

กลยุทธ์การจัดการผู้มาเยือนสู่ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว

Visitor Management Strategy towards Tourist Attraction Sustainability

ธนวัฒน์ ตันติพนิชกุล¹ จินนพ พทุมพร² และรานี อีสิชัยกุล³

Thanawat Tantipanichkul¹, Jinnapas Pathumporn², and Ranee Esichaikul³

¹ นักศึกษาปริญญาตรีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อีเมล: pacharaphat.bo@kkumail.com

วันที่รับบทความ(Received) วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)
26 มกราคม 2564 9 กุมภาพันธ์ 2564 7 เมษายน 2564

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษากลยุทธ์การจัดการผู้มาเยือนสู่ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว โดยศึกษาความหมาย กลยุทธ์เกี่ยวกับการจัดการผู้มาเยือนในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้วิธีการสังเคราะห์และสรุปข้อมูลที่ได้จากการทบทวนแนวคิด จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การจัดการผู้มาเยือนเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการด้านพื้นที่อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ผ่านการสร้างสมดุลในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดทั้ง 3 มิติ โดยรูปแบบการจัดการผู้มาเยือนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 2 รูปแบบ ได้แก่ 1. การจัดการผู้มาเยือนแบบเข้มงวด อันประกอบด้วยกลยุทธ์การจัดการด้านการจัดการทางกายภาพ กลยุทธ์ด้านกฎระเบียบ และกลยุทธ์การจัดการด้านเศรษฐกิจ ซึ่งมุ่งเน้นความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจกับผลกระทบทางลบด้านสิ่งแวดล้อม สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม 2. การจัดการผู้มาเยือนแบบอ่อนโยน เป็นการนำประโยชน์จากข้อมูลเพื่อสื่อความหมายทางตรง ทางพฤติกรรม และทางการศึกษา ทั้งนี้การจัดการผู้มาเยือนจะช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้มาเยือนให้เกิดความเหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยว ผ่านการสร้างการเรียนรู้ สร้างความเข้าใจแก่ผู้มาเยือน ผู้มาเยือนจะเกิดประสบการณ์ที่ดี และเกิดความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ: กลยุทธ์, การจัดการผู้มาเยือน, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ABSTRACT

This article focused on the visitor management strategy towards sustainable tourism by studying definitions and strategies using synthesizing and summarizing information obtained from concept review. The study showed that visitor management strategy is a part of area management that leads to the sustainability of attractions through creation of a balance in use of resources in the area for the highest benefit and the least impact in all 3 dimensions which related to the concept of sustainable tourism management. There are two types of visitor management models for sustainable tourism development. First, strict visitor management includes physical management strategy, regulatory management strategy, and economic management strategy focusing on the balance between economic benefits and negative impacts on society, culture, and environment. Second, soft visitor management is the use of directorial interpretive information, behavior, and education. The visitor management would help to change visitor's behavior to suit the tourist attractions through creating learning and building understanding for visitors. Visitors would also have a positive experience and satisfaction towards the attractions leading to the sustainability of the tourist attractions.

Keywords: Strategy, Visitor Management, Sustainable Tourism

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงการปฏิรูปเพื่อก้าวไปสู่การเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เพื่อการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน รวมถึงการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคต (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) รัฐบาลจึงให้ความสำคัญและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จนเกิดการตื่นตัวของหน่วยงานภาครัฐและชุมชนต่าง ๆ ที่ร่วมกันพัฒนาและยกระดับชุมชนเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เน้นการแสดงถึงเอกลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้ประจักษ์แก่นักท่องเที่ยว เกิดเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่เรียกว่าการท่องเที่ยวชุมชน (เมธาวี จำเนียร และคณะ, 2562) นอกจากการพัฒนาและการเติบโตของการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศแล้วรัฐบาลยังเห็นถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น เนื่องจากเกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อันเกิดจากการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมากและขาดการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) อีกทั้ง Candrea and Ispas (2009) ได้ศึกษาการจัดการผู้มาเยือน พบว่าผู้มาเยือน

สามารถก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านลบ ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ผลกระทบทางน้ำ สัตว์ป่า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Garrod (2006) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวสามารถส่งผลเสียต่อทั้งทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงประสบการณ์ของผู้เข้าชมคนอื่นได้ โดยบางส่วนของผลกระทบเหล่านี้ จะรวมถึงการขัดต่อมาตรฐานทางวัฒนธรรมโดยไม่รู้ตัวของผู้มาเยือน เช่น การแต่งกายที่ไม่เหมาะสม การถ่ายรูปบุคคลหรือการเข้าถึงพื้นที่ โดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น

จากผลกระทบข้างต้น นักวิชาการหลายท่านได้ทำการศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยได้นำแนวคิดการจัดการผู้มาเยือนมาปรับใช้ เพื่อเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดย Albrecht (2017) ได้ระบุว่า การจัดการผู้มาเยือนอาจเป็นส่วนหนึ่งของกฎระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย หรือการจัดการผู้มาเยือน ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่เบาะบาง เพื่อใช้ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ อารยา จันทรสกุล (2561) ที่ได้เสนอวิธีการจัดการผู้มาเยือนเพื่อลดผลกระทบทางการท่องเที่ยวไว้หลายแนวทาง เช่น กระจายนักท่องเที่ยวออกจากช่วงเวลาที่เหมาะสม กระจายนักท่องเที่ยวออกจากพื้นที่ที่หนาแน่น การใช้กลไกราคาหากราคาสินค้าและบริการท่องเที่ยวสูงขึ้นจะลดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว การจัดการด้านอุปทานเพื่อควบคุมหรือกระจายนักท่องเที่ยวและการปิดแหล่งท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้น เป็นต้น อีกทั้ง Leask (2010) ได้ใช้วิธีปลูกฝังความรับผิดชอบและสร้างพฤติกรรม การเรียนรู้ ความเข้าใจในการรักษาปกป้องทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้แก่ผู้มาเยือน ถือเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายสำคัญในการจัดการผู้มาเยือน เพื่อลดผลกระทบและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (Behavior) ของผู้มาเยือน ซึ่งมีความสอดคล้องกันกับ Leitao (2002) ได้กล่าวว่า การจัดการผู้มาเยือนใช้เพื่อการสร้างการอนุรักษ์ ผ่านการให้ข้อมูลและเกิดการเรียนรู้ (Learning) แก่ผู้มาเยือนผ่านศูนย์บริการข้อมูล การจัดนิทรรศการและป้ายแจ้งเตือน อีกทั้ง Mason (2005) ได้กล่าวว่า การจัดการผู้มาเยือนช่วยลดผลกระทบทางด้านลบและสร้างประสบการณ์ที่ดี (Experience) จากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ผู้มาเยือนผ่านการแนะนำและการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ อารยา จันทรสกุล (2561) ได้กล่าวว่าการจัดการผู้มาเยือน เป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้มาเยือนเพื่อลดผลกระทบและสร้างประสบการณ์ที่ดี (Experience) ผ่านการสื่อความหมาย ดังนั้น การจัดการ ผู้มาเยือนจึงเป็นส่วนสำคัญในการบรรเทาและลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายท่านได้ใช้กระบวนการจัดการผู้มาเยือนเป็นเครื่องมือเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น Beunders (2006) ได้ศึกษาการจัดการผู้มาเยือนและการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน โดยได้ยืนยันว่าการจัดการผู้มาเยือนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเพิ่มกระบวนการมีส่วนร่วมของการท่องเที่ยวและการไหลของข้อมูลผู้มาเยือนในแง่ของจำนวนของผู้มาเยือนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อีกทั้ง Candrea and Ispas (2009) ได้ศึกษาเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่คุ้มครอง โดยศึกษาเครื่องมือที่เรียกว่าการจัดการผู้มาเยือน ผ่านการ

กำหนดขอบเขตการใช้ประโยชน์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยการตั้งราคา การเตรียมข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อความหมาย การตั้งกฎระเบียบด้านพฤติกรรม เป็นต้น พบว่า การจัดการผู้มาเยือนเป็นเครื่องมือที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความความยั่งยืนได้ในระยะยาว สอดคล้องกับการศึกษาของ El-Barmelgy (2013) ที่ได้นำกระบวนการจัดการผู้มาเยือนผ่านการวางแผนการจัดการผู้มาเยือนและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เมืองโคโร ประเทศอียิปต์ เนื่องจากปัญหาการเข้าถึงของผู้มาเยือนที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวมรดกทั้งทางวัฒนธรรมและทางประวัติศาสตร์ โดยการศึกษายืนยันว่ากระบวนการจัดการผู้มาเยือนเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การจัดการผู้มาเยือน เป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว งานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการผู้มาเยือน (Visitor Management) โดยส่วนใหญ่มักเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการปลายทาง (Destination Management) ในพื้นที่คุ้มครองและจุดหมายปลายทาง (Haugland et al, 2011) อีกทั้งการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดที่เกี่ยวกับการจัดการผู้มาเยือนยังมีไม่มากเมื่อเทียบกับแนวคิดด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผู้ศึกษาจึงมุ่งศึกษาแนวคิดและกลยุทธ์เกี่ยวกับการจัดการผู้มาเยือน ที่จะแสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการช่วยลดผลกระทบด้านลบจากผู้มาเยือนที่เดินทางมาเยือนในแหล่งท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การจัดการผู้มาเยือน (Visitor Management)

การจัดการผู้มาเยือน คือ เครื่องมือที่สอดแทรกอยู่ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) โดยมุ่งเน้นในการจัดการการไหลของผู้มาเยือนและการจัดการพฤติกรรมของผู้มาเยือนภายในแหล่งท่องเที่ยว (Albrecht, 2017) อีกทั้ง Inskeep (1991) ให้ความหมายเกี่ยวกับการจัดการผู้มาเยือนไว้ว่าการจัดการผู้มาเยือน คือ สิ่งสำคัญที่บูรณาการในแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือแหล่งท่องเที่ยวมรดก ส่วน Hall and McArthur (2000) กล่าวว่า การจัดการผู้มาเยือน คือ วิธีการจัดการรูปแบบว่าด้วยการใช้กฎระเบียบ การให้ความรู้ การสื่อความหมาย หรือการตีความ วิธีการให้ความรู้ของผู้สื่อความหมาย หรือสร้างทัศนคติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือน ส่วน Groot (2006) ที่ได้ให้ความเห็นว่า การจัดการผู้มาเยือนคือ การยกระดับคุณภาพทางประสบการณ์ของผู้มาเยือน และลดผลกระทบของผู้มาเยือนที่ส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยว ทั้งด้าน ประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้ง Candrea and Ispas (2009) กล่าวว่า VM 8nvเครื่องมือสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่คุ้มครอง เนื่องจากระดับการใช้งานที่เพิ่มขึ้นอาจส่งผลเสียต่อคุณภาพของประสบการณ์การพักผ่อนหย่อนใจและทรัพยากรธรรมชาติ และเพื่อตอบสนองความต้องการ

ของผู้มาเยือนและความสมดุลของธรรมชาติ จึงต้องมีการจัดการที่รอบคอบและระมัดระวัง สอดคล้องกับ Arabatzis and Grigoroudis (2010) ที่กล่าวว่า การจัดการผู้มาเยือน คือ การคำนึงถึงผลประโยชน์ของการอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพจิตใจของผู้มาเยือนอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Zelenka and Pásková (2012) ที่ได้อธิบายว่าการจัดการผู้มาเยือนเป็นเทคนิคการบริหารจัดการและเครื่องมือที่ถูกใช้โดยองค์กรการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน สำหรับการกำกับดูแลนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในหลากหลายด้าน เช่น ด้านกิจกรรมที่หลากหลาย นำไปสู่การปรับเปลี่ยนและดำเนินการให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยว (Hughes, Bond, & Ballantyne, 2013) อีกทั้ง Albrecht (2017); Wong, McIntosh, and Ryan (2016) ได้เสนอว่า การจัดการผู้มาเยือนเป็นการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว รวมถึงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ อันเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการผู้มาเยือน ที่นำเสนอข้อมูลเพิ่มเติมแก่ผู้เยี่ยมชม นอกจากนี้ Arnberger and Hußlein (2017) ได้นิยามการจัดการผู้มาเยือนว่า หมายถึง กลยุทธ์และมาตรการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้มาเยือน เพื่อลดผลกระทบเชิงลบในเรื่องการป้องกันและเพื่อเพิ่มผลกระทบเชิงบวกสำหรับอุทยานและผู้มาเยือนคนอื่น ๆ สอดคล้องกับ Albrecht (2017) ที่ระบุว่า การจัดการผู้มาเยือน คือ การประยุกต์ใช้เครื่องมือการจัดการและการแทรกแซง เพื่อควบคุมการเคลื่อนไหวและพฤติกรรมของผู้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การจัดการผู้มาเยือน คือ กลยุทธ์เกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการจัดการที่มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้มาเยือน ให้เกิดพฤติกรรมที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ผ่านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ อันจะนำไปสู่การยกระดับของประสบการณ์และความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวของผู้มาเยือน โดยมุ่งเน้นในการจัดการทางกายภาพ การออกกฎระเบียบและการจัดการด้านเศรษฐกิจและการใช้ประโยชน์จากการตีความ การสื่อความหมายและการให้ความรู้ เป็นเครื่องมือในการป้องกันและแก้ไขปัญหาผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่เกิดจากการเข้ามาของผู้มาเยือน อันจะนำไปสู่การสร้างที่ยั่งยืนให้กับแหล่งท่องเที่ยว ที่กระทำโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้ที่มีส่วนได้เสียในแหล่งท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการจัดการผู้มาเยือน (Visitor Management Objective)

วัตถุประสงค์ในการจัดการผู้มาเยือนมาจากแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพเชิงพลวัตด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

Inskeep (1991) ได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ในการจัดการผู้มาเยือนมีดังนี้ 1. การจัดการผู้มาเยือนนั้น เพื่อให้ผู้มาเยือนมีโอกาสได้เพลิดเพลินชื่นชมและเข้าใจลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ 2. การเข้าถึงหรือการถูกใช้จนมากเกินไปของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจากผู้มาเยือนหรือความแออัดที่มากเกินไป ส่งผล

ต่อความเพลิดเพลินของผู้มาเยือน 3. การจัดการผู้มาเยือน ส่งผลให้ไม่เกิดความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม 4. ผู้คนในพื้นที่ได้รับการป้องกันจากผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากผู้มาเยือน โดยเป้าหมายสูงสุดของการจัดการผู้มาเยือน คือการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อคนในชุมชนและความภาคภูมิใจในการปกป้องทรัพยากร (Cooper et al, 1998)

ดังนั้น การจัดการผู้มาเยือน จึงถือว่าเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน เนื่องจากผู้พัฒนาการท่องเที่ยวจะมั่นใจได้ว่า ผู้มาเยือนจะได้รับประสบการณ์ที่มีคุณภาพสูง และเป็นการกระตุ้น ให้ผู้มาเยือนมีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรม (Cooper et al.,1998) สอดคล้องกับ Kuo (2002) กล่าวว่า การจัดการผู้มาเยือนที่ผ่านมา มักเป็นสิ่งที่นำมาแก้ไขปัญหาผลกระทบในแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากผู้มาเยือน ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับการควบคุมจำนวนผู้มาเยือน การพยายามแก้ไขพฤติกรรมของผู้มาเยือน และแก้ไขปัญหาด้านทรัพยากรโดยการจัดการผู้มาเยือน โดยสามารถแบ่งออกเป็น "เข้มงวด" และ "อ่อนโยน" อีกทั้ง Pásková (2008); Weaver & Lawton (2013) กล่าวว่า การจัดการผู้มาเยือน มีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาและพัฒนาประสบการณ์และค่านิยมของผู้มาเยือนตลอดระยะเวลาที่อยู่ในจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้ยังควรก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อยู่อาศัย ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมอื่น ๆ ในขณะเดียวกันผลกระทบทางลบด้านสิ่งแวดล้อม สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ควรมีความสมดุลกันกับผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ Ritchie and Crouch (2010) หากแยกแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการจัดการผู้มาเยือนออกจากกัน หรือหากไม่มีการพัฒนาร่วมกันระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวและการจัดการผู้มาเยือน อาจจะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นไม่ก่อให้เกิดความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวและการจัดการผู้มาเยือนควรที่จะถูกพัฒนาไปพร้อมกัน ซึ่ง Zelenka (2007); Nováček (2010) ได้ให้ความเห็นของวัตถุประสงค์ของการจัดการผู้มาเยือนขึ้นอยู่กับแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการคำนึงถึงการป้องกันการเข้าถึงและการพัฒนาสมดุลของสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดย Leask (2010) ได้อธิบายเพิ่มว่า การจัดการผู้มาเยือน มีวัตถุประสงค์เพื่อการปลูกฝังความรับผิดชอบต่อธรรมชาติและสร้างพฤติกรรม ความเข้าใจในการรักษาปกป้องทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้แก่ผู้มาเยือน ถือเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายสำคัญในการจัดการผู้มาเยือน Pearce and Schanzel (2015) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีความคิดที่หลากหลายมากกว่าจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น ดังนั้น ปัญหาเรื่องขอบเขตในการบริหารจัดการและการพัฒนาพื้นที่จึงมีความยาก และมีความสำคัญน้อยกว่าด้านอุปสงค์ของผู้มาเยือน จึงสันนิษฐานได้ว่า การสร้างความเข้าใจที่ดีของผู้เยี่ยมชม แรงจูงใจ และความต้องการของผู้มาเยือน จึงเป็นสิ่งสำคัญทำให้การจัดการผู้มาเยือน (Visitor Management) อันจะเป็นตัวเลือกที่ดีกว่าในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีนักวิชาการกล่าวว่า การจัดการจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว อย่างมีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอุปทานต่าง ๆ

(Garrod, Wornell, & Youell, 2006) ซึ่งเกี่ยวข้องกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว (Benckendorff & Pearce, 2003)

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ในการจัดการผู้มาเยือน คือ การมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้มาเยือน (Visitor Behavior) การสร้างความพึงพอใจของผู้มาเยือน (Visitor Satisfaction) โดยการสร้างการรับรู้ของผู้มาเยือน (Visitor Perception) และเกิดการเรียนรู้ของผู้มาเยือน (Visitor Learning) อันนำไปสู่การเกิดทัศนคติของผู้มาเยือน (Visitor Attitude) ผ่านกลยุทธ์และวิธีการที่มีความหมายหลายของวิธีการเพื่อนำไปสู่การสร้างสมดุลระหว่างผลกระทบและผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ

กลยุทธ์การจัดการผู้มาเยือน (Visitor Strategy)

จากที่กล่าวมาข้างต้น แม้ว่าการจัดการผู้มาเยือนจะยังเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว หรือมีผู้กล่าวถึงน้อย แต่หากพูดถึงกลยุทธ์ของการจัดการผู้มาเยือนแล้ว มักมีงานวิจัยที่ได้เสนอกลยุทธ์ ที่ใช้ในการจัดการผู้มาเยือนไว้เป็นจำนวนมาก เช่น

Spenceley et al. (2015) ได้เสนอแนะกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดการผู้มาเยือน 2 กลยุทธ์ ได้แก่ 1. การคิดค่าธรรมเนียม เช่น การคิดราคาตามช่วงเวลา การตั้งราคาการเข้าใช้สถานที่ การคิดราคาเพิ่มในกิจกรรม ที่มีการใช้โครงสร้างพื้นฐานที่มากขึ้น เพิ่มค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพิ่มราคาที่สูงขึ้นในฤดูกาลท่องเที่ยว 2. การเรียกเก็บเงินจากผู้ประกอบการ เช่น ค่าบำรุงรักษารายปี ค่าสัมปทาน การเช่าตามสัญญาเช่า เป็นต้น โดยจะมุ่งเน้นในการจัดการทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ การจัดการผู้มาเยือนและการจัดการผู้ประกอบการภายในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะนำไปสู่การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสร้างความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ

การจัดการผู้มาเยือนพยายามที่จะมีอิทธิพลต่อปริมาณ ประเภท เวลาและการกระจายการใช้งาน รวมถึงพฤติกรรมของผู้มาเยือน การดำเนินการที่รวมถึงการควบคุมจำนวนผู้มาเยือน ขนาดกลุ่ม และระยะเวลาการเข้าพักการใช้การยับยั้งและการบังคับใช้ การสื่อสารกับผู้มาเยือนและการให้การศึกษา (Glasson, Therivel, & Chadwick, 2013)

Cole, Petersen, & Lucas, Robert C., (1987) ได้ทำการศึกษาการจัดการผู้มาเยือนและได้เสนอกลยุทธ์ในการจัดการผู้มาเยือน ได้แก่ ลดการใช้พื้นที่เปราะบางหรือพื้นที่ที่ต้องได้รับความคุ้มครอง ลดการใช้พื้นที่ที่มีปัญหา แก้ไขพื้นที่ที่เกิดปัญหาและปรับเปลี่ยนช่วงเวลาในการแก้ไขปัญหา

Kuo (2002) ได้เสนอวิธีในการจัดการผู้มาเยือนในรูปแบบของเข้มงวด (Hard) และอ่อนโยน (Soft) โดยการจัดการผู้มาเยือนในรูปแบบของเข้มงวด มักจะเกี่ยวข้องกับการจัดการทางกายภาพภายในแหล่งท่องเที่ยว การออกกฎระเบียบและการจัดการด้านเศรษฐกิจ และแนวทางการจัดการแบบอ่อนโยนมักเป็นการ

ใช้ประโยชน์จากการตีความ การสื่อความหมายและการให้ความรู้ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกันแล้วนั้นการจัดการผู้มาเยือนแบบเข้มงวดอาจจะส่งผลต่อความไม่พึงพอใจแก่ผู้มาเยือน และในทางกลับกันการจัดการผู้มาเยือนแบบอ่อนโยน มีแนวโน้มที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจมากกว่า แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับผลกระทบที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

การจัดการผู้มาเยือนแบบเข้มงวด (Hard Visitor Management)

จากที่กล่าวถึงการจัดการผู้มาเยือนแบบเข้มงวดข้างต้น Kuo (2002) มีการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการ ผู้มาเยือนรูปแบบของการจัดการผู้มาเยือนแบบเข้มงวด ที่ใช้ในการจัดการผู้มาเยือนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ 1. กลยุทธ์การจัดการทางกายภาพ (Physical Management Strategy) ซึ่งมุ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือนกับทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น การใช้รั้วเพื่อจำกัดเขตแดนเข้าสำหรับผู้มาเข้าชมเพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยว 2. กลยุทธ์การจัดการด้านกฎระเบียบ (Regulatory Management Strategy) โดยจะสัมพันธ์กับกฎระเบียบและข้อบังคับ เช่น เวลาเข้าชม จำนวนนักท่องเที่ยว แต่ข้อจำกัดบางอย่างบางครั้งก็ถูกมองว่าเป็นผลกระทบเชิงลบต่อประสบการณ์ และความเพลิดเพลินของนักท่องเที่ยว 3. กลยุทธ์การจัดการเศรษฐกิจ (Economic Management Strategy) ราคาถือเป็นอีกวิธีที่มีประสิทธิภาพในการจัดการกับจำนวนผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี โดยการเก็บเงินเพิ่มหรือลดราคาลงในช่วงไฮหรือโลว์ซีซั่น กลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ปกติที่ใช้ควบคุมจำนวนของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Orams (1996); อ้างถึงใน Orams (2007) เรื่อง Wildlife Tourism ที่ได้มีการเสนอ 4 กลยุทธ์การจัดการผู้มาเยือน ได้แก่

1. กลยุทธ์การจัดการทางกายภาพ (Physical Management Strategy) ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง เพื่อจัดการระหว่างผู้มาเยือนกับทรัพยากรที่มีความละเอียดอ่อนหรือมีความเสี่ยงสูงที่จะได้รับผลกระทบจากผู้มาเยือน ตัวอย่างเช่น

- การสร้างสถานที่ขมุก ทางเดินในป่าเพื่อลดผลกระทบที่ผู้มาเยือนอาจจะเหยียบหรือการรบกวนสัตว์
- การสร้างรั้วเพื่อห้ามผู้มาเยือนที่อาจจะเข้าไปสู่พื้นที่ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศ
- การซ่อมแซม ปรับปรุง อนุรักษ์สถานที่สำคัญ
- จำกัดที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อลดจำนวนผู้มาเยือน
- การกำหนดพื้นที่ใช้สอย

2. กลยุทธ์การจัดการด้านกฎระเบียบ (Regulatory Management Strategy) มีวัตถุประสงค์ในการสร้างกฎและข้อบังคับร่วมกัน เช่น

- การจัดการและการใช้งานพื้นที่
- ลดความแออัดของการจราจร
- สร้างความเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัยในพื้นที่
- การปกป้องหรือป้องกันความเสียหายของมรดกทางวัฒนธรรม การถูกรบกวน หรือ

พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของผู้มาเยือน

3. กลยุทธ์การจัดการด้านเศรษฐกิจ (Economic Management Strategy) อาจจะเป็นสิ่งที่จูงใจหรือไม่จูงใจที่ส่งผลถึงพฤติกรรมของผู้มาเยือน กลยุทธ์นี้มีถูกใช้ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อกระจายผู้มาเยือนตลอดทั้งปี

- กลยุทธ์การสร้างจูงใจด้านราคา
 - : ลดค่าทำเนียมสำหรับการเข้าถึงและการใช้สิ่งอำนวยความสะดวก
 - : ลดค่าทำเนียมสำหรับผู้มาเยือนที่เดินทางมาด้วยรถขนส่งสาธารณะ
 - : การตั้งราคาการขนส่งในพื้นที่ในราคาต่ำ เพื่อจูงใจให้ใช้รถสาธารณะ
- กลยุทธ์การลดราคา หรือ การรวมค่าบริการ
 - : ค่าปรับ เช่น การทิ้งขยะ หรือ พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม
 - : การเรียกเก็บค่าทำเนียมที่สูงขึ้นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว
 - : การคิดค่าทำเนียมการจราจรที่สูง สำหรับผู้ใช้รถยนต์ส่วนตัว

4. กลยุทธ์การจัดการด้านการศึกษา (Educational Management Strategy) เป้าหมายของ. กลยุทธ์การจัดการโดยเน้นการศึกษา คือ การลดอุบัติการณ์ของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของผู้มาเยือน โดยการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยสมัครใจ เพื่อเพิ่มความเพลิดเพลินและความเข้าใจของผู้เยี่ยมชม ดังนั้นผู้เขียนหลายท่านจึงมองว่าการจัดการด้านการศึกษาเป็นสถานการณ์ที่ 'win-win' ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

ในการศึกษาของ Orams (2007) เกี่ยวกับรูปแบบแนวคิดของการมีปฏิสัมพันธ์กับสัตว์ป่าของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาสำหรับกลยุทธ์การจัดการ พบว่า การใช้การศึกษาเป็นกลยุทธ์การจัดการในสถานการณ์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสัตว์ป่าและนักท่องเที่ยวไม่เหมือนการใช้เทคนิคทางกายภาพหรือกฎระเบียบ เพราะปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้การวางแผนและการใช้รูปแบบการศึกษาที่มีประสิทธิภาพสำหรับสัตว์ป่าเป็นเรื่องยาก เช่น ปัจจัยด้านลักษณะของผู้มาเยือน ได้แก่ ขนาดกลุ่ม อายุ การศึกษาที่แตกต่างกัน เป็นผลให้ความต้องการของผู้มาเยือนแต่ละคนมีเอกลักษณ์และความยากที่จะรองรับในการออกแบบโปรแกรมการศึกษา อีก

ทั้งการขาดความรู้เกี่ยวกับสัตว์บางชนิดและขาดบุคลากรที่ได้รับการฝึกอบรมที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ทำให้ความพยายามในการใช้โปรแกรมการศึกษาที่มีประสิทธิภาพซับซ้อน ด้วยปัจจัยข้างต้นกลยุทธ์การจัดการที่เน้นการศึกษาจึงไม่เป็นที่นิยมในการประยุกต์ใช้

ถึงแม้ว่า การศึกษาของ Orams (2007) จะมุ่งเน้นศึกษาการเผชิญหน้าระหว่างคนกับสัตว์ป่า แต่วิธีการจัดการเหล่านี้ก็สามารถนำไปปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยวโดยทั่วไปได้ Kuo (2002)

สรุปจากการศึกษาการจัดการผู้มาเยือนแบบเข้มงวดแล้วนั้น ได้คัดเลือกประเด็นของการจัดการ ผู้มาเยือนแบบเข้มงวดออกเป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1. กลยุทธ์การจัดการทางกายภาพ (Physical Management Strategy) 2. กลยุทธ์การจัดการด้านกฎระเบียบ (Regulatory Management Strategy) และ 3. กลยุทธ์การจัดการด้านเศรษฐกิจ (Economic Management Strategy)

การจัดการผู้มาเยือนแบบอ่อนโยน (Soft Visitor Management)

จากการศึกษากลยุทธ์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเกิดจากการที่ผู้มาเยือนไม่เข้าใจหรือตระหนักถึงความอ่อนไหวภายในพื้นที่ Krippendorf (1987) ส่วน Shackley (1998) ได้แนะนำปัญหาสำคัญของวิธีการจัดการผู้มาเยือนรูปแบบเข้มงวดว่า การใช้กฎระเบียบใดๆ มักจะเป็นปัญหาเสมอ แต่การจัดการที่อ่อนโยนผ่านการให้ความรู้ การสื่อความหมาย หรือผ่านการตีความพบว่า ยังมีสิ่งๆ ที่ทำให้การจัดการผู้มาเยือนแบบอ่อนโยนนั้นมีข้อจำกัด คือ วิธีการ องค์ความรู้ของผู้สื่อความหมาย หรือ ทักษะคนดี ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวส่งผลให้การจัดการผู้มาเยือนรูปแบบอ่อนโยนยังเกิดข้อจำกัดจากวิธีการ ทั้งนี้ได้มีการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการผู้มาเยือนแบบอ่อนโยน 3 กลยุทธ์ ประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลเพื่อสื่อความหมายทางตรง (Directorial Interpretive Information) เป็นข้อมูลที่พบบ่อยครั้งที่สุดในแหล่งท่องเที่ยว เป็นข้อมูลที่น่าไปสู่การไหลของข้อมูลจากผู้มาเยือน ลดความแออัดด้านการจราจรของแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มความสบายใจในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น ทิศทาง ระยะทาง เวลาในการเดินทางโดยประมาณ เวลาเปิด-ปิด เส้นทาง สภาพถนน สิ่งสำหรับผู้ขับขี่ต้องระวัง สภาพอากาศ เบอร์ติดต่อกรณีฉุกเฉิน เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับผู้มาเยือน

2. ข้อมูลเพื่อสื่อความหมายทางพฤติกรรม (Behavioral Interpretive Information) ข้อมูลการตีความเชิงพฤติกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางสำหรับพฤติกรรมและกิจกรรมของผู้มาเยือนที่ต้องการเพื่อดำเนินการในพื้นที่ ข้อมูลการตีความพฤติกรรมที่ถูกระบุในข้อบังคับ

3. ข้อมูลเพื่อสื่อความหมายทางการศึกษา (Educational Interpretive Information) ผู้มาเยือนที่ทำกิจกรรมสันทนาการไม่ได้หมายความว่าผู้มาเยือนไม่เต็มใจที่จะรู้อะไรเกี่ยวกับพื้นที่ การมีความรู้

เพิ่มเติมเกี่ยวกับพื้นที่ที่สามารถช่วยให้ประสบการณ์ผู้มาเยือนสนุกสนานและมีความสนใจมากยิ่งขึ้น (Tilden, 1977); (Cooper, 1991); (Orams, 1996 ; อ้างถึงใน Orams, 2007)

Kuo (2002) ได้เสนอแนวทางการจัดการผู้มาเยือนแบบอ่อนโยน (Soft Visitor Management) ที่นอกเหนือจากกลยุทธ์ 3 กลยุทธ์ ไว้ 6 ประการ

1. ให้ข้อความที่เป็นมิตรกับผู้มาเยือน เช่น ป้ายยินดีต้อนรับ
2. ให้ข้อมูลทั่วไปด้านถนนเพื่อแนะนำผู้มาเยือนอย่างปลอดภัย
3. ให้ข้อมูลเส้นทางและสถานที่ท่องเที่ยวทางเลือกอื่น ๆ แก่ผู้มาเยือนในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว
4. ให้ข้อมูลช่วงเวลา ความแออัดและเวลารอ / การเข้าคิว ซึ่งจะช่วยให้ผู้มาเยือนวางแผน

ในการเดินทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ให้ข้อมูลการศึกษาเพื่อตีความลักษณะทางประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมของคนในพื้นที่

6. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เหมาะสมในพื้นที่หรือบริเวณสถานที่ในชุมชน

จากการทบทวนกลยุทธ์การจัดการผู้มาเยือน สรุปได้ว่า การจัดการผู้มาเยือนสามารถแบ่งกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดการผู้มาเยือน 2 กลยุทธ์ ได้แก่ การจัดการผู้มาเยือนแบบเข้มงวด (Hard Visitor Management) โดยเป็นการจัดการใน 3 ด้าน ได้แก่ 1. กลยุทธ์การจัดการด้านกายภาพ (Physical Management Strategy) เพื่อจัดการระหว่างผู้มาเยือนกับทรัพยากร 2. กลยุทธ์การจัดการด้านกฎระเบียบ (Regulatory Management Strategy) 3. กลยุทธ์การจัดการด้านเศรษฐกิจ (Economic Management Strategy) และการจัดการผู้มาเยือนแบบอ่อนโยน (Soft Visitor Management) โดยมุ่งเน้นการจัดการ 3 ด้าน ได้แก่ 1. ข้อมูลเพื่อสื่อความหมายทางตรง (Directorial Interpretive Information) 2. ข้อมูลเพื่อสื่อความหมายทางพฤติกรรม (Behavioral Interpretive Information) 3. ข้อมูลเพื่อสื่อความหมายทางการศึกษา (Educational Interpretive Information)

สรุป

การจัดการผู้มาเยือนเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญและเป็นประโยชน์ในการวางแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผ่านกระบวนการจัดการผู้มาเยือนในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นความพยายามในการรักษาพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อคนและสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบด้านลบที่เกิดจากผู้มาเยือน อันจะต้องดำเนินไปพร้อมกับการจัดการพื้นที่เพื่อตอบสนองการพักผ่อนหย่อนใจทางการท่องเที่ยวและความต้องการของผู้มาเยือน ผ่านการสร้างความสะดวก ในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด ซึ่งการวางแผนใน

การจัดการ ผู้มาเยือนถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเพื่อปกป้องพื้นที่การท่องเที่ยว โดยการจัดการผู้มาเยือนได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านจัดการการท่องเที่ยว ทั้งองค์กรในระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการลดความขัดแย้ง ข้อพิพาท ผลกระทบทางการท่องเที่ยว และการสร้างความยั่งยืนให้กับพื้นที่ ผ่านกลยุทธ์การจัดการผู้มาเยือน 2 กลยุทธ์ ได้แก่ 1. การจัดการผู้มาเยือนแบบเข้มงวด (Hard Visitor Management) ซึ่งมุ่งเน้นในการจัดการ 3 ประเด็น ได้แก่ 1.1 การจัดการด้านกายภาพ (Physical Management Strategy) 1.2 การจัดการด้านกฎระเบียบ (Regulatory Management Strategy) และ 1.3 การจัดการด้านเศรษฐกิจ (Economic Management Strategy) กลยุทธ์ที่ 2 คือ การจัดการผู้มาเยือนแบบอ่อนโยน (Soft Visitor Management) ซึ่งมีกลยุทธ์ในการจัดการผู้มาเยือน 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 2.1 การให้ข้อมูลเพื่อสื่อความหมายทางตรง (Directorial Interpretive Information) 2.2 การให้ข้อมูลเพื่อสื่อความหมายทางพฤติกรรม (Behavioral Interpretive Information) 2.3 ข้อมูลความหมายทางการศึกษา (Educational Interpretive Information) อันมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้มาเยือน โดยการสร้างการเรียนรู้ ความเข้าใจแก่ผู้มาเยือนผ่านกลยุทธ์และวิธีการที่มีความหมายหลายของวิธีการ เพื่อนำไปสู่การเกิดประสบการณ์ที่ดีของผู้มาเยือน เกิดความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่มุ่งเน้นการจัดการการท่องเที่ยวผ่านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ในแหล่งท่องเที่ยว สร้างความสมดุลด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านการสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งระบบ อีกทั้งนำไปสู่การสำนึกรัก ห่วงแหนและการอนุรักษ์ทรัพยากรในชุมชน ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต ให้คงอยู่สืบไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2563,/ จาก https://secretary.mots.go.th/strategy/more_news.php?cid=9
- เมธาวี จำเนียร, กรกฏ จำเนียร, ศศิพัชร บุญขวัญ, ทองพูล มุขรัรักษ์ และยงยุทธ ปาณะศรี. (2562). การสร้างและสื่อสารกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้านและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(3), 199-210
- อารยา จันท์สกุล. (2561). *Overtourism ผลกระทบและแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2562 จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/Research Paper/Overtourism.pdf>

- Albrecht, J. (2017). *Visitor management in tourism destinations*. Boston, MA : CABI, 2017.
©2017 University of Otago, Dunedin, New Zealand.
- Arabatzis, G., Grigoroudis, E. (2010). Visitors' satisfaction, perceptions and gap analysis: The case of Dadia–Lefkimi–Soufli National Park. *Forest Policy and Economics* 12, 163–172.
- Arnberger, A. and Hußlein, M. (2017). *Visitor Monitoring and Management*. International Conference on Landscape & Human Health: Forests, Parks and Green Care
- Benckendorff, P. and Pearce, P. (2003). Australian tourism attractions: the links between organizational characteristics and planning. *Journal of Travel Research* 42(1), 24–35.
- Beunders, N. (2006). Visitor Management and Destination Management as Tools for Sustainable Regional Development. *Conference on Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas. University of Applied Sciences Rapperswil, Switzerland, 13-17 September 2006*. Rapperswil.
- Candrea, A. and Ispas, A. (2009). *Visitor management, a tool for sustainable tourism development in protected areas*. Brasov, Romania: Bulletin of the Transilvania.
- Cole, David N., Petersen, Margaret E. and Lucas, Robert C. (1987). *Managing Wilderness Recreation Use: Common Problems and Potential Solutions*. Intermountain Research Station. Retrieved from https://www.fs.fed.us/rm/pubs_int/int_gtr230.pdf.
- Cooper C. (1991). *The technique of interpretation*. In *Managing Tourism, Medlik Sed*. Oxford : Butterworth- Heinemann.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Shepherd, R., Wanhill, S. (1998). *Tourism: Principles and Practices* (2nd ed). England: Addison Wesley Longman.
- El-Barmelgy, Hesham Moh. (2013). *Visitor Management Plan and Sustainable Culture Tourism*. Retrieved from <https://ijern.com/journal/December-2013/42.pdf>
- Garrod, B., Wornell, R., & Youell, R. (2006). Re-conceptualizing rural resources as countryside capital: The case of rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 22, 117–128.

- Glasson, J., Therivel, R., Chadwick, A. (2013). *Introduction to Environment Impact Assessment* (3rd ed.). USA and Canada: Routledge.
- Groot, R., (2006). Function-analysis and valuation as a tool to assess land use conflicts in planning for sustainable, multi-functional landscapes. *Landscape and Urban Planning* 75, 175-186.
- Hall, M. & McArthur, S. (2000). *Integrated Heritage Management: Principles and Practice*. London : Stationery Office, 1998.
- Haugland, Nessb, Grønsethb, and Aarstad. (2011). Destination Development: The Role of Interdestination Bridge Ties. *Journal of Travel Research* 53(2):183-195
- Hughes, Bond, & Ballantyne, (2013). Designing and managing interpretive experiences at religious sites: Visitors' perceptions of Canterbury Cathedral. *Tourism Management*, 36, 210-220
- Inskeep E. (1991). *Tourism Planning: an Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Krippendorf, J. (1987). *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. Oxford: Heinemann.
- Leask, A. (2010). Progress in visitor attraction research: towards more effective management. *Tourism Management*, 31(2), 155–166.
- Leitao, A. (2002). Applying Landscape Ecological Concepts and Metrics in Sustainable Landscape Planning. *Landscape and Urban Planning*, (59), 65-93
- Kuo, I.-L. (2002). The effectiveness of Environmental Interpretation at Resource-Sensitive Tourism Destination. *Int.j.Tourism Res.* (4), 87-101
- Mason, P. (2005). Visitor Management in Protected Areas: From 'Hard' to 'Soft' Approaches?, *Current Issues in Tourism*, 8:2-3, 181-194,
- Novacek, P. (2010). *Udržitelný rozvoj (Sustainable Development)*. Olomouc. Czech Republic: Uni- verzita Palackého v Olomouci.
- Orams. (2007). A conceptual model of tourist-wildlife interaction: the case for education as a management strategy. *Australian Geographer*, 39, 51

- Pásková, M. (2008). *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu (Tourism Sustainability)*. Hradec Králové, Czech Republic: Gaudeamus Kradec Králové.
- Pearce, D.G. and Schänzel, H.A. (2015). Destinations: Tourists' perspectives from New Zealand. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 4-12.
- Ritchie, J.R.B. and Crouch, G.I. (2003). *The Competitive Destination, A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing, Oxon UK.
- Ritchie, J.R.B. and Crouch, G.I. (2010). A model of destination competitiveness/ sustainability: Brazilian perspectives. *Adm. Revista de Administração Pública* 44(5):1049-1066
- Shackley, M. (1998). *Introduction*. In M. Shackley (ed.) *Visitor Management: Case Studies from World Heritage Sites*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Spenceley, A., Kohl, J., McArthur, S., Myles, P., Notarianni, M., Paleczny, D., Pickering, C., Turner, K., Bhutia, P. and Worboys, G. L. (2015). 'Visitor management'. In: G. Worboys, M. Lockwood, A. Kothari, S. Feary and I. Pulsford (eds.), *Protected Area Governance and Management*. Canberra: Australian National University Press.
- Tilden F. (1977). *Interpreting Our Heritage* (3rd ed). University of North Carolina Press: Chapel Hill, NC
- Weaver D. B. and Lawton, L. J. (2013). Resident perceptions of a contentious tourism event. *Tourism Management*, 37(August), 165-175.
- Wong, C. U. I., McIntosh, A., and Ryan, C. (2016). Visitor management at a Buddhist sacred site. *Journal of Travel Research*, 55(5), 675–687.
- Zelenka, J. (2007a). *Metodický návod MZP CR upravující postup zajištění udržitelnosti cestovního ru- chu v prirodne a krajinně cenných územích české republiky – studie (Ministry of Environment Czech Republic Methodology for Tourism Sustainability in Nature Valuable Areas)*. Prague, Czech Republic: Ministry of Environment.
- Zelenka, J. and Pásková, M., (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu (The Explanatory Dictionary of Tourism)*. Praha: Linde Praha.