผู้เดินทางได้จัดแบ่งเวลาไว้สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหรือนันทนาการด้วย นักท่องเที่ยวเหล่านี้ มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาก ทั้งนี้เพราะนักธุรกิจจะมีการเดินทางสม่ำเสมอเพื่อติดต่อธุรกิจอย่างต่อเนื่อง มิได้เดินทางบางช่วงเวลาหรือฤดูกาลเหมือนนักท่องเที่ยวอื่น ส่วนผู้ที่เดินทางเข้าร่วมประชุมสัมมนาถือเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูง

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นตัวจำแนกประเภทของการท่องเที่ยว
ได้ ดังนี้

(1) การท่องเที่ยวส่วนบุคคล (Individual หรือ Private Tour) เป็นการ
ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดการเองทั้งหมด ซึ่งอาจเดินทางเป็นครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน
การท่องเที่ยวรูปแบบนี้จะมีความเป็นส่วนตัวและอิสระ สามารถปรับเปลี่ยนโปรแกรม
การเดินทางท่องเที่ยวได้ตามความต้องการ แต่อาจไม่สะดวกนักถ้าเดินทางไปยังสถานที่
ที่ไม่รู้จักคุ้นเคย การเดินทางไกลที่ต้องเปลี่ยนถ่ายพาหนะขนส่งหลายประเภท หรือต้อง
ผ่านระเบียบพิธีการต่างๆ ที่ยุ่งยาก เช่น การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ รูปแบบการ
เดินทางท่องเที่ยวส่วนบุคคลจึงได้รับความนิยม ในการเดินทางที่มีจุดหมายปลายทางที่
ไม่ไกลและยุ่งยากมากนัก โดยเฉพาะการเดินทางภายในประเทศ แต่มีข้อสังเกตว่าค่าใช้จ่าย
ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนบุคคล มักจะสูงหรือแพงกว่าค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ
ของบริษัทนำเที่ยว

(2) การท่องเที่ยวแบบนำเที่ยวหรือแบบเบ็ดเสร็จ (Group หรือ Package
Tour) เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว โดยบริษัทนำเที่ยวจะจัดการให้ทั้ง
หมด นับแต่การเดินทาง ที่พักแรม อาหาร การเที่ยวชมสถานที่ และอื่นๆ โดยจะจัดเป็น
โปรแกรมการท่องเที่ยวไว้หลากหลายโปรแกรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อในราคา
เบ็ดเสร็จ คือ รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมดตลอดโปรแกรมการเดินทาง การท่องเที่ยวรูปแบบนี้
นักท่องเที่ยวจะได้รับความสะดวกสบาย โดยเฉพาะในการเดินทางไกลๆ หรือต้องผ่าน
ระเบียบพิธีการต่างๆ แต่จะขาดความเป็นส่วนตัวและไม่อิสระ เพราะจะต้องเดินทาง
ท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่กำหนดไว้ และไปเป็นกลุ่มกับนักท่องเที่ยวอื่นๆ

ธุรกิจนำเที่ยวจะให้บริการทั้งการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic
Tourism) และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) ซึ่งมีทั้ง Inbound
Tour และ Outbound Tour โดยรูปแบบของการนำเที่ยวอาจเป็น Day Tour คือการนำ
เที่ยวโดยไม่ค้างคืน หรือ Tour Around คือการนำเที่ยวมากกว่า 1 วัน มีการพักค้างคืน
ซึ่งจะสามารถเที่ยวได้หลายแห่ง

นอกจากการนำเที่ยวตามโปรแกรม (Package Tour) ยังมีการนำเที่ยวนอกราย
การ (Optional Tour) เป็นรายการนำเที่ยวที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อเพิ่มตามความ
สนใจ ซึ่งบริษัทจะจัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ณ จุดพักแรมหรือจุดหมายปลายทาง

การเดินทางท่องเที่ยวนั้นมีหลากหลายรูปแบบและกิจกรรม ซึ่งจะพัฒนาเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาสิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ แต่การท่องเที่ยว หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใดก็ตาม จะต้องยึดหลักของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยให้การท่องเที่ยวมุ่งหารายได้ทางเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันก็มุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป

6. อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว

อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่จะใช้บริการท่องเที่ยว หรือซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยมีสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเตรียมไว้ขายหรือให้บริการ เพื่อรองรับอุปสงค์การท่องเที่ยว ซึ่งทั้งอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวจะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากอุปสงค์และอุปทานของสินค้าอื่น

6.1 อุปสงค์ (Demand)

อุปสงค์การท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่จะใช้บริการท่องเที่ยวหรือซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยมีลักษณะและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

6.1.1 ลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยว

(1) ผันแปรและเปลี่ยนแปลง ตามช่วงเวลา ฤดูกาล และสถานการณ์ ปริมาณของอุปสงค์ หรือความต้องการท่องเที่ยวจะไม่คงที่แน่นอน แต่จะผันแปรและเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา ฤดูกาล และสถานการณ์

ช่วงเวลา อุปสงค์การท่องเที่ยวจะสูงในช่วงเวลาที่เป็นวันหยุดที่ปราศจากภารกิจการงาน เช่น วันหยุดสุดสัปดาห์ วันหยุดเทศกาล หรือวันหยุดพักผ่อน ยิ่งมีช่วงเวลายาวนานเท่าไร อุปสงค์การท่องเที่ยวจะสูงมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่มนุษย์นิยมใช้เพื่อการพักผ่อนหรือหาความสนุกสนานรื่นรมย์ ในช่วงเวลาที่ว่างจากภารกิจใดๆ แต่ถ้าเป็นช่วงเวลาของการทำงานหรือการประกอบภารกิจใด จะไม่ก่อให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

ฤดูกาล สภาพภูมิศาสตร์ตามฤดูกาล มีผลต่อทรัพยากรท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และเอื้ออำนวยหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อการ

เดินทางท่องเที่ยว อุปสงค์การท่องเที่ยวจึงผันแปรหรือเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล เช่น
ฤดูหนาว เป็นช่วงเวลาที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมีความ
งดงามประกอบกับอากาศที่หนาวเย็นกำลังสบาย เป็นสิ่งจูงใจให้เกิดความต้องการที่จะ
เดินทางท่องเที่ยว โดยนิยมที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงดงามตามธรรมชาติเพื่อ
สัมผัสกับภูเขาสูง ทะเลหมอก อากาศเย็นสบาย พืชพรรณไม้สวย ฯลฯ

ฤดูร้อน อากาศร้อนอบอ้าว เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์มีความ
ต้องการที่จะเดินทาง ไปยังสถานที่ที่มีอากาศเย็นสบายคลายความร้อนลงได้บ้าง แม้เพียง
ชั่วระยะเวลาหนึ่ง อุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อนจะนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว
ที่เป็นแหล่งน้ำ ทั้งแม่น้ำลำคลอง น้ำตก ทะเลสาบ ชายทะเล หมู่เกาะ ฯลฯ

ฤดูฝน สภาพฝนตกนอกจากไม่เอื้ออำนวย ยังเป็นอุปสรรค
ทำให้ไม่สะดวกและไม่ปลอดภัยในการเดินทาง นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอาจ
ประสบกับมรสุม พายุฝน น้ำท่วมฉับพลัน ไม่ปลอดภัย เป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยว
อุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วงฤดูฝนจะน้อยกว่าช่วงฤดูกาลอื่น ๆ

สถานการณ์ ความปลอดภัยต่อสุขภาพ ชีวิตและทรัพย์สินเป็น
ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ที่มีผลต่ออุปสงค์หรือความต้องการท่องเที่ยว ถ้าในพื้นที่หรือ
แหล่งท่องเที่ยวใดมีสถานการณ์ไม่สงบ หรือไม่มีความมั่นคงปลอดภัย จะทำให้อุปสงค์
การท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เปลี่ยนแปลงหรือหมดไป ซึ่งโดยทั่วไปแล้วนัก
ท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปยังแหล่งที่มีแนวโน้มว่าจะเกิดอันตราย ไม่ปลอดภัยทั้งจาก
สถานการณ์การเมืองการปกครอง อาชญากรรม หรือโรคติดต่อร้ายแรง เป็นต้น

(2) รวมตัวหนาแน่น อยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีความสำคัญ ความงามมหัศจรรย์ เป็นที่รู้จักและได้รับความ
นิยมนิยมอย่างกว้างขวาง จะดึงดูดให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวโดยมีจุดหมายปลายทาง
ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวมักจะมารวมตัวกันเป็นกระจุก หรือ
หนาแน่น ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ในขณะที่เดียวกันแหล่งท่องเที่ยวใดที่ไม่
ค่อยเป็นที่นิยม จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนน้อย ไม่สามารถจูงใจให้เกิดอุปสงค์
การท่องเที่ยวมารวมตัวกันหนาแน่นได้

การรวมตัวอย่างหนาแน่นของอุปสงค์ จะผันแปรเปลี่ยนแปลงไปตามช่วง
เวลา ฤดูกาล และสถานการณ์ด้วย อาทิเช่น ในช่วงฤดูหนาว อุปสงค์การท่องเที่ยวจะไป
รวมตัวหนาแน่นอยู่ที่แหล่งท่องเที่ยวทางภาคเหนือ ซึ่งมีสภาพธรรมชาติสวยงาม อากาศ

เย็นสบาย ถ้าเป็นช่วงฤดูร้อน อุปสงค์การท่องเที่ยวจะกระจายไปตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งน้ำ ชายทะเล และหนาแน่นอยู่ในพื้นที่ที่ได้รับความนิยม เช่น กาญจนบุรี พัทยา ระยอง ภูเก็ต เป็นต้น แต่เมื่อถึงเทศกาลสงกรานต์ อุปสงค์การท่องเที่ยวจะไปรวมตัวหนาแน่นทางภาคเหนือ โดยเฉพาะที่จังหวัดเชียงใหม่จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ อย่างไรก็ตามหากมีสถานการณ์ที่ไม่ปกติ มีแนวโน้มที่จะเกิดเหตุร้ายรุนแรง หรือความไม่ปลอดภัย จะมีผลทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวที่จะไปรวมตัวหนาแน่น ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เปลี่ยนแปลงได้

(3) ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น อุปสงค์การท่องเที่ยวจะขยายตัวควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจเริ่มต้นเดินทางท่องเที่ยวในระยะทางใกล้ๆ ใช้เวลาเดินทางไป-กลับเพียงวันเดียว ต่อมาจะเริ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะทางไกลขึ้น มีการพักค้างคืนและเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวหรือวันพักค้างคืน เพิ่มจำนวนครั้งของการท่องเที่ยว และเพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ยกเว้นบางช่วงเวลาที่ภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวลดลง ทั้งนี้ เพราะการขยายตัวของการท่องเที่ยวจะเป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจ

6.1.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยว

(1) เพศ สถานภาพ บทบาท ทัศนคติ และความสนใจของเพศชายและเพศหญิงจะมีความแตกต่างกัน และมีผลให้อุปสงค์การท่องเที่ยวต่างกันไปด้วย

ผู้ชาย อาจชอบการทำท่าย ผจญภัย เพื่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยมีความคล่องตัวและความพร้อมมากกว่า สามารถตัดสินใจในอุปสงค์การท่องเที่ยวได้รวดเร็ว

ผู้หญิง จะมีภาระผูกพันกับครอบครัวมากกว่าผู้ชาย อาจใช้เวลาและต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ผู้หญิงจะต้องการความพร้อม ความมั่นใจ ความปลอดภัย และความสะดวกสบาย ไม่ต้องการเสี่ยงภัย หรือทำท่ายเหมือนผู้ชาย เป้าหมายการท่องเที่ยวของผู้หญิงมักจะเป็นเรื่องของความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว และการได้มีโอกาสจับจ่ายซื้อของ

(2) อายุ นักท่องเที่ยวในแต่ละวัยหรือช่วงอายุ จะมีอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

วัยหนุ่มสาว นักท่องเที่ยวเยาวชนหรือหนุ่มสาว ร่างกายยังแข็งแรงคล่องแคล่ว พร้อมทั้งจะผจญภัยกับความยากลำบาก ตื่นเต้นและทำท่ายเพื่อ

ความสนุกสนานและประสบการณ์ใหม่ๆ โดยไม่ค่อยให้ความสำคัญกับความสะอาด สบายมากนัก และชอบเดินทางอย่างอิสระไปกับกลุ่มเพื่อน

วัยกลางคน เมื่อมีอายุมากขึ้นจะมีหน้าที่การงาน มีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น มีศักยภาพในการท่องเที่ยว ย่อมต้องการความสะอาดสบายในการท่องเที่ยว และมักจะเดินทางมาเป็นครอบครัว สามี-ภรรยา หรือ พ่อ-แม่-ลูก

วัยสูงอายุ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่พ้นจากการทำงานมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จะเป็นตลาดที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะคนวัยนี้มีศักยภาพในการใช้จ่ายและมีเวลาที่จะท่องเที่ยวได้ยาวนาน แต่ด้วยข้อจำกัดทางด้านร่างกาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการความสะอาดสบาย ต้องการพักผ่อน ดูแลสุขภาพ และหาความสนุกสนาน การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวจะต้องไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเหนื่อยเกินไป และจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพของนักท่องเที่ยวด้วย

(3) การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาดี จะมีโอกาสที่จะทำงานในตำแหน่งหน้าที่ และมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี มีปัจจัยเกื้อหนุน ก่อให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่ด้อยโอกาสทางด้านการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจ

6.2 อุปทาน (Supply)

อุปทานการท่องเที่ยว คือ สินค้าหรือบริการท่องเที่ยว เพื่อรองรับอุปสงค์การท่องเที่ยว อุปทานการท่องเที่ยวจะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากสินค้าและบริการอื่นๆ ดังนี้

(1) ส่วนใหญ่เคลื่อนย้ายไม่ได้ อุปทานการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน จะไม่สามารถเคลื่อนย้ายไปที่ใด แต่จะคอยให้บริการ ณ แหล่งที่ตั้งนั้นๆ ซึ่งต่างกับอุปทานของสินค้าอื่นๆ ที่สามารถเคลื่อนย้ายหรือนำส่งไปให้บริการแก่ผู้บริโภคได้

(2) การท่องเที่ยวกระทำได้โดยการเดินทางเท่านั้น การเดินทางจะนำพานักท่องเที่ยวไปยังแหล่งที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อการบริโภคและใช้บริการท่องเที่ยว หากไม่มีการเดินทาง นักท่องเที่ยวจะไม่สามารถไปสู่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้

(3) มีข้อจำกัดบางช่วงเวลา แหล่งท่องเที่ยวบางประเภทมีข้อจำกัดสามารถให้บริการได้บางช่วงเวลา หากพ้นกำหนดจะไม่มีให้บริการในช่วงเวลาอื่นได้ เช่น

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเทศกาลงานประเพณี สงกรานต์ ลอยกระทง แห่เทียนพรรษา ฯลฯ จะกำหนดช่วงเวลาของการจัดงานและกิจกรรม หากต้องการท่องเที่ยวงานเทศกาลต่างๆ จะต้องเดินทางไปตามกำหนดเวลานั้น หรือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติตามฤดูกาลบางแห่ง จะมีความพร้อมที่จะให้บริการบางช่วงเวลา เช่น ถ้าต้องการสัมผัสอากาศหนาวเย็นดอกไม้บานสะพรั่ง จะต้องไปเที่ยวภาคเหนือในช่วงฤดูหนาว หรืออยากเห็นน้ำตกสวยมีสายน้ำไหลลงมาอย่างต่อเนื่อง หรือแหล่งน้ำที่เต็มไปด้วยปริมาณน้ำ จะต้องไปเที่ยวในช่วงหลังฤดูฝน ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติประเภทแหล่งน้ำจะอุดมสมบูรณ์มากกว่าช่วงเวลาอื่น

(4) มีทั้งรูปลักษณ์ทางกายภาพและการบริการ อุปทานการท่องเที่ยวมีหลากหลาย ทั้งด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า และการบริการที่รับรู้ได้ด้วยความรู้สึก ความพึงพอใจ มาตรฐานของการให้บริการแต่ละครั้งอาจไม่คงที่ และในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวจะได้บริโภคทั้งความงดงาม ประสพการณ์จากสถานที่ท่องเที่ยว รสชาติของอาหาร รวมทั้งกิจกรรม และการบริการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

(5) มีความสูญเสีย อุปทานการท่องเที่ยวบางอย่างมีความสูญเสียในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวไม่ได้ไปใช้บริการ อาทิเช่น พาหนะขนส่งในแต่ละเที่ยว หากไม่มีผู้โดยสารเต็มตามจำนวนที่นั่ง หรือที่พักแรมที่สร้างเพื่อรองรับความต้องการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวไปใช้บริการไม่ถึงจำนวนที่คาดการณ์ไว้ จะเกิดการสูญเสียซึ่งมีผลต่อรายได้และการลงทุนในการประกอบการ

(6) มักให้บริการเป็นพิเศษ อุปทานใดๆของการท่องเที่ยว มักจะจัดเตรียมไว้เป็นพิเศษ แตกต่างกับการให้บริการทั่วไปในท้องถิ่น ทั้งด้านที่พักแรม ร้านอาหาร การขนส่ง กิจกรรมและการบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวเองย่อมแสวงหาความสะดวกสบาย ความแปลกใหม่ หรือบริการพิเศษกว่าที่เคยพบในชีวิตประจำวัน โดยอัตราค่าบริการสำหรับนักท่องเที่ยวจะมีราคาสูงกว่าการให้บริการทั่วไป

(7) ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น อุปทานการท่องเที่ยวจะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทั้งด้านทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ด้านธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม งานเทศกาลประเพณี และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักแรม บริการนำเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อรองรับอุปสงค์การท่องเที่ยว
