



## การวิจัยการท่องเที่ยว: หลักการสู่การปฏิบัติในมุมมองสังคม Tourism Research: Principle to Practice in Social Reflective Perspective

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์<sup>1</sup>

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

Chalongsri Pimonsompong<sup>1</sup>

Faculty of Business Economics and Communication, Naresuan University

### ปรากฏการณ์การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นปรากฏการณ์ความเคลื่อนไหวของมนุษย์ในลักษณะการเดินทางออกจากที่พักอาศัยปกติไปยังสถานที่ต่างๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่งทั้งใกล้ และไกลตามความสนใจเฉพาะของตน เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น ความรู้ความเข้าใจ และต้องการได้รับการพักผ่อนทั้งร่างกาย จิตใจ และมีความสุขทุกครั้งหลังเดินทางกลับ การท่องเที่ยวจึงทำให้เห็นภาพของนักเดินทาง และการเยี่ยมชมในลักษณะต่างๆ กัน ทำให้เกิดการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจกับนักเดินทางเหล่านี้ที่เรียกว่า “นักท่องเที่ยว” ทั้งภูมิสำเนาที่เดินทางมา วิธีการเดินทาง รูปแบบและพฤติกรรมกรบริโภคในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Destination) ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาที่ได้จะนำไปใช้เป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปจัดการต้อนรับ และให้บริการที่จะสร้างความสุข และความชื่นชอบแก่นักท่องเที่ยว การศึกษาด้านการท่องเที่ยวมีแนวคิดมุมมองในการวิจัยอย่างหลากหลาย ทั้งระดับจุลภาค คือ มุ่งเป้าไปที่นักท่องเที่ยวในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากแต่ละภูมิภาคของโลก และตั้งใจเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และระดับมหภาค คือ มุ่งเป้าการดูภาพรวมพฤติกรรม การท่องเที่ยวของตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) ทั้งตลาดหลัก และตลาดรอง เพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย มุมมองทางวิชาการด้านการท่องเที่ยว คือ การวิจัยอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) ซึ่งถือเป็นจุดตั้งต้นของระบบการท่องเที่ยว (Tourism System)

ที่กระตุ้นให้เกิดการศึกษาอุปทานการท่องเที่ยวอย่างจริงจังเช่นเดียวกัน การวิจัยอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) มีแนวคิด มุมมองที่กว้างขวางมาก เพราะสามารถกระทำได้ในทุกพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวไปถึง และเป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าในแต่ละท้องถิ่น ทั้งที่มีอยู่แล้ว และสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่มาใช้ประโยชน์ในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนตลอดปี โดยไม่ต้องคำนึงถึงฤดูกาลการท่องเที่ยว การวิจัยด้านนี้เป็นการเสาะแสวงหาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) ใหม่ ๆ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แม้ว่าจะจัดอยู่ในทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทเดียวกันกับประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน มีศักยภาพความพร้อมในการตอบสนองความสนใจเฉพาะของนักท่องเที่ยวไม่แพ้กัน และอยู่ในสภาวะการแข่งขันได้ดีอย่างต่อเนื่อง แต่การที่นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจได้จากเครือข่ายออนไลน์ทุกประเภท ทำให้การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยว มีการขยายมุมมอง และค้นหาทรัพยากรการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในพื้นที่ต่างๆ มากขึ้น เพื่อนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง ภาพรวมของลักษณะภูมิอากาศ ภูมิประเทศ พื้นที่ทางธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์ การดำเนินชีวิตจริงของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น กิจกรรมทางประเพณี ศาสนา และความเชื่อ และวัฒนธรรมย่อยของชุมชนต่างๆ ฯลฯ ตลอดจนสิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ แบบร่วมสมัย และแบบทันสมัยที่สร้างความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ด้วย ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวต้องการมาชื่นชมได้ ทำให้การทำตลาด

<sup>1</sup> รองศาสตราจารย์ ดร. (Associate Professor Dr.) ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว (Director of Ph.D. and Master Degree Program in Tourism Management)



การท่องเที่ยวต้องแสวงหา และปรับกลยุทธ์ที่สร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวต้องตัดสินใจเดินทางมาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในทันทีที่มีเงิน และมีเวลา การวิจัยการท่องเที่ยวจึงต้องการได้ผลลัพธ์ที่สร้างความสมดุลของอุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยวในทุกพื้นที่ที่มีการศึกษา ที่มีภาพสะท้อนสถานการณ์จริง ความโดดเด่น และคุณค่าของพื้นที่วิจัยในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกกลุ่มสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการขาย และการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม

### การบูรณาการแนวคิด ทฤษฎีในการวิจัยการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม และส่งผลกระทบต่อแบบคู่ขนานกันกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดเวลาที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่เรียกว่า “วัฒนธรรมการท่องเที่ยว” (Tourism Culture) หมายถึง ชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน (host) และนักท่องเที่ยว (guest) ได้มีโอกาสพบปะ และทำความรู้จักกันในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง แม้จะใช้เวลาไม่นานนัก แต่ก็เป็นเวลาประทับใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ดีๆ กลับไปหรือในทางตรงกันข้ามอาจได้รับความผิดหวังทั้งสองฝ่าย เพราะความไม่เข้าใจในพฤติกรรมต่างวัฒนธรรมกัน ในช่วงเวลาสำคัญนี้ ผู้ทำวิจัยจำเป็นต้องแสวงหาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาช่วยขยาย ผสมผสาน และบูรณาการแนวคิดกับองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวทั้งด้านอุปสงค์ และอุปทานในระบบการท่องเที่ยว มาใช้เป็นเนื้อหาหลักในกรอบแนวคิดการวิจัย และออกแบบเครื่องมือการวิจัย การวิจัยการท่องเที่ยวจึงมีมุมมองที่สะท้อนความต้องการของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับสถานการณ์แท้จริงของพื้นที่ที่ทำการวิจัยไปพร้อมๆ กัน การวิจัยเฉพาะด้านอุปสงค์ หรือ อุปทานการท่องเที่ยวเพียงด้านใดด้านหนึ่งจะไม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างรอบด้าน และอาจไม่ตอบโจทย์ปัญหาของการวิจัย เพราะไม่ได้ศึกษาจากฐานวัฒนธรรมของเจ้าบ้าน และผู้มาเยือน การประกอบกรใดๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงอาจเป็นมุมมองเฉพาะหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบโดยตรง และโดยอ้อม

ที่เป็นเชิงนโยบายมากกว่าการปฏิบัติจริง การวิจัยการท่องเที่ยวจึงต้องการคำตอบที่เป็นรูปธรรมเพื่อนำไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และองค์ประกอบต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกระดับ เพราะเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนให้อุตสาหกรรมนี้สร้างรายได้อย่างมั่นคง ยาวนานให้แก่ประเทศ ดังที่เห็นได้จากข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ว่าประเทศไทยติดอันดับที่ 10 ของการเป็นประเทศยอดนิยมการท่องเที่ยวโลก ซึ่งนับว่าเป็นปีแรกที่ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และสะท้อนได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพความพร้อมทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในการรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทุกประเภทและทุกกลุ่มได้

การวิจัยการท่องเที่ยวต้องอาศัยแนวคิดมุมมองจากปรากฏการณ์ทางสังคม และทางธุรกิจควบคู่ไปด้วย เพราะการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีธุรกิจคนกลางในการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่ผู้เดินทางทั้งแบบกลุ่ม และแบบส่วนตัวตั้งแต่ก่อนเดินทาง ระหว่างเดินทาง และหลังจากการเดินทาง ซึ่งเรียกว่า ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Business) ธุรกิจนี้เป็นกลไกหลักในการประสานเชื่อมโยงธุรกิจทางตรง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ยานพาหนะ ฯลฯ และธุรกิจทางอ้อม เช่น การบริการสปา การดำน้ำ การเสริมสวย ฯลฯ ให้เป็นรายการนำเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนดของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง แม้ว่านักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลจะมีความต้องการเฉพาะที่หลากหลาย และสามารถวางแผนการจัดการรายการนำเที่ยวได้ด้วยตนเอง แต่การให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวก็ยังสามารถตอบสนองความถูกต้องแม่นยำทำให้เกิดความสมดุลระหว่างเวลาที่ใช้ในการเดินทาง การเที่ยวชมและการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ป้องกันปัญหา อุปสรรค และความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ เพราะการเป็นภาคีเครือข่ายที่ดีของธุรกิจนำเที่ยวของไทย และต่างประเทศจะสามารถแสวงหาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแปลกใหม่มาสร้างสรรค์รายการนำเที่ยวที่พร้อมเสนอบริการในลักษณะต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้ โดยได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจนำเที่ยวจึงเป็นผู้ใช้มุมมองจากผลการวิจัยการท่องเที่ยว และ



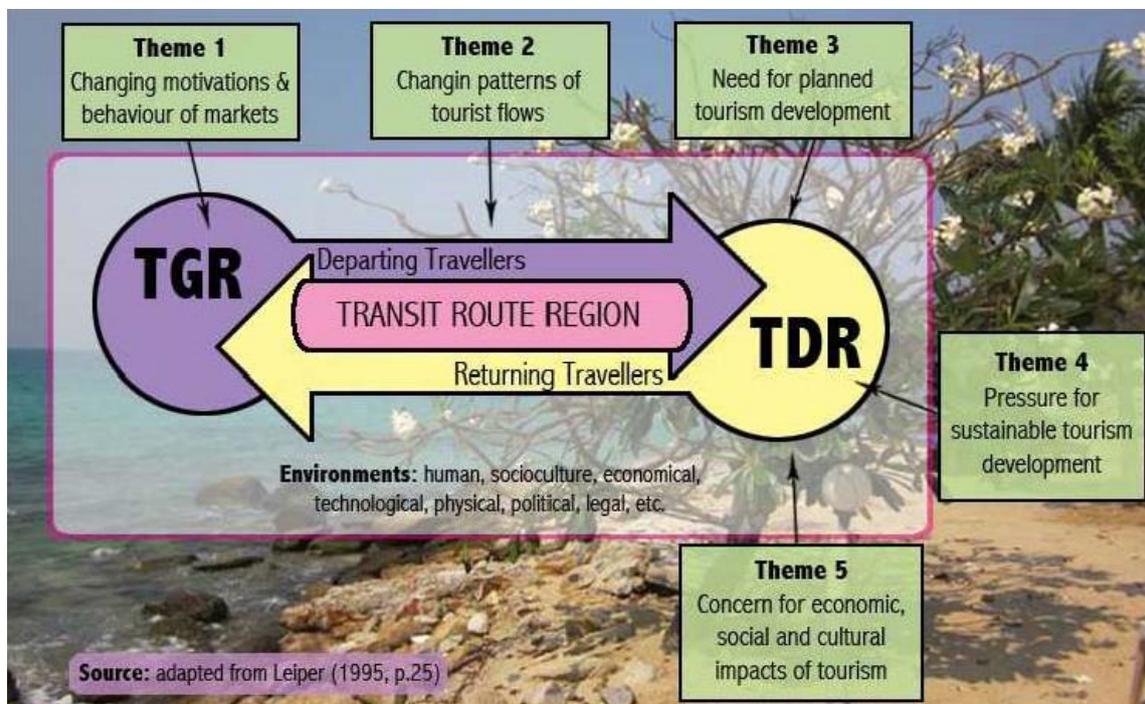
ข้อเสนอแนะมากที่สุด เพราะจะได้รับภาพที่ชัดเจน และทันสมัยอยู่เสมอทั้งจากอุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยว

### ตัวอย่าง แนวคิด ทฤษฎีที่ควรทบทวนเมื่อทำวิจัยการท่องเที่ยว

เมื่อเริ่มงานวิจัยการท่องเที่ยว การค้นพบช่องว่างการวิจัย (research gap) หรือปัญหาการวิจัย (research problem) มักทำได้ยาก เพราะผู้วิจัยมักเริ่มด้วยความสนใจส่วนตัว โดยยังไม่รู้ว่าจะได้คำตอบ หรือข้อค้นพบอะไรบ้างที่นำไปสู่การแก้ปัญหาที่ต้องการ ที่ต้องได้ข้อมูลเชิงลึกจากปรากฏการณ์แท้จริงของการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อถึงลักษณะทางสังคม และเศรษฐกิจที่การท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ด้วย ดังนั้นอาจกลายเป็นข้อด้อยของการวิจัยตั้งแต่การกำหนดที่มา และปัญหาของการวิจัย การกำหนดกรอบแนวคิด การออกแบบวิธีวิจัย และการได้ผลผลิตการวิจัยที่เป็นรูปธรรม แนวคิดกว้างๆ ที่จะช่วยให้ทำวิจัยการท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณค่าต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกระดับมีดังนี้

1. การศึกษาให้ได้รับความเข้าใจแท้จริงเกี่ยวกับสถานการณ์ และแนวโน้มของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่เชื่อมโยงไปยังภูมิภาคใกล้เคียง เพื่อให้ได้ภาพรวมความเคลื่อนไหวของการท่องเที่ยว (Tourism Mobility) ที่เป็นปัจจุบัน ทั้งด้านอุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยว

2. การศึกษาความหมาย ความสำคัญ และความเชื่อมโยงกันของกลไกต่างๆ ในระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการนำองค์ความรู้ต่างๆ ทางการท่องเที่ยว มาเป็นแนวคิดหลักของการวิจัย ที่จะนำไปสู่การออกแบบวิจัยให้ตอบปัญหาการวิจัยอย่างตรงประเด็น รูปแบบระบบการท่องเที่ยวที่นิยมใช้เป็นต้นแบบในการศึกษาก่อนการทำวิจัย คือ Tourism System Model ของ Leiper (1995) ซึ่งมีการศึกษาขยายมุมมองออกไปอีกหลายลักษณะจากนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ ระบบการท่องเที่ยวมีความกว้างขวาง ครอบคลุมทั้งอุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยวที่มีความซับซ้อนในหลายระดับ และสามารถให้แนวคิดที่ดีในการพัฒนางานวิจัยได้ทั้งในเชิงพื้นฐาน และในเชิงลึก



ภาพ 1 Tourism System Model

TGR: Traveler generating region TDR: Tourist destination region  
ที่มา: adapted from Leiper (1995) by Cirome (2012)



3. การศึกษาบริบทของพื้นที่การวิจัย (Research Area) อย่างรอบด้าน อาทิ

- แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยระดับประเทศ ระดับภาค และระดับท้องถิ่น

- สถานการณ์การท่องเที่ยว และความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตท้องถิ่นในพื้นที่ศึกษา

- สถานการณ์ และแนวโน้มการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ จากข้อมูลขององค์กรการท่องเที่ยวโลก และสมาคมต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

- แผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนจัดทำขึ้น เพื่อดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ นโยบาย ยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยว และกรอบแนวคิด ทิศทางการวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศ อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นต้น ซึ่งจะมีฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทอย่างชัดเจน

4. การเลือกใช้แนวคิด ทฤษฎีหลักในการวิจัย เนื่องจากการวิจัยการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับบริบททางสังคมเป็นอย่างมาก แนวคิดสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องนำมาใช้ในการทำวิจัย คือ การบูรณาการแนวคิดจากศาสตร์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง ทั้งศาสตร์ดั้งเดิม และศาสตร์ประยุกต์ อาทิ จิตวิทยา การตลาด การบริหารธุรกิจ ภูมิศาสตร์ ชาติพันธุ์วิทยา นิเวศวิทยา การปกครองท้องถิ่น กฎหมาย ฯลฯ เป็นต้น มาเป็นเนื้อหาหลักของการวิจัย การบูรณาการแนวคิดเกิดจากการสังเคราะห์ในเชิงลึก พร้อมๆ กับการผสมผสานแนวคิดจากบริบทในพื้นที่วิจัย เพื่อค้นหาปัจจัย หรือองค์ประกอบใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จนได้องค์ความรู้ใหม่ในศาสตร์การท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นศาสตร์สหวิทยาการ (interdisciplinary) หรือ พหุวิทยาการ (multidisciplinary) ดังนั้น ผลผลิตของการวิจัยจึงไม่มีลักษณะของการพิสูจน์ทฤษฎีหลักที่นำมาใช้ แต่มีลักษณะเป็นองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม

## บทสรุป

การวิจัยการท่องเที่ยวมีลักษณะของความซับซ้อน และมีความละเอียดอ่อนของผลการวิจัย ในบางประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ต่างๆ ที่ใช้เป็นกรณีศึกษา เพราะผลการวิจัยจะสะท้อนเอกลักษณ์ และวิถีการดำเนินชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในพื้นที่นั้นๆ ด้วย ประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณาเพื่อทำให้การวิจัยเป็นที่ยอมรับ ได้แก่ 1) ความเปลี่ยนแปลงลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ซึ่งเกิดจากพลวัตของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของอุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยวในช่วงเวลาทำวิจัย 2) ความเข้าใจแท้จริงในเรื่องพิธีกรรม นิยาย ตำนาน ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา และความเชื่อในปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ เหนือจินตนาการ หรืออาจเป็นไปได้ การวิจัยจึงควรมีความเป็นกลางในการสะท้อนมุมมองระหว่างโลกตะวันตก โลกตะวันออก และระหว่างกลุ่มต่างๆที่อาจให้ความคิดเห็นแตกต่างกัน 3) ความเหมาะสมและเพียงพอในการให้บริการด้วยความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงระดับของสังคมและวัฒนธรรมในยุคที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาแทนแรงงานการบริการของมนุษย์ การตอบสนองการบริโภคการท่องเที่ยวจึงต้องพึงพาแนวคิดจากความรู้ต่างๆ ในสหวิทยาการที่นำมาใช้ด้วย 4) ความใส่ใจอย่างเต็มที่ในรายงานผลการวิจัยสู่สาธารณชน เพราะเป็นการรายงานว่าเกิดอะไรขึ้นกับพื้นที่/แหล่งท่องเที่ยวในภาพกว้าง แต่อาจให้ผลที่เบี่ยงเบนได้จากการขาดการสังเคราะห์บริบทอย่างเป็นจริง และครบถ้วน และ 5) การคาดคะเน หรือมองการณ์ไกลถึงผลการวิจัยที่ยังคงอยู่อีกหลายๆ ปีในอนาคต เพราะข้อมูลที่พบอาจกระทบ และไม่ตรงกับสถานการณ์ความเป็นจริงทางการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป การอ้างอิงผลการวิจัยเดิมอาจไม่สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่สังเคราะห์ใหม่ และทำให้ติดกับดักความรู้เดิมที่อาจเหมาะสมกับบางช่วงเวลาเท่านั้น เมื่อทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา จึงควรวิเคราะห์การใช้ข้อมูลงานวิจัยอย่างมีนวัตกรรม เพื่อให้ได้มุมมองจากการให้บริการต่างๆ ในระบบการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น รูปแบบการให้บริการต่างๆ ของนักท่องเที่ยว และทักษะการมีจิตบริการ (hospitality) ของผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม



การจัดการการท่องเที่ยวมุ่งเน้นไปที่มุมมองจากปรากฏการณ์การท่องเที่ยวทั้งสองลักษณะ คือ มุมมองทางสังคม และมุมมองทางธุรกิจ ซึ่งนักวิชาการการท่องเที่ยวได้ให้ความหมาย และความสำคัญตามรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวบริโภค เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นต้น โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ฯลฯ ต่างก็จัดหาบริการให้ตรงกับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ แต่ไม่ว่านักท่องเที่ยวจะมีความต้องการเฉพาะอย่างไร และมีความพึงพอใจในการมาเยือนประเทศไทยมากน้อยเพียงใด นักท่องเที่ยวก็ยังคงมีความสำคัญในฐานะ

ผู้มาเยือนสังคมไทยในระยะเวลา จำนวนครั้งที่มาเยือนแตกต่างกัน และเป็นผู้ถ่ายทอดเอกลักษณ์ความเป็นไทยไปสู่สังคมโลก จึงทำให้ยังมีความต้องการจำเป็นในการทำวิจัยในมิติต่างๆ ของการท่องเที่ยวอยู่เสมอ มุมมองการวิจัยการท่องเที่ยว จึงยังต้องพิจารณาการท่องเที่ยว กับวัฒนธรรมและสังคมควบคู่กันไปด้วย ซึ่งจะทำได้มุมมองของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ในประเทศไทยอย่างกว้างขวาง สามารถจำแนกออกเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวย่อยๆ อีกหลายรูปแบบ และเป็นจุดเริ่มต้นของการวิจัยที่จะทำได้ผลลัพธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กับการพัฒนาประเทศไทยด้านอื่นๆ ในอนาคตด้วย

#### บรรณานุกรม (Bibliography)

- Cirome. (May 29, 2012). **Tourism CH1: "Whole Tourism Systems"**. Retrieved June 25, 2017, from <http://ciromeworld.blogspot.com/2012/05/ictm501-ch1-whole-tourism-systems.html>
- Gayle, J. (2011). **Tourism Research** (2<sup>th</sup> ed.). Australia: John Wiley & Sons Australia Ltd.
- Leiper, N. (1995). **Tourism Management**. Australia: RMIT Press, Collingwood.
- National Research Council of Thailand. (May 30, 2017). **Selected Research Proposal Submission financial year 2018**.
- Ritchie, B. W., Burns, P., and Palmer, C. (2005). Introduction: reflections on the practice of research. **Tourism research methods: integrating theory with practice**. (1-8). English: CABI.
- Smith, S. L. J. (2017). **Practical Tourism Research** (2<sup>th</sup> ed.). London: CABI.
- The World Tourism Organization (UNWTO). (2016). **World's Top Tourism Destinations. UNWTO Tourism Highlights**. UNWTO Publications.