



สถาบัน **THE BEST CENTER**

2145/7 ซ.รามคำแหง 43/1 ถ.รามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทร. 0-2318-6868, 0-2314-1492 โทรสาร 0-2718-6274

คุณภาพทางวิชาการต้องมาที่ 1

www.thebestcenter.com; www.facebook.com/bestcentergroup

คู่มือเตรียมสอบ

นักพัฒนาการท่องเที่ยว ปฏิบัติการ กรมการท่องเที่ยว

ประกอบด้วย

- ความรู้ความสามารถที่ใช้เฉพาะตำแหน่ง (คะแนนเต็ม 200 คะแนน)
- ความรู้เกี่ยวกับบทบาท ภารกิจ และอำนาจหน้าที่ของกรมการท่องเที่ยว
- ความรู้ทั่วไปและสถานการณ์ปัจจุบัน
- ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นโยบายและยุทธศาสตร์ภาครัฐด้านการท่องเที่ยว
- ความรู้ด้านกฎหมายทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติราชการ เช่น พระราชบัญญัติ ระเบียบข้าราชการพลเรือน พ.ศ. 2551 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยงานสารบรรณ พ.ศ.2526 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560
- ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว เช่น พระราชบัญญัตินโยบาย การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2551 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551
- ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ



เปิดติวครบวงจร

ทุกหน่วยงานสอบ และติวทางไปรษณีย์

ติดต่อ 02-3186868, 02-3141492

ศูนย์รวมคู่มือเตรียมสอบและแนวข้อสอบ
มีวางจำหน่ายตามศูนย์หนังสือทั่วประเทศ
หรือ www.thebestcenter.com

E-book download

ติดต่อไลน์ Line ID : @thebestcenter

270.-

คู่มือเตรียมสอบ
นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ
กรมการท่องเที่ยว

THE BEST CENTER
เดอะเบสท์ เซ็นเตอร์

ราคา 270.

คำนำ

คู่มือเตรียมสอบสำหรับตำแหน่งนักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ กรมการท่องเที่ยว เล่มนี้ โดยทางสถาบัน THE BEST CENTER และคณะได้เรียบเรียงขึ้นเพื่อให้ผู้สมัครสอบใช้ สำหรับเตรียมตัวสอบใน การสอบ แข่งขันฯ ในครั้งนี้

ดังนั้นทางสถาบัน THE BEST CENTER ได้เล็งเห็นความสำคัญจึงได้จัดทำหนังสือเล่มนี้ ขึ้นมา ประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับการเนื้อหา พ.ร.บ. ระเบียบและเจาะแนวข้อสอบเพื่อให้ผู้ที่ สอบได้เตรียมตัวอ่านล่วงหน้า มีความพร้อมในการทำข้อสอบ

ท้ายนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบคุณทางสถาบัน THE BEST CENTER ที่ได้ให้การสนับสนุน และมีส่วนร่วมในการจัดทำต้นฉบับนี้ ทำให้หนังสือเล่มนี้สามารถสำเร็จขึ้นมาเป็นเล่มได้ พร้อมกันนี้คณะผู้จัดทำขออภัยรับข้อบกพร่องใด ๆ อันเกิดขึ้นและยินดีรับฟังความคิดเห็น จากทุก ๆ ท่าน เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

THE BEST CENTER
เดอะเบสท์ เซ็นเตอร์

ขอให้โชคดีในการสอบทุกท่าน
ฝ่ายวิชาการ

สถาบัน The Best Center

www.thebestcenter.com

สารบัญ

➤ ความรู้เกี่ยวกับกรมการท่องเที่ยว	1
➤ ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	4
➤ การส่งเสริมด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย	44
➤ นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว	60
★ แนวข้อสอบ พ.ร.บ. ระเบียบข้าราชการพลเรือน พ.ศ. 2551	
และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2. พ.ศ. 2558	65
★ แนวข้อสอบ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยงานสารบรรณ พ.ศ.2526	
และที่แก้ไขเพิ่มเติม ถึงฉบับที่ 3 พ.ศ. 2560	106
★ แนวข้อสอบ พ.ร.บ.การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560	139
➤ พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551	150
★ แนวข้อสอบ พ.ร.บ.นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2551	160
➤ พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551	163
★ แนวข้อสอบ พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551	
และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2. พ.ศ. 2559	190
➤ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551	195
★ แนวข้อสอบ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551	214
★ แนวข้อสอบ ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ	217
➤ ความรู้พื้นฐานภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว	233
★ แนวข้อสอบ นักพัฒนาการท่องเที่ยว ชุดที่ 1.	241
★ แนวข้อสอบ นักพัฒนาการท่องเที่ยว ชุดที่ 2.	244
★ แนวข้อสอบ นักพัฒนาการท่องเที่ยว ชุดที่ 3.	253
★ แนวข้อสอบ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	256
★ แนวข้อสอบ แบบ ถาม-ตอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	262

ความรู้เกี่ยวกับกรมการท่องเที่ยว



➤ วิสัยทัศน์ของกรมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564

“เป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล”

➤ พันธกิจ

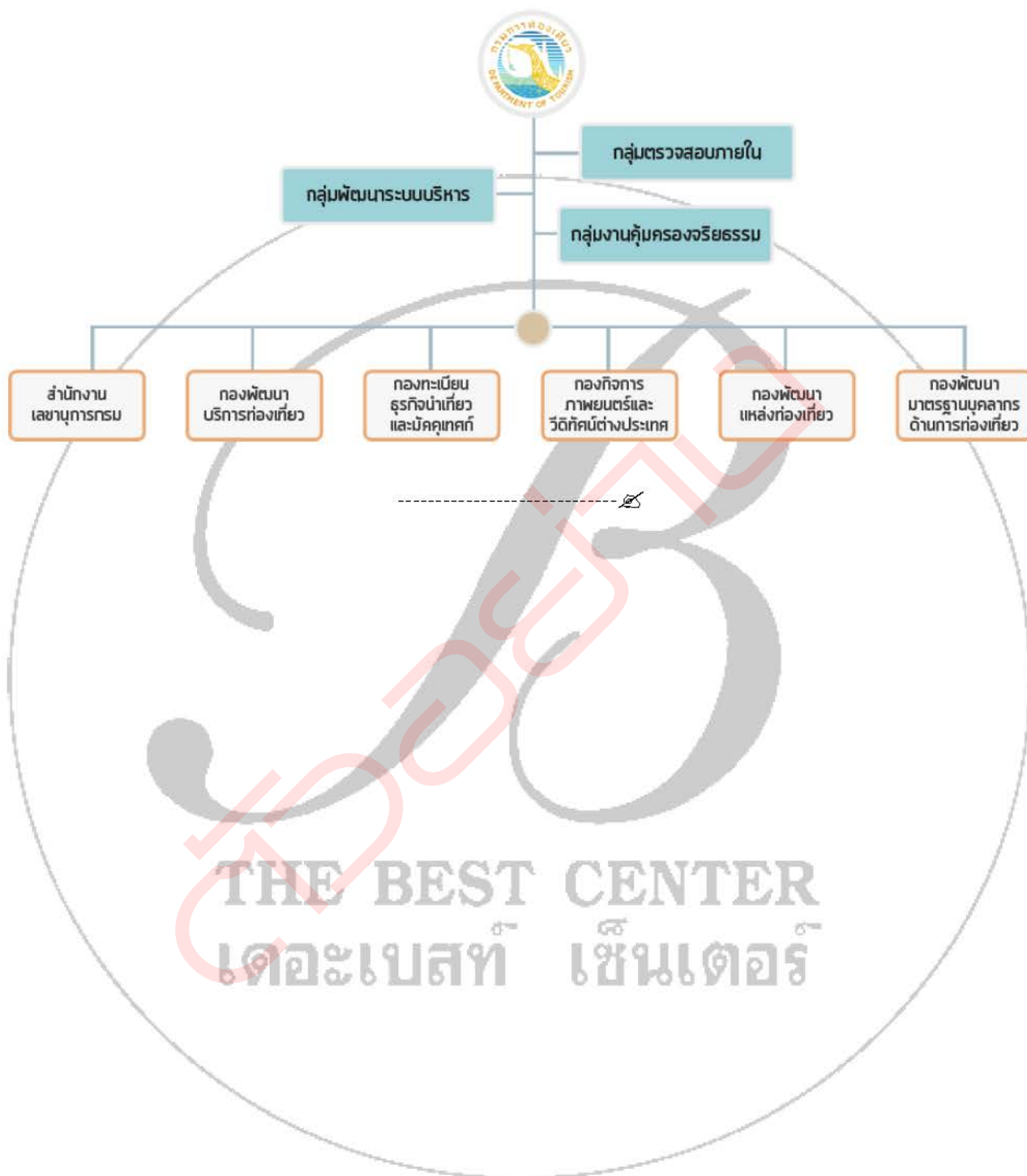
1. ส่งเสริม อนุรักษ์ฟื้นฟูพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความสมดุลและยั่งยืน
2. พัฒนาระดับมาตรฐานสินค้า บริการ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว มีคชุเทศก์ ผู้นำเที่ยว และควบคุม กำกับให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด
4. การอำนวยความสะดวก การป้องกันและรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและเสริมสร้างกิจกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวแก่ทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
6. ส่งเสริมและสนับสนุนกิจการภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักร
7. พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศและเผยแพร่ข้อมูลสถิติ องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว เพื่อการวางแผนและบริหารจัดการ
8. พัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศ

➤ ภารกิจและอำนาจหน้าที่

กรมการท่องเที่ยว มีภารกิจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านบริการ ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว มีคชุเทศก์ และผู้นำเที่ยว มาตรฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักร ให้สอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กฎหมายว่าด้วยธุรกิจนำเที่ยวและมีคชุเทศก์ กฎหมายว่าด้วยภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพยนตร์ต่างประเทศ ในราชอาณาจักร และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยให้อำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กฎหมายว่าด้วยธุรกิจนำเที่ยว และ มัคคุเทศก์ กฎหมายว่าด้วยภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพยนตร์ ต่างประเทศในราชอาณาจักร และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. ประสานการสำรวจ วางแผน ออกแบบ และดำเนินการส่งเสริม อนุรักษ์ พัฒนา บูรณะ ปรับปรุง และ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ภายใต้บังคับกฎหมาย ว่าด้วยกรนั้น เพื่อเป็นการนำมามาตรฐานทางการท่องเที่ยวไปสาธิตหรือเป็นต้นแบบ ปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยว
3. สำรวจ จัดเก็บ รวบรวม และพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ เพื่อวางแผนและบริหารจัดการ เผยแพร่ ข้อมูลสถิติและองค์ความรู้ด้านบริการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว การประกอบธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และผู้นำ เที่ยว รวมทั้งข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนและ กิจกรรมภาพยนตร์ ต่างประเทศในราชอาณาจักร
4. จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว แผนพัฒนาทะเบียน ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และผู้นำเที่ยว รวมทั้งประสาน ส่งเสริม และสนับสนุนให้มีการปฏิบัติ ให้เป็นไปตามแผน มาตรฐาน และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
5. ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย และจัดทำมาตรฐานบริการท่องเที่ยว มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานธุรกิจนำ เที่ยวและมัคคุเทศก์ และมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งดำเนินการ ตรวจสอบประเมินและรับรอง มาตรฐาน
6. ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย กำหนดนโยบายและแผนพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว จัดทำ และพัฒนา หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความต้องการด้านแรงงาน ของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งดำเนินการรับรองมาตรฐานสมรรถนะ สำหรับบุคลากรด้านการ ท่องเที่ยวอาเซียน
7. สนับสนุนการดำเนินการเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว
8. ติดตามและประเมินผลงานด้านพัฒนาการท่องเที่ยว
9. ส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่าง ยั่งยืน รวมถึงประสานและสนับสนุนการบริหารจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนให้สามารถ ดำเนินการเพื่อ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
10. ดำเนินการประสานความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐและเอกชนทั้งภายในประเทศและ ต่างประเทศ เพื่อเป็นเครือข่ายในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว
11. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่รัฐมนตรี หรือ คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

➤ โครงสร้างองค์กร



ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

“การท่องเที่ยว” คือการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน เที่ยวชม เพลิดเพลินหรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพ ส่วนความหมายของคำว่า “อุตสาหกรรม” ตามพจนานุกรม คือ “การทำสิ่งของเพื่อให้เป็นสินค้า” แต่ในปัจจุบันมีความหมายมากกว่านั้น คือ “กิจกรรมทางเศรษฐกิจ อย่างมีระบบการพาณิชย์หรือการผลิตสาขาใดสาขาหนึ่ง” ในสายอุตสาหกรรมการผลิตจะมีปัจจัยสำคัญที่คอยขับเคลื่อนที่เห็นได้ชัด 4 ประการ คือ โรงงาน ลูกค้า สินค้า และการขนส่ง เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่เน้นการบริการ เราสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. “โรงงาน” หมายถึง แหล่งที่ผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ที่ใช้ประกอบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวนั้นเอง
2. “ลูกค้า” หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาชมบ้านเมือง ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม สิ่งที่คุณซื้อหรือลูกค้าจะได้รับคือ ความพอใจความสนุกสนาน เพลิดเพลินกับการได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ ความสะดวกสบาย การพักผ่อน และความทรงจำที่น่าประทับใจ
3. “สินค้า” ในสายอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวไม่ต้องมีการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของเหมือนอุตสาหกรรมผลิตอื่น ๆ และสินค้าโดยมากได้มาโดยไม่ต้องลงทุน จึงเป็นข้อได้เปรียบอุตสาหกรรมอื่นอย่างมาก เช่น ความสวยงามทางธรรมชาติที่ได้มาโดยไม่ต้องลงทุน สิ่งสวยงามที่มนุษย์สร้างขึ้นหากเป็นสิ่งสวยงามในอดีตก็นับเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษสร้างให้ แต่หากเป็นสิ่งทีมนุษย์สร้างขึ้นในยุคปัจจุบันก็นับว่าเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อเพิ่มสีสัน สร้าง จุดขายทางการท่องเที่ยววิถีทาง ดำเนินชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นที่ได้มาโดยการสืบทอดประเพณีแนวปฏิบัติจากรุ่นสู่รุ่น เป็นต้น
4. “การขนส่ง” ผู้ผลิตจะต้องส่งสินค้าไปยังลูกค้า แต่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลับตรงกันข้ามเพราะทรัพยากรการท่องเที่ยวจะเป็นทั้ง “โรงงาน” “วัตถุประสงค์” และ “สินค้า” ในตัวเองพร้อมสรรพไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวจึงต้อง ไปซื้อสินค้าในบริเวณแหล่งผลิตหรือโรงงานด้วยตัวเอง

ในส่วนความหมายของคำว่า “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ที่จำกัดความไว้ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 มาตรา 4 ให้ความหมาย “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีคำตอบแทนและหมายรวมถึง

- 1) ธุรกิจนำเที่ยว
- 2) ธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว
- 3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- 4) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว

5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว

6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

ในส่วนของสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายคำว่า “การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ภาครัฐ องค์กรเอกชน ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้า ของทรัพยากรการท่องเที่ยว อันถูกผนวกอยู่ในกิจกรรม หรือกระบวนการในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

จากลักษณะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและความหมายของคำว่าการท่องเที่ยว ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะครอบคลุมองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 6 ประการ คือ

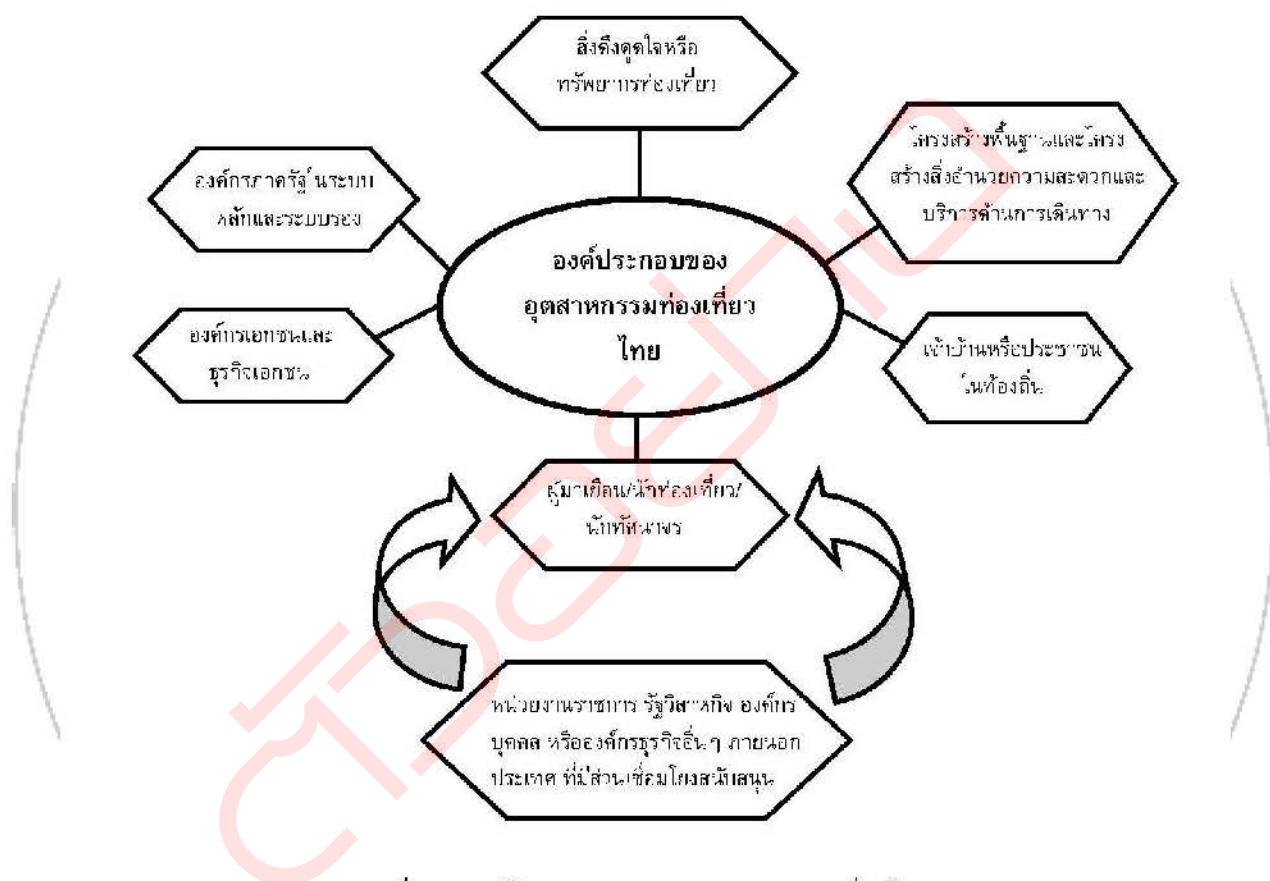
- 1) นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน
- 2) สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว
- 3) โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว
- 4) องค์กรภาครัฐ
- 5) องค์กรภาคเอกชน
- 6) เจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่น

องค์ประกอบในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้หรือไม่จะต้องอาศัยสิ่งสำคัญที่เป็นองค์ประกอบ 6 ประการข้างต้นดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึงผู้มาเยือน (Visitor) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และรวมถึง “นักทัศนอาจร”(Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน
2. สิ่งดึงดูดใจหรือ แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นทั้งจากน้ำมือมนุษย์หรือจากที่ธรรมชาติให้มา
3. โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคม ความปลอดภัย ขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง ถนน ไฟฟ้า ประปา การสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลา ตลอดจนได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น

4. องค์กรภาครัฐ ซึ่งมีนโยบาย สนับสนุน และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในทุกๆ รูปแบบไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ในขณะที่เดียวกันก็ดูแลและมีตระวังไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณีและคุณภาพชีวิตของชุมชน
5. องค์กรภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจภาคบริการอันหลากหลาย เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก
6. เจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว จะมีส่วนสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบภายนอกประเทศอื่นๆ อีกมากที่มีส่วนช่วยกระตุ้น สนับสนุน ส่งเสริม ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย เช่น หน่วยงานรัฐวิสาหกิจของไทยในต่างประเทศ สมาคม/ชมรม คนไทยในต่างประเทศ ร้านอาหารไทย บริษัทข้ามชาติ หรือองค์กรธุรกิจร่วมทุน หน่วยงานภาครัฐกิจเอกชนในต่างประเทศและนักธุรกิจ ชาวต่างชาติที่เคยมาอาศัยและทำงานอยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางกลับไป นักศึกษานักเรียนไทยในต่างประเทศ แรงงานไทยในต่างประเทศ สถาบันกีฬา การบันเทิง และนันทนาการ องค์กรอิสระอื่นๆ ที่มีโครงข่ายเชื่อมโยงกับประเทศไทย ฯลฯ



ภาพที่ 2.2 องค์กรประกอบขององค์กรและองค์กรธุรกิจอื่นๆ ภายนอกประเทศที่เชื่อมโยงการเดินทางของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

1. นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

นักท่องเที่ยวคือผู้ที่มาชมบ้านชมเมือง ชมธรรมชาติศิลปวัฒนธรรม โดยสิ่งที่คาดหวังจะได้รับคือ ความพอใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ การต้อนรับที่ดี ความสะอาดสบาย การพักผ่อน และความทรงจำที่น่าประทับใจ นักท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว การศึกษาให้เข้าใจพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทักษะคิดพื้นฐานด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้วางแผนทางการตลาด

ปัจจัยหลักเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ควรศึกษา ได้แก่

1.1 ลักษณะพื้นฐานหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว จำแนกออกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพสมรส และถิ่นพำนัก ซึ่งแต่ละปัจจัยจะส่งผลถึงพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.1.1 เพศ โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยสามารถเดินทางได้ทั้งตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่ม มักกระจายตัวไปได้แทบทุกแหล่งท่องเที่ยว และสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายได้มากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงซึ่งมีความคล่องตัวน้อยกว่า มักเดินทางมากับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว โดยจะพิถีพิถันและรอบคอบในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและสามารถเดินทางได้

สะดวก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวใดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมากหรือมีอัตราการเติบโตที่สูง ก็ย่อมได้รับภาพลักษณ์ที่น่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย

1.1.2 อายุ บุคคลที่มีช่วงอายุแตกต่างกันก็จะมีความสามารถในการเดินทางได้แตกต่างกันดังต่อไปนี้ คือ

1) *กลุ่มวัยเด็ก* ช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี เป็นกลุ่มที่ไม่สามารถเดินทางได้ตามลำพัง หากเดินทางท่องเที่ยวมักจะทำกับพ่อแม่ หรือสถานศึกษา หรือสถาบันที่จัดอบรมต่างๆ ที่ได้จัดให้มีการทัศนศึกษานอกสถานที่

2) *กลุ่มวัยรุ่น* ช่วงอายุ 15-24 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ หรือเพิ่งจบการศึกษา จึงยังไม่มีทุนทรัพย์ในการเดินทางด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มักเดินทางมากับพ่อแม่ หรือสถานศึกษา หรือสถาบันที่จัดอบรมต่างๆ หรือเดินทางมาพักอาศัยอยู่กับครอบครัวอุปถัมภ์ตามโครงการแลกเปลี่ยนทางการศึกษาต่างๆ ทางการตลาด ทั้งกลุ่มวัยเด็กและกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพที่น่าส่งเสริม แม้ว่าจะยังเป็นกลุ่มที่คาดหวังรายได้ทางการท่องเที่ยวได้น้อยก็ตาม แต่หากว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวเมื่อวัยเด็กแล้ว พวกเขา ก็อาจกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง และจะกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในอนาคต

3) *กลุ่มวัยทำงานตอนต้น* ช่วงอายุ 25-34 ปี เป็นกลุ่มศักยภาพในการใช้จ่ายเงินได้สูง เพราะมีรายได้เป็นของตนเองแล้ว เป็นวัยที่เริ่มสร้างเนื้อสร้างตัว ที่สำคัญเป็นวัยที่จริงจังในการสร้างประสบการณ์ชีวิตด้วยการหาโอกาสเดินทางท่องเที่ยว โดยลักษณะกิจกรรมที่เลือกก็ยัง สามารถทำได้หลากหลาย เพราะอยู่ในวัยที่มีกำลังวังชาสุขภาพเอื้ออำนวย โดยส่วนใหญ่พบว่ากลุ่มวัยนี้จะมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มวัยอื่นๆ

4) *กลุ่มวัยทำงานตอนกลางและตอนปลาย* ช่วงอายุ 35-44 ปี และ 45-54 ปี เป็นกลุ่มที่มีการเดินทางค่อนข้างสูง ตามภาระหน้าที่การงานที่ได้รับผิดชอบมากขึ้น ประกอบกับมีฐานะและการเงินที่ค่อนข้างมั่นคงแล้ว จะเป็นวัยที่อาจมีโอกาสดำเนินการเดินทางมากกว่าทุกวัย การเดินทางในวัยนี้จึงนับเป็นส่วนเสริมให้ชีวิตมีสีสัน สมบูรณ์แบบมากขึ้น และอาจเป็นเพราะต้องการให้ครอบครัวได้รับประสบการณ์ที่ดีด้วย

5) *กลุ่มวัยเกษียณ* ช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป จะแบ่งได้ 2 กลุ่มคือ กลุ่มวัยเกษียณที่สุขภาพดี มีฐานะมั่นคง ครอบครัวอบอุ่น กลุ่มนี้จะมีความสามารถในการเดินทางเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ช่วงบั้นปลายได้อย่างมาก อีกกลุ่มคือกลุ่มวัยเกษียณที่สุขภาพไม่เอื้ออำนวย อาจมีฐานะหรือไม่มีแล้วแต่ จะเป็นกลุ่มที่มีความดีในการเดินทางลดลง เนื่องจากสุขภาพไม่เอื้ออำนวย ทั้งนี้ทั้งสองกลุ่มหากมีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวก็จะมีวันพักผ่อนนานกว่ากลุ่มวัยอื่นๆ เพราะไม่มีภาระการทำงานที่ต้องรับผิดชอบแล้ว

1.1.3 *อาชีพ* กลุ่มที่มีการกิจหน้าที่การงานที่แตกต่างกัน มีโอกาสในการเดินทางแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่ทำงานในอาชีพระดับสูง หรืออาชีพอิสระ จะมีโอกาสเดินทางได้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ เพราะมีทุนทรัพย์มากกว่า มีความอิสระมากกว่า นอกจากนี้ภาระหน้าที่การงานบางประเภทก็มีส่วนที่

ทำให้บางอาชีพให้ต้องเดินทางไปติดต่อกันบ่อยครั้งเช่นกัน เช่นอาชีพในกลุ่มระดับผู้บริหาร กลุ่มนักวิชาชีพเฉพาะ ตัวแทนขาย เป็นต้น

1.1.4 **ระดับการศึกษา** เป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับอาชีพและรายได้ โดยส่วนใหญ่บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงก็มักจะมีอาชีพและรายได้ที่ดี ส่งผลให้มีการเดินทางได้บ่อยกว่า นอกจากนี้ระดับการศึกษายังเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

1.1.5 **ระดับรายได้** เป็นตัวบ่งชี้สำคัญถึงความสามารถในการเดินทางของบุคคล กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้สูงกว่าย่อมมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้ไกลและบ่อยครั้งกว่า โดยทั่วไปในทางการตลาด แบ่งกลุ่มรายได้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มรายได้สูงหรือกลุ่มระดับบน กลุ่มรายได้ปานกลางหรือกลุ่มระดับกลาง และกลุ่มรายได้ต่ำหรือระดับล่าง ซึ่งช่วงรายได้ที่จะกำหนดระดับฐานนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจและระดับค่าครองชีพของแต่ละประเทศด้วย

1.1.6 **สถานภาพสมรส** กลุ่มคนโสดมีโอกาสในการเดินทางได้บ่อยครั้งและพักได้ยาวนานกว่ากลุ่มที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากสามารถตัดสินใจได้โดยลำพังและไม่มีการะทางครอบครัวที่จะต้องดูแลมาก ในขณะที่กลุ่มที่แต่งงานแล้วก็อาจจะเดินทางน้อยลง หากจะมีการเดินทางก็จะไปเป็นครอบครัว

1.1.7 **ถิ่นพำนัก** บุคคลที่อยู่ในสถานที่ที่มีสภาวะแวดล้อมและภูมิอากาศที่แตกต่างกัน ก็ย่อมมีความต้องการและเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่น กลุ่มที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศเย็นจัด ก็ย่อมนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศอบอุ่นกว่า ในขณะที่กลุ่มที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศร้อน ก็มักจะแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งที่แตกต่างกันไปจากที่ตนประสบอยู่ เช่น ชาวตะวันตกนิยมเดินทางมาดินแดนตะวันออก เพื่อมาอาบแดด เป็นต้น

1.2 **การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว** ศึกษาเปรียบเทียบได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางเข้าไปในแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยว โดยพิจารณาดูว่ามีการเดินทางเข้าไปยังสถานที่ใดบ้าง มีการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ เพื่อนำมาวางแผนด้านขีดความสามารถในการรองรับของแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก และการวางแผนที่จะกระจายนักท่องเที่ยวออกไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆที่มีศักยภาพรองลงมา

1.3 **กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว** เป็นสิ่งที่ควรศึกษาเพื่อนำมาวางแผนการสร้างและพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.4 **ฤดูกาลท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา** จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีมากน้อยแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ตลอดจนภูมิภาคในแหล่งท่องเที่ยวและถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งระยะเวลาวันหยุดพักผ่อนของนักท่องเที่ยวด้วย หากช่วงใดแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการเดินทาง และตรงกับช่วงวันหยุดยาวของนักท่องเที่ยวแล้วมักมีผลทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นจำนวนมากกว่าปกติ

การศึกษาฤดูกาลท่องเที่ยว สามารถศึกษาได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละเดือน ในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามามาก เรียกว่า ช่วงฤดูท่องเที่ยว (High Season) ส่วนช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวน้อย เรียกว่า นอกฤดูท่องเที่ยว (Low Season) ซึ่งเป็น

ช่วงที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ หรือจัดรายการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามา มากขึ้น การรวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวเหล่านี้อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานส่งเสริมการ ท่องเที่ยวแห่งชาติ (National Tourism Organization : NTO) ของแต่ละประเทศ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมี ประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ

2. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และ วัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจ ของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม

สิ่งดึงดูดใจหรือทรัพยากรท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะทั่วไป คือ

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ รวมทั้งอากาศ และทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่าไม้ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ อุทยานฯ ฯลฯ ทรัพยากร การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้น คือ เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่ต้องสูญเสียต้นทุนในการผลิต แต่ทรัพยากรทั้งสองลักษณะต่างก็ต้องมี ต้นทุนในการดูแลรักษาเหมือนกัน คุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จะต้องได้รับการดูแลรักษาในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การวางแผนการท่องเที่ยว รวมทั้งการ วางมาตรฐานการดูแลรักษาทรัพยากรดังกล่าวจึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถ ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งเปราะบางได้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดความต้องการพื้นฐานของ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เช่น ผู้คนที่อยู่ในพื้นที่หุบเขาที่มีอากาศหนาว ย่อมไม่มีโอกาสที่จะได้สัมผัส อากาศที่อบอุ่น หรือได้เห็นชายทะเล โดยเฉพาะชาวยุโรปพวกเขาจึงนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นเมืองตามชายหาด ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดึงดูด ความสนใจของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอากาศบริสุทธิ์ ภูมิอากาศ และอุณหภูมิ ภูมิประเทศ ลักษณะ ทางธรณีวิทยา รุกขชาติ พืชพันธุ์ต่าง ๆ ของท้องถิ่น สัตว์ป่าหรือสัตว์ในท้องถิ่น ท้องน้ำ หาดทราย ความงามของธรรมชาติ น้ำดื่มบริสุทธิ์ น้ำพุร้อน ฯลฯ การผสมผสานกันของทรัพยากรธรรมชาติ สามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่น่าสนใจ เช่น ภูมิอากาศที่แตกต่างกันภายในประเทศ มีผลทำให้ นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกสถานที่ที่ตนสนใจ เช่น ไปสัมผัสอากาศหนาวเย็นของป่าเขาทางภาคเหนือ หรือไปสัมผัสแสงแดดอันอบอุ่นบริเวณหาดทราย ชายทะเลทางภาคใต้ เป็นต้น ภูมิอากาศจึงมีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ และช่วยสร้างความต้องการ หรืออุปสงค์ (Demand) ทางการท่องเที่ยวได้ และหากพื้นที่ ท่องเที่ยวนั้นๆ มีบรรยากาศหรือภูมิอากาศที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ได้อย่าง หลากหลาย เช่น เล่นกอล์ฟ ซี่มา ตกปลา ล่าสัตว์ เล่นเรือใบ หรือกิจกรรมทางน้ำอื่นๆ การศึกษา ธรรมชาติ ความชื่นชมในศิลปะการวาดภาพ หรือการถ่ายภาพ เหล่านี้ก็จะยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้รับ บรรยากาศเพื่อการพักผ่อนได้มากยิ่งขึ้น แต่หากพื้นที่ใดมีความสวยงามทางธรรมชาติเป็นทุนเดิมอยู่ แล้ว แล้วยังมีความหลากหลายในด้านอื่นเข้ามาเสริมอีก ก็จะมีดึงดูดความสนใจได้ทวีคูณมากขึ้น

ดังนั้นการที่จะรักษาสถานภาพของอุปสงค์หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวเอาไว้ให้นานที่สุด ก็ต้องมี การวางแผนอย่างเหมาะสมและต้องมีการบำรุงรักษาคุณภาพและมาตรฐานของธรรมชาติที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องและจริงจัง

2.2 *ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีมนุษย์สร้างขึ้น* ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สังคม เทศกาลงานประเพณี และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมความบันเทิง และพลัดเพลิน

2.2.1 *ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์* อันได้แก่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ เหตุการณ์ที่สืบสานกันมาตั้งแต่อดีต โดยส่วนใหญ่การนำเสนอประวัติศาสตร์ในรูปของทรัพยากรการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้ คือ

- 1) สงคราม เช่น กำแพงเบอร์ลินที่กั้นระหว่างเบอร์ลินตะวันออกและเบอร์ลินตะวันตก ในเยอรมนี และสะพานข้ามแม่น้ำแคว จ.กาญจนบุรี เป็นต้น
- 2) โบราณสถานศาสนา เช่น บุโรพุทโธ ในอินโดนีเซีย, พุทธคยา ในอินเดีย, นครวัด นครธม ในกัมพูชา เป็นต้น
- 3) บุคคลสำคัญหรือสถานที่เกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญ เช่น บ้านวิลเลียม เช็ค - สเปียร์ ในอังกฤษ, อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี จ.นครราชสีมา เป็นต้น
- 4) ชนชั้นการปกครอง (รัฐบาลหรือพระมหากษัตริย์) เช่น อาคารรัฐสภาของสหรัฐอเมริกาในกรุงวอชิงตัน ดี ซี, พระราชวังบัคกิงแฮม ในอังกฤษ, พระราชวังบางปะอิน ในจังหวัดพระนคร ศรีอยุธยา เป็นต้น

2.2.2 *ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและสังคม* เทศกาลงานประเพณี แต่ละประเทศต่างก็มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตทางสังคมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งที่เป็นรูปธรรม ที่แสดงออกทางด้านลักษณะความเป็นอยู่ของผู้คน ภาษา เทศกาล ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา ศิลปหัตถกรรม การแต่งกาย การละเล่นและการบันเทิงต่างๆ สภาพบ้านเรือน ฯลฯ และที่เป็นนามธรรม ที่แสดงออกทางด้านความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ฯลฯ สิ่งเหล่านี้คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งสิ้น เนื่องจากสามารถตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นสิ่งที่แปลกแตกต่างของนักท่องเที่ยวได้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม เทศกาลงานประเพณี ยังหมายรวมถึง “อัยยาศัยไมตรีและการต้อนรับ” ของผู้คนในท้องถิ่นด้วย ทั้งนี้หากนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ไม่ได้รับการต้อนรับจากคนในท้องถิ่นแล้ว สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ หรือทิวทัศน์ใดๆ ก็ไม่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่นั้นต่อไป การแสดงออกซึ่งการต้อนรับนักท่องเที่ยวสามารถทำได้หลายรูปแบบ ตัวอย่าง การกล่าวคำทักทายสวัสดิ์ “Swatdee” ของคนไทยที่นำมาใช้จนประสบความสำเร็จ นอกจากนี้อัยยาศัยไมตรี การต้อนรับของผู้คนในท้องถิ่น ก็นับเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่ว่าจะเป็น “ยิ้มสยาม” หรือ “ความเอื้ออาทรในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว” ที่

สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาประเทศไทยแล้วกลับมาเยือนซ้ำอีก

2.2.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมความบันเทิงและความ

เพลิดเพลิน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ หมายถึง สถานที่หรือกิจกรรมที่สร้างความบันเทิงและความเพลิดเพลินให้แก่นักท่องเที่ยวทุกประเภท อาทิ สวนสาธารณะ สวนสนุก แหล่งบันเทิงยามค่ำ คิน โรงละคร โรงภาพยนตร์ ตลาดน้ำ เป็นต้น สถานที่เหล่านี้ส่วนใหญ่ต้องใช้งบลงทุนในการสร้างสูง โดยส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของภาคเอกชน มีเพียงส่วนน้อย เช่น สวนสาธารณะ สวนสัตว์ ที่เป็นการลงทุนของภาครัฐ ตัวอย่างของทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ เช่น ดิสนีย์เวิลด์ สวนสยาม สยามโอเชียนเวิลด์ ซาฟารีเวิลด์ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว สวนสัตว์ดุสิต ภูเก็ตแฟนตาซี การแสดงโชว์ที่ฟฟานี ฯลฯ

จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.2540 ซึ่งเป็นการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวเบื้องต้น สามารถสรุปจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศไทยไว้ได้ 2,637 แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 1,200 แห่ง ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา จำนวน 1,040 แห่ง และประเภทศิลปวัฒนธรรม จำนวน 397 แห่ง และต่อมาได้สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมขึ้นอีก 220 แห่ง รวมเป็น 2,857 แห่ง ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลรับผิดชอบของภาครัฐเป็นส่วนใหญ่

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นตัวกำหนดสำคัญที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ดังนั้น การบำรุงรักษาและพัฒนาให้อยู่ในสภาพและคุณภาพที่ดี อยู่เสมอ จะช่วยขยายระยะเวลาของวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่งให้สามารถใช้ประโยชน์ในระยะยาวต่อไปได้ จากการสำรวจสภาพแหล่งท่องเที่ยวในประเทศของ ททท. เมื่อปี พ.ศ.2540 ได้พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในหลายจังหวัด กำลังตกอยู่ในสภาพเสื่อมโทรมและหลายแห่งอยู่ในสภาวะวิกฤติ สาเหตุสำคัญก็คือ การหย่อนประสิทธิภาพในการบริหารขององค์กรที่มีอำนาจควบคุมดูแลพื้นที่หรือสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือในบางกรณีไม่สามารถหาเจ้าภาพเข้ามาดำเนินการแก้ไขปัญหา เนื่องจากมีอำนาจตามกฎหมายทับซ้อนอยู่ในพื้นที่เดียวกัน หรือมีปัญหาด้านการประสานงาน และปัญหาด้านงบประมาณเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนา

ปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลทำให้คุณค่าและความนิยมลดลง ส่วนใหญ่เป็นปัญหาทางด้านกายภาพ เช่น อาคารสิ่งปลูกสร้างแออัดและทำลายทัศนียภาพและสภาพแวดล้อม การใช้ประโยชน์ในที่ดินเพื่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่เหมาะสม โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการเดินทาง เช่น ระบบการคมนาคมขนส่งเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่สมบูรณ์ มีปัญหาด้านมลพิษ ทั้งน้ำ อากาศ เสียงและกลิ่น รวมทั้งขยะและสิ่งปฏิกูล เป็นต้น

3. โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว

โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งของการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะความสะดวกในการเข้าถึง และความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ย่อมขึ้นอยู่กับโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง

หลายประการ เช่น ท่าอากาศยาน ท่าเทียบเรือ ระบบถนน ทางรถไฟ ระบบการสื่อสาร ระบบคมนาคม ระบบสาธารณสุขและสาธารณสุขการ ระบบขนส่งภายในประเทศ ระบบการจำกัดของเสีย เป็นต้น โครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวนี้ ส่วนใหญ่รัฐสร้างขึ้นมาเพื่อบริการแก่ประชาชน แต่ก็เอื้อประโยชน์อย่างมากต่อนักท่องเที่ยวและต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สำหรับการอำนวยความสะดวกในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ พิธีการศุลกากร การบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และการจัดการด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนการบริการด้านอื่นๆ เช่น โรงแรมและที่พัก ภัตตาคาร สวนอาหาร สถานที่จัดประชุม นิทรรศการและงานแสดงสินค้า ร้านจำหน่ายสินค้าและบริการอื่นๆ ภาคเอกชน จะเป็นผู้ลงทุนพัฒนาเพื่อบริการให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในระหว่างการท่องเที่ยว ฉะนั้นเมื่อประเทศใดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมทั้งภาคเอกชน จำเป็นที่จะต้องมีการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ตั้งแต่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน จนกระทั่งเดินทางกลับออกจากประเทศ

3.1 โครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งดำเนินการโดย ภาค รัฐ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญที่จะส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวเติบโตขึ้นได้ การก่อสร้าง โครงสร้างพื้นฐาน โดยปกติต้องใช้งบประมาณของรัฐดำเนินการในปริมาณที่สูง แต่รัฐจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อความผาสุกของประชาชน รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการควบคุมมลพิษอันเกิดจากการพัฒนาในรูปแบบต่างๆ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มีส่วนกระตุ้นการลงทุนด้านโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้น และรวดเร็วขึ้น ซึ่งในหลายกรณีไม่ได้ให้ความระมัดระวังเรื่องสิ่งแวดล้อม จึงเกิดผลกระทบต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การบุกรุกที่สาธารณประโยชน์โดยการถมที่หรือถมทะเล การสร้างถนนริมชายหาด การขุดตักหน้าดินไปขาย ซึ่งก่อให้เกิดการพังทลายของหน้าดิน และก่อให้เกิดตะกอนในทะเล รวมทั้งการก่อสร้างที่พัก ร้านค้าต่างๆ ที่สิ่งก่อสร้างและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมไม่กลมกลืนต่อบรรยากาศและสภาพแวดล้อมทั่วไป การสร้างเมืองใหม่ในเมืองเก่า ทำให้เกิดการลุกล้ำพื้นที่ที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์และศิลปกรรม และในหลายกรณี การติดตั้งเสาไฟฟ้า หรือเสาไฟฟ้าแรงสูง เสาอากาศ หรือป้ายโฆษณา ล้วนแล้วแต่เป็นการทำลายทัศนียภาพ นอกจากนี้ การที่จำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวอย่างรวดเร็ว ปริมาณของมลพิษก็ขยายตัวตามไปด้วย หากระบบเก็บและกำจัดขยะไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ย่อมมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือในกรณีแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล และเกาะต่างๆ ที่มีการประกอบการเกี่ยวกับที่พัก และร้านอาหาร ซึ่งมีปริมาณน้ำเสียค่อนข้างมาก หากไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย หรือน้ำโสโครก ก็จะมีผลทำให้คุณภาพของน้ำทะเลเน่าเสีย สัตว์ พืชทะเล และนักท่องเที่ยวย่อมพลอยได้รับผลกระทบไปด้วย

3.2 โครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ซึ่งดำเนินการลงทุนพัฒนาโดยภาคเอกชน ได้ขยายตัวเติบโตขึ้นมากในหลายสาขา อาทิ ที่พักประเภทต่างๆ สนามกอล์ฟ สำหรับจอดเรือยอร์ช ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าของที่ระลึก สวนสนุก ศูนย์การประชุม ศูนย์การแสดงสินค้าและนิทรรศการ โรงพยาบาล ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถาบันกอล์ฟ ฯลฯ โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว การเข้าถึงที่

สะดวก เช่น มีสายการบินหลายสายและมีความถี่ของเที่ยวบินให้เลือก ความสะดวกที่ทำอากาศยาน โดยเฉพาะระเบียบและพิธีการเกี่ยวกับการเข้าเมืองและศุลกากร โครงการการเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศที่สะดวกทั้งทางอากาศ ทางภาคพื้นดิน และทางทะเล หรือแม่น้ำลำคลอง ที่พัก อาหาร การกิน ระบบสื่อสารคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค บริการท่องเที่ยว ระบบรักษาความปลอดภัย ฯลฯ เหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว

ความสำเร็จของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับความพร้อมและความมีคุณภาพ และมาตรฐานของโครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างพื้นฐานจึงนับเป็นสิ่งสำคัญ ตัวอย่างเช่น การใช้น้ำ ประปา ท่อประปาต้องมีขนาดที่จะรองรับปริมาณการใช้น้ำประปาที่จะมีมากขึ้นในอนาคตเช่นเดียว กับเรื่องการบำบัดน้ำเสีย การติดตั้งระบบสื่อสารคมนาคม ระบบน้ำใช้เพื่อการบริโภค จะต้องมีการวางแผน เพื่อสามารถใช้งานได้ในระยะยาว ไม่เช่นนั้นก็จะมีปัญหา เช่น ต้องรื้อของเก่าออกและทำของใหม่ ทำให้เกิดลักษณะการขาด การฝังและการกลบอยู่ตลอดเวลา หรือทางวิ่งของท่าอากาศยานต่างๆ ก็ควร ออกแบบไว้สำหรับรองรับการพัฒนาอากาศยานแบบใหม่ได้ในอนาคต โรงแรมหรือที่พักประเภทต่างๆ ก็เช่นเดียวกัน หากสามารถทำให้เห็นความมีลักษณะเด่น เช่น การออกแบบทางสถาปัตยกรรมและภูมิทัศน์แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการก่อสร้าง วัสดุที่นำมาใช้ และความสามารถในการตกแต่งย่อมจะทำให้เห็นความแตกต่างซึ่งเป็นจุดขายที่ตืออย่างหนึ่ง ตัวอย่างที่ไม่เหมาะสมอย่างเช่น การสร้างโรงแรม หรือสถานที่ตากอากาศที่มีรูปทรงเป็นกล่องริมหาดทรายชายทะเลท่ามกลางดงมะพร้าว ไม่น่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เพราะความจริงแล้วนักท่องเที่ยวประสงค์จะสัมผัสบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างไปจากของตนอย่างสิ้นเชิง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มีส่วนกระตุ้นการลงทุนด้านโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้นและรวดเร็วขึ้น ซึ่งในหลายกรณีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไม่ได้ให้ความระมัดระวังเรื่องสิ่งแวดล้อม จึงเกิดผลกระทบต่อสุขภาพของแหล่งท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ โดยปกติแล้วแนวคิดในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวจะต้องอยู่บนหลักการ ดังนี้

1. โครงสร้างพื้นฐานและบริการต่างๆ สามารถให้บริการได้ทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ
2. การวางระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มุ่งเน้นการบูรณาการ จะส่งเสริมการพัฒนาในด้านอื่นๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ ไปด้วย
3. โครงสร้างพื้นฐานสามารถสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจที่ดีขึ้นของประชาชนในท้องถิ่น
4. โครงสร้างพื้นฐานควรจะได้รับดูแลและบำรุงรักษาจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้คุณภาพและมาตรฐานที่กำหนดไว้

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ควรมีการวางแผนทางการจัดการโครงสร้างพื้นฐานที่ชัดเจน เพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว โดยที่โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยส่วนสำคัญ 6 ส่วน ได้แก่ 1) ระบบขนส่ง 2) ระบบการจัดส่ง

น้ำประปา 3) ไฟฟ้าและพลังงาน 4) ระบบกำจัดสิ่งปฏิกูล 5) ระบบการสื่อสาร 6) ระบบควบคุมมลภาวะ 7) ระบบสาธารณสุข โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ระบบการขนส่ง.. ระบบขนส่งสาธารณะ เป็นสิ่งจำเป็นในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ในพื้นที่ท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ จึงควรมีสถานีการขนส่งต่างๆที่เชื่อมโยงกัน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยควรมีเครือข่ายเชื่อมโยงการขนส่งสาธารณะทั้ง 4 เส้นทาง คือ ทางอากาศ ทางรถไฟ ทางถนนและทางน้ำ เพื่ออำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวจะเคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งในพื้นที่

นอกจากนี้ควรมีป้ายเส้นทางเชื่อมโยงที่ชัดเจนและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่างระบบขนส่งสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ เช่น ระบบรถไฟใต้ดินของกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ที่มีเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆทั้งเมือง รวมทั้งมีสถานีที่สามารถรับนักท่องเที่ยวจากสนามบินได้ทันที และสถานีที่พานักท่องเที่ยวไปลงยังท่าเรือแม่น้ำเทมส์ เพื่อล่องเรือท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีแผนที่แสดงเส้นทางรถไฟตลอดทุกสถานี ทำให้ง่ายแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวลอนดอนด้วยการใช้รถไฟใต้ดิน เป็นต้น

การขนส่งทางอากาศ.. เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนสูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับระบบขนส่งอื่นๆ ดังนั้นหากจะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น จำเป็นต้องพิจารณาถึงความเพียงพอของการขนส่งทางอากาศ เช่น ความถี่ของเที่ยวบิน ขนาดและแบบของเครื่องบิน ความสะดวกของการเข้ามาและออกไปของสายการบินต่างๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเก็บค่าธรรมเนียมแต่ละประเภทของท่าอากาศยาน ลานจอด และการขนผู้โดยสารขึ้นลง ท่าอากาศยานที่สร้างใหม่ในระยะหลัง จะมีการออกแบบที่สามารถแก้ไขปัญหาความไม่สะดวกต่างๆ ได้ดีขึ้น เช่น การให้ระยะการเดินทางของผู้โดยสารขึ้นลง หรือมีรถประจำทาง(Shuttle Bus) หรือ รถราง(Monorail) ให้บริการในท่าอากาศยาน หรือระหว่างท่าอากาศยานนานาชาติกับท่าอากาศยานในประเทศ

การท่องเที่ยวโดยรถบัส .. ต้องให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การใช้รถบัสหน้าต่างกว้างเพื่อการชมทัศนียภาพ มีเครื่องปรับอากาศ ที่นั่งสบาย หรือมีห้องสุขาในรถบัส และมีระบบที่มีความทันสมัยน้อย มีบริการมัคคุเทศก์หรือความสะดวกในการฟังภาษาผ่านทางเครื่องบันทึกเสียง

การท่องเที่ยวโดยเรือเดินสมุทร .. หรือเรือโดยสารขนาดใหญ่อื่นๆ จำเป็นต้องมีท่าเทียบเรือที่สามารถรองรับเรือที่กินน้ำลึกในขนาดต่างๆ ได้ และมีระบบการขนส่งผู้โดยสารจากท่าเทียบเรือไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เรือขนาดเล็ก เช่น เรือยอร์ชย่อมมีความต้องการข้อมูลด้านสภาพอากาศและบริการซ่อมแซม หรือแม้แต่เรือแคนู คายัค ก็ต้องการการบริการที่ดี

การเดินทางโดยทางรถไฟ .. นักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญสูงในเรื่องความปลอดภัยจะเลือกเดินทางโดยทางรถไฟ นอกจากนั้น รถไฟที่ดีควรความสะดวกสบายในการชมทัศนียภาพ ทำระบบรางให้สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ และ ถ้าหากตารางการเดินทางรถไฟมีความถี่ จะมีโอกาสดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก รถไฟความเร็วสูงในปัจจุบันได้รับความนิยมสูง และมีบริการที่มีคุณภาพและผู้โดยสารควรได้รับความสะดวกที่สถานีรถไฟ เช่น บริการขนส่งสัมภาระและแท็กซี่ เป็นต้น

การบริการรถแท็กซี่ .. ต้องมีคุณภาพ ที่นั่งผู้โดยสารควรมีที่คลุมที่ถอดไปซักได้ เพื่อแสดงให้เห็นความสะอาด คนขับแท็กซี่ควรช่วยยกสัมภาระให้ผู้โดยสาร และมีกิริยาจา มารยาทสุภาพ คนขับแท็กซี่สามารถสื่อสารให้เข้าใจในเบื้องต้น อธิบายถึงสถานที่สำคัญเป็นภาษาสากลได้บ้าง ดังนั้น การฝึกอบรมการใช้ภาษาให้คนขับแท็กซี่จึงควรดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ

2) ระบบการจัดส่งน้ำประปา.. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความต้องการน้ำต่อคนค่อนข้างสูง ซึ่งมาตรฐานที่ใช้ทั่วไปในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกตั้งแต่ในช่วงปี ค.ศ.1990 เป็นต้นมา มีปริมาณการใช้น้ำมาก ทั้งที่ใช้ในห้องอาหาร สระว่ายน้ำ การเก็บกักน้ำในโรงแรม และจากการใช้โดยตรงของลูกค้ำที่เข้ามาพัก หากโรงแรมใดเป็นโรงแรมระดับหรูหราก็อาจมีความต้องการน้ำในปริมาณที่สูงขึ้น และหากในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีสนามกอล์ฟหลายแห่ง ก็อาจจะทำให้มีความต้องการน้ำในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น เป็นล้านลิตรต่อวัน ฉะนั้นแหล่งน้ำจึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในบางประเทศโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะต้องเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในเรื่องการบริหารจัดการระบบน้ำประปาที่จะนำมาใช้ในพื้นที่ยของโครงการ ส่วนในกรณีอื่นๆ รัฐจะเป็นผู้รับผิดชอบ เพื่อประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและประชาชนท้องถิ่น ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ควรจะมีความพร้อมในเรื่องของการพึ่งพาตนเองในการเก็บกักและบำบัดน้ำเพื่อนำมาใช้ใหม่

3) ระบบไฟฟ้าและพลังงาน .. แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดการระบบไฟฟ้าที่เพียงพอและใช้การได้ดี ไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย หรืออันตราย ต่อผู้ใช้บริการ หรือในกรณีที่เกิดความต้องการที่ จะต้องใช้ปริมาณไฟฟ้ามก โดยเฉพาะในช่วงฤดูกลางท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ก็จะต้องมีการเตรียม การรองรับที่ดี เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะที่ไม่มีระบบไฟฟ้าจากส่วนกลางมา ให้บริการ หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบหรือสถานประกอบการโรงแรมที่พักก็ต้องวางแผนการใช้ไฟฟ้าไว้ให้เพียงพอ เช่น การเตรียมสำรองไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่สำหรับปั่นไฟฟ้าให้เพียงพอต่อปริมาณการใช้ งาน รวมทั้งการกำหนด เวลาเปิดปิดไฟฟ้า เพื่อการประหยัดไฟฟ้าและวางแผนการใช้ไฟฟ้าให้เพียงพอ

4) ระบบกำจัดสิ่งปฏิกูล .. ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวอย่างรวดเร็ว ปริมาณ ของมลพิษก็ขยายตัวตามไปด้วย หากแหล่งท่องเที่ยวใดขาดการวางแผนเรื่องระบบจัดเก็บและ กำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ย่อมมีผลกระทบต่อสภาพ แวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือในกรณีแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล และเกาะต่างๆ ที่มีการประกอบการเกี่ยวกับสถานที่พักผ่อน และ ร้านอาหาร ซึ่งมีปริมาณน้ำเสียค่อนข้างมาก หากไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย หรือน้ำโสโครก ก็จะมีผลทำให้ คุณภาพน้ำทะเลเน่าเสียเกิดอันตรายต่อสัตว์ พืชทะเล และแหล่งท่องเที่ยวที่ย่อมเสื่อมโทรมลง

5) ระบบการสื่อสาร .. แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและ โทรคมนาคมที่มีความสะดวก รวดเร็วและมีปริมาณหน่วยบริการที่เพียงพอ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวบางกลุ่ม อาจจะต้องการหลีกเลี่ยงจากการติดต่อสื่อสารหรือต้องการความเป็นส่วนตัวจากการพักผ่อนท่องเที่ยว แต่ระบบการสื่อสารก็ยังคงเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะในกรณีฉุกเฉิน ดังนั้น ในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการ ให้บริการไปรษณีย์ โทรศัพท์ระหว่างประเทศ โทรสารและ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Mail) เป็นต้น

6) ระบบควบคุมมลภาวะ.. โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเมืองท่องเที่ยว หรือในเมืองใหญ่ที่ส่วนมากจะประสบปัญหาเกี่ยวกับขยะล้นเมือง และมลภาวะจากควันพิษจากโรงงานหรือจากยานยนต์ หน่วยงานที่