



ทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาบทบาทและผลกระทบของโรงแรมชั้นหนึ่ง ในกรุงเทพมหานครนั้น มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และการใช้ที่ดินของเมืองเป็นสำคัญ ดังนั้นจึงสามารถแบ่งแนวความคิด ทฤษฎี ที่ใช้ในการศึกษารังนี้ได้ดังนี้

1. แนวความคิด ทฤษฎี การใช้ที่ดินภายในเมือง
2. แนวความคิดที่เกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ที่ดินภายในเมือง

2.1.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ที่ดินภายในเมือง

ทฤษฎีโครงสร้างการใช้ที่ดินภายในเมือง จะแบ่งพื้นที่ของเมืองออกเป็นส่วนใหญ่ๆ พื้นที่แต่ละส่วนจะมีคุณค่า และความสะดวกแตกต่างกันไป กิจกรรมที่มีอำนาจต่อรองสูงจะเข้าครอบครองเขตพื้นที่ต่างๆ ตามความเหมาะสม โดยกลไกของตลาดที่ดินและอาคาร เช่น การค้าปลีก หรือกิจการด้านธุรกิจการเงิน ซึ่งสามารถทำกำไรต่อพื้นที่สูง จะครอบครองพื้นที่ย่านศูนย์กลางธุรกิจ การค้าในบริเวณใจกลางเมือง ซึ่งมีความสะดวกในการติดต่อสูงที่สุด เป็นต้น

การใช้ที่ดินในเขตเมืองนั้น มีการแบ่งออกเป็นหลายประเภท ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

F. STUART CHAPIN JR. ได้แบ่งพื้นที่ในเมืองออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ที่ทำงานประกอบด้วยพื้นที่บางส่วนของเมืองที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรม ที่ทำการค้า การบริการ และศูนย์ราชการ เป็นต้น
2. ที่อยู่อาศัย ประกอบด้วยบ้านเรือนที่เป็นที่อยู่อาศัย รวมทั้งสาธารณูปการของชุมชน
3. ที่ใช้สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ประกอบด้วยนันทนาการ ห้างสรรพสินค้า สวนสาธารณะ

ขนาดใหญ่ และบริเวณที่เป็นสถานที่อนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นต้น

Keeble (1969 : 99) กล่าวถึงการกระจายการใช้ที่ดินในเมือง โดยแบ่งพื้นที่ออกตามหน้าที่หลักเป็นสามส่วน คือ ศูนย์กลางเมือง ย่านอุตสาหกรรม และย่านพักอาศัย นอกจากนี้ อาจจะผนวกส่วนที่สี่ คือ ที่ว่างโดยมีลักษณะการใช้ที่ดินทั้ง 4 ประเภท ดังนี้

(1) ศูนย์กลางเมือง คือ พื้นที่ที่ใช้เป็นย่านการค้า การบริหาร และบริการทางสังคมบางประเภท ซึ่งกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะรวมกันอยู่อย่างหนาแน่น และมีการก่อรูปที่ซับซ้อนเป็นศูนย์กลางการบริการต่างๆ เท่าที่เมืองจะสนองตอบได้ ศูนย์กลางเมืองควรจะประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญ คือ ร้านค้า สำนักงานธนาคาร ที่ทำการหน่วยงานบริการ และสถานที่ราชการ ศาลากลางจังหวัด หรือสำนักงานเทศบาล อาคารที่สำคัญทางด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น ห้างสรรพสินค้า พิพิธภัณฑ์ โรงภาพยนตร์ โบสถ์ขนาดใหญ่ และโกดังเก็บสินค้า เป็นต้น

(2) ย่านอุตสาหกรรม คือ บริเวณที่เป็นที่ตั้งประกอบกิจกรรมของอุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing Industry) และอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่ พร้อมทั้งเป็นที่ตั้งของสถานีจ่ายไฟฟ้าและแก๊ส พร้อมทั้งเป็นโกดังเก็บสินค้า

(3) ย่านพักอาศัย คือ บริเวณสำหรับให้ประชากรอยู่อาศัย ซึ่งจะประกอบด้วยอาคารพักอาศัยแบบต่างๆ ส่วนขนาดต่างๆ รวมทั้งการใช้ที่ดินอื่นๆ เช่น ย่านการค้าประจำท้องถิ่น โรงเรียน ประถมศึกษา ที่ว่างสำหรับท้องถิ่น และอุตสาหกรรมบริการขนาดเล็ก

(4) ที่ว่าง (Open Space) ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณที่พักอาศัย และพื้นที่โรงเรียน โรงพยาบาล และสถาบันต่างๆ รวมทั้งบริเวณที่สามารถนำมาใช้สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ สวนสาธารณะและสนามเด็กเล่น นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ว่างบริเวณชานเมือง (Town Periphery)

นอกจากนั้น ยังมีทฤษฎีการใช้ที่ดินที่อธิบายรูปแบบการใช้ที่ดินของเมือง โดยทั่วไปที่ได้มีการกล่าวถึง 3 ทฤษฎี คือ

1.1 ทฤษฎีของ ERNEST W. BURGESS (1925) เป็นนักสังคมวิทยา ได้เสนอ "The Concentric Zone Theory" เพื่ออธิบายการกระจายตัวของกิจกรรมต่างๆ ทางเศรษฐกิจและการใช้ที่ดินในเมือง ซึ่งเชื่อว่าจะได้ดัดแปลงมาจากแบบจำลองที่ตั้งด้านเกษตรกรรมของ Von Thunen และจากการวิเคราะห์ข้อมูลของเมือง CHICAGO โดยได้กำหนดให้เมืองประกอบด้วยเขตต่างๆ 5 เขตคือ

1) THE CENTRAL BUSINESS DISTRICT เป็นศูนย์กลางเมืองเป็นที่ตั้งของธุรกิจการค้า

2) ZONE IN TRANSITION เป็นเขตที่มีการใช้ที่ดินทางการค้าและอุตสาหกรรม

ขนาดเล็ก ล่วงล้ำเข้าไปในเขตที่อยู่อาศัย

- 3) ZONE OF INDEPENDENT WORKING MEN'S HOME เป็นเขตที่อยู่อาศัยของกรรมกร
- 4) ZONE OF BETTER RESIDENCES เป็นเขตที่อยู่อาศัยของชนชั้นกลาง
- 5) COMMUTERS'S ZONE เป็นเขตที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้อ่อน มีการพัฒนาบริเวณพักอาศัยราคาแพง เป็นจุดๆ ตามเส้นทางที่สามารถเดินทางได้อย่างรวดเร็ว ระยะทางไกลที่สุดของเขตนี้ไปยังศูนย์กลางเมือง ซึ่งเป็นแหล่งงานของประชากรส่วนใหญ่ในเขตนี้ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง นอกจากนี้พื้นที่ส่วนมาก ของเขตนี้อาจจะยังเป็นพื้นที่เกษตร

1.2 HOMER HOYT (1939) ได้เสนอกฤษฎี "RADIAL SECTOR" เพื่ออธิบายรูปแบบการใช้ที่ดินของเมือง ทฤษฎีนี้ปรับปรุงมาจาก THE CONCENTRIC ZONE THEORY ของ BURGESS โดยมีลักษณะคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ เมื่อเมืองเติบโตโดยขยายตัวออกไปรอบนอกจากศูนย์กลางเมือง ซึ่งมีอยู่แห่งเดียว ส่วนลักษณะที่แตกต่างกัน คือ การขยายตัวของเขตต่างๆ ในวงแหวนของ BURGESS มีความสัมพันธ์เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันตลอดทั้งวง ในขณะที่ของ HOYT ขยายออกไปในรูป SECTOR เนื่องจากเขาถือว่าเส้นทางขนส่งและลักษณะด้านกายภาพของเมืองมีอิทธิพลต่อการกำหนดประเภทการใช้ที่ดินของเมือง ดังนั้น โครงสร้างของเมืองตามทฤษฎีของเขาจึงขยายออกไปในลักษณะแบบรูปปลี

1.3 CHAUNCY D. HARRIS AND ENWARD L. ULLMAN (1945) ได้เสนอกฤษฎี "MULTIPIE NUCLEAR THEORY" ซึ่งเป็นการรวมแนวความคิดของสองทฤษฎีเข้าด้วยกัน และเพิ่มส่วนประกอบอื่นๆ ในการอธิบายรูปแบบการใช้ที่ดิน เขากล่าวว่ารูปแบบการใช้ที่ดินของเมืองมักมีหลายศูนย์กลางมากกว่าศูนย์กลางเดียว เมืองยิ่งใหญ่เท่าไรศูนย์กลางยิ่งมากขึ้นเท่านั้น ศูนย์กลางย่อยเหล่านี้ โดยมากเกิดขึ้นในบริเวณใกล้เคียงกับบริเวณพักอาศัยของชนชั้นกลางและสูง และเมื่อเกิดศูนย์กลางย่อยขึ้นใหม่ที่ใดก็ตาม มักจะมีการใช้ที่ดินประเภทอื่นที่มีความสัมพันธ์กันเกิดตามไปด้วย

การที่เมืองมีหลายศูนย์กลางและมีบริเวณต่างๆ ที่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัย 4 ประการ คือ

- 1) กิจกรรมบางประเภทต้องการความสะดวกสบาย โดยเฉพาะของแต่ละบริเวณ เช่น ย่านการค้า จำเป็นต้องตั้งอยู่ในจุดที่เข้าถึงได้สะดวกที่สุด
- 2) กิจกรรมบางประเภทตั้งอยู่ใกล้กัน เนื่องจากได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มกัน เช่น ย่านการค้าและการเงิน

3) กิจกรรมบางประเภทที่มีความแตกต่างกันเมื่อนำมาอยู่รวมกันจะทำให้เกิดผลเสีย เช่น โรงงานอุตสาหกรรมและบริเวณพักอาศัยของผู้มีรายได้น้อย

4) กิจกรรมบางประเภทไม่สามารถตั้งในที่ซึ่งเป็นที่พึงปรารถนาที่สุดได้ เนื่องจากค่าเช่าที่สูง เช่น บริเวณพักอาศัยราคาถูกจำเป็นต้องตั้งในที่ดินราคาถูก

2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของย่านธุรกิจการค้า

เมื่อพิจารณาถึงการที่ใช้ที่ดินภายในเมืองแล้ว จะเห็นได้ว่าเมืองนั้นเป็นพื้นที่ที่มีการใช้ที่ดินอย่างหนาแน่น มีความเข้มข้นของการใช้ที่ดินสูง โดยเฉพาะในย่านธุรกิจการค้าของเมือง ซึ่งการเลือกทำเลที่ตั้ง มีผลต่อประกอบกิจการการค้าเป็นอย่างมาก ธุรกิจโรงแรมก็จัดเป็นธุรกิจการค้าประเภทหนึ่ง ซึ่งเป็นธุรกิจการให้บริการ สถานที่ตั้งของโรงแรมเป็นส่วนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจประเภทนี้เป็นอย่างมาก เพราะธุรกิจโรงแรมจะต้องเสนอบริการโดยตรงต่อลูกค้า เป็นรายบุคคล ลูกค้าจะต้องมาใช้บริการ ณ ที่ที่ขายบริการ ซึ่งบริการนั้นผลิตหรือจัดให้มีขึ้นสถานที่เดียวกันนั้น บริการจะต้องจัดไว้ ณ ที่มีอุปสงค์ ซึ่งหมายความว่า ตลาดเป็นสิ่งสำคัญและเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ตั้ง

2.2.1 องค์ประกอบและการใช้ที่ดินเพื่อการค้าของเมือง

องค์ประกอบของเมืองหรือชุมชนเป็นการประกอบเข้าด้วยกัน ระหว่างประชากรที่อาศัยอยู่ในเมือง กับวัตถุ แบ่งออกได้เป็น

- โครงข่ายพื้นฐานของชุมชน (Community Infrastructure) ได้แก่ โครงสร้างสาธารณูปโภค หรือระบบบริการสาธารณชน (Public Utilities) และโครงสร้างสาธารณูปการ หรือระบบการใช้สอยของชุมชน (Community Facilities)

- สิ่งปลูกสร้าง และพื้นที่ประกอบกิจกรรมประเภทต่างๆ ได้แก่ ที่พักอาศัย ย่านพาณิชยกรรม หรือ สถานที่ประกอบการค้า โรงงานอุตสาหกรรม และสถาบันต่างๆ

โดยปกติ เมืองทุกเมืองจะมีการใช้ที่ดินหลายรูปแบบปะปนกัน. เมืองที่มีกิจกรรมหลากหลายจึงมีการใช้ที่ดินมากประเภท แต่ปกติอาจแบ่งการใช้ที่ดินภายในเมืองออกเป็น 6 ประเภท คือ

1. การใช้ที่ดินเพื่อเป็นบริเวณที่อยู่อาศัย (Residential Land Use)
2. การใช้ที่ดินเพื่อพาณิชยกรรม หรือ เป็นย่านการค้าประเภทต่างๆ (Commercial Land Use)

3. การใช้ที่ดินเป็นแหล่งโรงงานอุตสาหกรรม (Industrial Land Use)
4. การใช้ที่ดินเป็นถนนและเส้นทางในการคมนาคมขนส่ง (Road & Highway Land Use)
5. การใช้ที่ดินสำหรับสถานสาธารณะ (Public Land Use)
6. พื้นที่ว่างเปล่าที่อาจใช้ประโยชน์ได้ (Vacant Land)

การใช้ที่ดินเพื่อการค้าภายในเมือง ปกติจะมีเพียงร้อยละ 2-5 ของพื้นที่เมืองเท่านั้น และพื้นที่ 2-5% นี้ มักจะกระจุกตัวเป็นกลุ่มเดียว หรือกระจายตัวไปในบริเวณต่างๆ ของเมือง ลักษณะทั่วไปของรูปแบบการใช้ที่ดิน โดยเฉพาะการใช้ที่ดินเพื่อการค้า มีลักษณะที่สำคัญ 2 ประการ คือ รูปแบบตามแนวถนนเส้นทางคมนาคมและการรวมตัวของกิจกรรมในตำแหน่งที่มีความสะดวกในการเข้าถึงสูง (High accessibility) (Stuart F, Chapin, Jr, 1957)

2.2.2 ลักษณะการเกิดย่านการค้าและหลักการกำหนดที่ตั้ง

การเกิดย่านการค้า โดยทั่วไปไม่ว่าย่านที่พิกอาศัยจะไปอยู่ ณ ที่ใด การค้ามักจะขยายตัวตามออกไปด้วยเสมอ ซึ่งส่วนใหญ่ย่านการค้าจะเกิดขึ้น ณ บริเวณดังต่อไปนี้

1. ศูนย์กลางชุมชน
2. บริเวณถนนสายหลักตัดกัน ซึ่งมักจะก่อให้เกิดปัญหาทางด้านการจราจรและความปลอดภัย
3. เกิดขึ้นบริเวณสองฝั่งถนนสายหลัก และขยายตัวตามถนนออกไปเรื่อยๆ ซึ่งมักทำให้เกิดปัญหาการจราจรคับคั่ง เป็นอันตรายจากอุบัติเหตุที่ใช้นถนน ลดประสิทธิภาพของถนน และทำให้การขนส่งล่าช้า เป็นต้น

แม้ว่าการใช้ที่ดินเพื่อการค้าภายในเมืองจะมีน้อย คือ เฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 5 ของพื้นที่ในเขตชุมชนทั้งหมด แต่กิจกรรมทางการค้าก็มีความสำคัญต่อความเจริญของเมืองมากที่สุด เพราะเกี่ยวข้องกับอาชีพ ซึ่งมีแรงงานเป็นจำนวนมาก และความสัมพันธ์ระหว่างที่ดินกับกิจกรรมทางการค้า ยิ่งแสดงออกถึงการใช้ที่ดินแบบเข้มข้น รวมทั้งการกระจายของกิจกรรมเหล่านี้ จะปรากฏอยู่บนพื้นที่อันจำกัด ทำให้บริเวณการค้าและการบริการมีลักษณะเป็นตึกหรืออาคารสูงหลายชั้น เมืองใหญ่ต่างๆ ไป จึงมีทิวทัศน์ของตึกสูงๆ ปรากฏอยู่จำนวนมาก กิจกรรมทางการค้า (Commercial) โดยทั่วไปประกอบด้วย การขายปลีก การขายส่ง การเงิน การธนาคาร การจัดสรรที่ดิน บริการส่วนบุคคลและบริการอาชีพ ตลอดจนการบริการทางธุรกิจประเภทต่างๆ (ฉัตรชัย พงศ์ประยุทธ, 2527)

ในการเลือกหรือกำหนดพื้นที่สำหรับการใช้ที่ดินเพื่อพาณิชย์กรรมนั้น Stuart F. Chapin Jr. (1957) กล่าวว่า พื้นที่โดยเฉลี่ยประมาณ 2-5% ของพื้นที่ชุมชน มักจะอยู่ในบริเวณที่มีราคาสูง ราคาที่ดินและอาคารจะแพง มีการคมนาคมสะดวกและมีบริการสาธารณะพอเพียง การกำหนดที่ตั้งควรมีองค์ประกอบดังนี้

1. ควรมีพื้นที่ด้านหน้าติดกับถนนสายหลัก ซึ่งสามารถติดต่อได้ง่าย และมีถนนกว้างพอที่จะใช้รถยนต์ต่างๆ ได้สะดวก
2. มีที่จอดรถพอเพียง
3. มีการติดต่อกับบริเวณอื่นๆ เพื่อบริการลูกค้าและลูกจ้างที่ทำงานในย่านการค้าได้สะดวก
4. อยู่ในบริเวณที่มีสถาบันการเงิน มีการประกอบอาชีพการค้า มีการบริการด้านต่างๆ และมีบริการสาธารณะพร้อมมูล เพื่อบริการย่านพาณิชย์กรรม
5. มีความลาดชันไม่เกิน 5% สามารถปรับระดับได้โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด
6. อยู่บนที่สูง ซึ่งสามารถทำการระบายน้ำเสียได้ดี

2.2.3 การกำหนดเขตการค้าภายในเมือง

2.2.3.1 การกำหนดเขตการค้า

ในปี ค.ศ. 1937 Malcome Proudfoot (จิโรจน์ สินชวานุรักษ์ 2531: 17-18) ได้ศึกษาวิเคราะห์ โครงสร้างทางการค้าของเมืองขนาดใหญ่ในสหรัฐอเมริกา และได้สรุปเขตการค้าออกมาดังนี้

ก. เขตย่านการค้ากลาง (Central Business District) หรือ Down town เป็นศูนย์รวมของธุรกิจ ร้านค้า และบริการ สามารถดึงดูดลูกค้าได้ทั่วเมืองทั้งใกล้และไกล ปริมาณการขายในเขตนี้สูงกว่าเขตอื่นๆ เนื่องจากเป็นบริเวณที่เป็นจุดที่เข้าถึงสะดวกที่สุด เขตนี้เป็นที่รวมของการคมนาคมขนส่งทุกชนิด CBD. มีลักษณะพิเศษ คือ ประชากรหนาแน่นในตอนกลางวัน พอดตกกลางคืนจำนวนประชากรลดลงมาก เพราะเขตนี้มิได้เป็นที่อยู่อาศัย

ข. เขตการค้ารอบนอก (Outlying Business Center) เป็นส่วนจำลองของเขต CBD. สถานประกอบการจะรวมตัวกันอยู่เป็นแถบๆ และทำธุรกิจการค้าได้มาก ดึงดูดลูกค้าได้ทั่วเมือง แต่ก็สามารถดึงดูดลูกค้าจากระยะทางไกลๆ เพราะถนนสายสำคัญเป็นเส้นทางคมนาคมของลูกค้า

ค. ย่านธุรกิจสำคัญ (Principal business throughfare) มักตั้งอยู่บนถนนสายสำคัญ และเป็นย่านธุรกิจแห่งหนึ่งของเมือง มีถนนกว้างพอที่จะจอดรถได้ จำนวน

สินค้าที่ขายประกอบด้วยสินค้าทั่วไป

ง. ถนนธุรกิจและแนว (Neighborhood business district) เป็นเขตการค้าและแนวหนึ่งของเมือง โดยที่ตั้งศูนย์กลางทุกระดับที่อาศัยอยู่ในละแวกนั้น ภายในรัศมีเดินเท้า สินค้าส่วนมากเป็นสินค้าบริโภค

จ. กลุ่มร้านค้าโดดๆ (Isolated store cluster) เป็นร้านค้าและบริการที่มีความสำคัญน้อยที่สุดในเมือง มีร้านที่ค้องพึ่งพาซึ่งกันและกันอยู่ 2-3 ร้าน ตามมุมถนนในเขตรอบๆ เมืองสำหรับบริการแก่ผู้ที่อยู่ห่างไกลจากเมือง

2.2.3.2 เขตการค้าภายในเมือง แบ่งออกได้ 3 เขต คือ

ก. เขต CBD เป็นศูนย์กลางพลังทางเศรษฐกิจของเมือง เนื่องจาก CBD มีลักษณะความเป็นใจกลาง (centrality) ทำให้ได้เปรียบในการเข้าถึง จึงเป็นที่รวมของการคมนาคม และกิจกรรมทุกชนิด ในเขต CBD มีคุณสมบัติที่กิจกรรมส่วนมากทำในเวลากลางวัน ส่วนเวลากลางคืนถนนจะว่าง และเป็นเขตที่เป็นแหล่งที่มีผู้อยู่อาศัยน้อย Hartshorn (1980) (จิโรจน์ สินชวานุรักษ์ 2531: 19) ได้กล่าวถึง กิจกรรมในเขต CBD จะมีความสัมพันธ์กันใน 4 ลักษณะ คือ

- เกี่ยวข้องกันในเชิงแข่งขัน (competitive linkage)
- เกี่ยวข้องกันในเชิงส่งเสริมกัน (complementary linkage)
- เกี่ยวข้องกันในเชิงร่วมสถานที่ (commensal linkage)
- เกี่ยวข้องกันในเชิงประกอบ (auxiliary linkage)

ข. ศูนย์การค้าแบบริบบอน (Ribbon Development) เป็นศูนย์การค้าแบบที่สองภายในเมือง ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน เพราะปรากฏอยู่ตามเส้นทางสายสำคัญ ธุรกิจเหล่านี้ไม่ต้องการทำเลในใจกลางเมืองอีกหากการเข้าถึงเป็นสิ่งสำคัญ จึงเป็นธุรกิจที่ปรากฏตามถนนหลายสายในเมือง

ค. ย่านธุรกิจพิเศษต่างๆ (specialized area) เป็นกลุ่มสถานประกอบการประเภทเดียวกัน หรือมีความสัมพันธ์กันแก่ธุรกิจซึ่งตั้งอยู่ภายในเมืองบริเวณไหนก็ได้ แต่มักจะอยู่ภายในรัศมีรอบๆ CBD และภายใน CBD เอง ส่วนใหญ่คำนึงถึงความสะดวกของลูกค้ากลุ่มหนึ่ง ดังนั้น ในบางครั้งก็ตั้งอยู่ตามถนนสายสำคัญภายในเมือง ส่วนมากเกิดขึ้นเองตามลำพังมิได้มีการวางแผน

ประพันธ์ เศวตนันท์ (2520) ได้กล่าวถึงหลักการที่ใช้ที่คิดในทางการค้าว่า ผลกำไรทางการค้าขึ้นอยู่กับความใกล้เคียงกับตลาด จำพวกร้านค้าปลีก ธนาคาร บริษัทโฆษณา สำนักงานใหญ่ของบริษัทต่างๆ และที่ทำการของรัฐบาล จะสามารถได้ผลกำไรหรือมีประสิทธิภาพมากที่สุด ถ้าตั้งอยู่ใกล้ศูนย์กลางที่มีประชากรอยู่อย่างหนาแน่น การตั้งที่ทำการห่างไกลออกไปจากตลาด จะทำให้ปริมาณการขายหรือการติดต่อลดน้อยลงไปโดยปริยาย เหตุผลง่ายๆ ก็คือ การตั้งที่ทำการในใจกลางเมืองนั้นมีประชาชนเดินทางสัญจรผ่านไปมา และในเรื่องแบบแผนที่ตั้งของธุรกิจการค้า หรืออุตสาหกรรมนั้น เพื่อสะดวกในการทำความเข้าใจ สามารถจัดกลุ่มแบบแผนเหล่านี้ได้ ดังนี้

2.2.4 แบบแผนที่ตั้งของธุรกิจการค้า

2.2.4.1 แบบแผนแบบกระจายตัว (Dispersed Pattern) แบบแผนที่ตั้งในแบบนี้ เกิดขึ้นเพราะความจำเป็นที่จะต้องอยู่ห่างกันด้วยเหตุผลว่า

ก. กิจกรรมทางการค้าหรืออุตสาหกรรมที่ต้องใช้ทรัพยากรที่หาขาดแคลน เป็นทรัพยากรประเภทที่ดินท้องที่ใดท้องที่หนึ่ง จึงต้องกระจายตัวอยู่ในที่มีทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่ต้องใช้ เช่น ที่ดิน ความสงบเงียบ อากาศบริสุทธิ์ หรือน้ำบริสุทธิ์ เป็นต้น

ข. เป็นกิจกรรมการค้าหรืออุตสาหกรรมที่ต้องอยู่ใกล้ตลาด และตลาดผู้บริโภคอยู่กระจัดกระจายกันออกไป การขายสินค้าในกรณีที่จะเป็นไปได้โดยที่เป็นตลาดที่ประชาชนมีรายได้ดี เพราะฉะนั้นกิจกรรมทางการค้าประเภทที่จะต้องกระจัดกระจายกันตามที่ตั้งต่างๆ ซึ่งมีประชาชนอยู่มาก ๆ

2.2.4.2 แบบแผนแบบกระจุกตัว (Clustered Pattern) และแบบลักษณะนี้แตกต่างจากแบบแผนแรกโดยสิ้นเชิง กิจกรรมประเภทนี้จะตั้งอยู่ใกล้ตลาดและปรากฏว่าตลาดผู้บริโภคมารวมกันอยู่ไม่กี่แห่ง เช่น กิจกรรมบางอย่างน่าจะต้องการแข่งขันมาก แต่กลับต้องอยู่ใกล้กัน เช่น บริษัทซึ่งมีสาขาหลายแห่งเป็นร้านขายปลีกจะพยายามตั้งสาขาลูก 1 แห่ง ให้ใกล้กับบริษัทคู่แข่งให้มากที่สุด หรือการตั้งห้องแสดงสินค้าประเภทเดียวกันในถนนสายเดียวกัน ในบางครั้งก็เกิดความไปถึงศูนย์กลางด้านการเงินแหล่งเที่ยวเตร่ในเวลากลางคืน สถานที่ราชการ แหล่งซื้อของของคนชั้นสูง เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้มักจะตั้งในเขตเดียวกันหรือใกล้ๆ กัน เช่น การค้ารถยนต์เก่าจะพากันตั้งในบริเวณไม่กี่แห่ง การค้าเครื่องอะไหล่รถยนต์จะตั้งอยู่แถวถนนวรจักร ร้านตัดเสื้อผ้าตั้งอยู่แถวเจริญผล เป็นต้น ลักษณะการรวมตัวกันของกิจกรรมดังกล่าวเป็นเพราะว่า แต่ละบริษัทห้างร้านเห็นว่าที่ตั้งนั้นให้ประโยชน์กับตน เพราะมีบริษัทห้างร้านอื่นๆ มารวมกันอยู่มากแล้ว ซึ่งแบบแผนกระจุกตัว สามารถให้คำอธิบายในเชิงการประหยัดจากการรวมกัน (Agglomeration Economics) ดังนี้

ก. การประหยัดจากการมารวมกันเป็นกระจุก

หมายถึง "การที่อุตสาหกรรมหรือกิจกรรมการค้าประเภทต่างๆ ได้รับประโยชน์จากการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม" เช่น ผู้ผลิตได้รับประโยชน์จากการตั้งโรงงาน หรือหน่วยธุรกิจของตนใกล้กับโรงงานอุตสาหกรรมหรือหน่วยธุรกิจของคนอื่น เป็นต้น โดยแบ่งการประหยัดจากการมารวมกันออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- การประหยัดค่าขนส่ง
- การประหยัดภายในอันเป็นผลจากการเพิ่มปริมาณการผลิต
- การประหยัดภายนอกในอุตสาหกรรมเดียวกัน
- การประหยัดภายนอกในตัวเมือง
- การประหยัดค่าขนส่ง (Transfer Economics) คือ

การประหยัดค่าขนส่ง โดยทางธุรกิจหรืออุตสาหกรรมหลายประเภทที่ต้องพึ่งพากัน จะอยู่เกาะกลุ่มกันอยู่ใกล้ๆ ทางขนส่ง เพื่อลดค่าขนส่งให้ต่ำที่สุด หรือธุรกิจที่ขายสินค้าและบริการประเภทที่ผู้บริโภคมักจะซื้อในคราวเดียวกันนั้น มักจะต้องอยู่ใกล้กัน เช่น ร้านขายยา ร้านอาหาร ร้านขายของใช้ประจำบ้าน บริการซักแห้ง บริการตัดผม เป็นต้น ปริมาณการขายของแต่ละร้านจะสูงขึ้น เพราะว่าคุณบริโภคสามารถประหยัดเวลาเดินทางและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

- การประหยัดภายในอันเป็นผลจากการเพิ่มปริมาณการผลิต (Internal Economics of Scale To The Firm) หมายถึง การที่ต้นทุนการผลิตโดยเฉลี่ยลดต่ำลงอันเป็นผลจากอัตราการผลิตเพิ่มปริมาณสูงขึ้น เช่น ค่าขนส่งสินค้าสำเร็จรูปของสินค้าต่อหน่วยอาจต่ำลงเมื่อรวมสินค้าไปทีละมากๆ เป็นต้น

- การประหยัดภายนอกในอุตสาหกรรมเดียวกัน (External Economics of Scale To The Firm That Are Internal To The Industry) การประหยัดในกรณีนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อโรงงานผลิตในอุตสาหกรรมเดียวกันรวมตัวตั้งในที่เดียวกัน เช่น เมื่ออุตสาหกรรมขยายตัวปริมาณคนงานที่มีความชำนาญมากขึ้นในอาณานิคม ทำให้หน่วยผลิตหนึ่งค่าใช้จ่ายในการรวมคนงาน หรือการผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือมีการพัฒนาแหล่งวัตถุดิบ โดยเมื่ออุตสาหกรรมขยายตัวในที่ใดที่หนึ่งนั้น แต่ละหน่วยผลิต อาจมีการแบ่งหน้าที่ในการผลิตแต่ละส่วนได้เช่น การผลิตเครื่องจักรกล งานส่วนใดส่วนหนึ่งให้เป็นหน้าที่ของหน่วยผลิตใดหน่วยผลิตหนึ่ง โดยเฉพาะทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economics of Scale) ขึ้นในแต่ละหน่วยผลิตแต่ในทางตรงข้ามเป็นไปได้เหมือนกันว่าการผลิตที่ขยายตัวมากขึ้นนั้น อาจทำให้เกิดการไม่ประหยัดต่อขนาดจากภายนอก (External Diseconomies of Scale) เช่น การผลิตปริมาณมากขึ้นทำให้หาวัตถุดิบได้ยากขึ้น

อาจต้องตั้งซื้อวัตถุดิบจากที่ไกลๆ ทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้นหรือราคาที่ดินสูงขึ้น เพราะการผลิตขยายตัว
อยู่ในที่เดียวกัน เป็นต้น

- การประหยัดภายนอกในตัวเมือง(External Economics of Scale To An Industry) หมายถึง การที่อุตสาหกรรมหลายๆ ประเภทขยายตัวในที่ใดที่หนึ่ง
และมีส่วนทำให้เกิดต้นทุนโดยเฉลี่ยของแต่ละหน่วยการผลิตต่ำลง เช่น บริการต่างๆ ต้องการขนส่งคิขึ้น
กว่าเดิม ตลาดแรงงานมีขนาดใหญ่และคนงานมีความเชี่ยวชาญในงานหลายๆ ด้าน บริการด้านการ
เงินและการค้า เช่น ธนาคารพาณิชย์มีหลายแห่งสินค้าหลายอย่างมีอย่างสมบูรณ์ การบริการเพื่อ
สาธารณะประโยชน์ เช่น การป้องกันอัคคีภัย กำลั้งคุ้มกันของตำรวจ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นเหตุให้
ต้นทุนโดยเฉลี่ยของหน่วยผลิตต่ำลงได้

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่า การเลือกที่ตั้งการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทนี้ จะมีหลักเกณฑ์
โดยทั่วไป ดังนี้

1. ความสะดวกสบาย
2. ติดต่อกับบริเวณอื่นๆ ได้ง่าย
3. มีพื้นที่เพียงพอ
4. ติดต่อกับการคมนาคมสะดวกมีการเข้าถึงได้ง่ายและปลอดภัย
5. ประหยัดการลงทุนพัฒนา
6. อยู่ใกล้ตลาดหรือที่ซึ่งประชาชนเดินทางสัญจรไปมามาก
7. อยู่ใกล้ศูนย์กลางที่มีประชาชนอยู่อย่างหนาแน่น

2.3 แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนด้านธุรกิจโรงแรม

2.3.1 ลักษณะและประเภทของโรงแรม

ในปัจจุบันธุรกิจโรงแรมมีการดำเนินงาน การบริการต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไป
หลายรูปแบบการบริการจึงขึ้นอยู่กับชนิดของโรงแรมนั้นๆ ซึ่งอาจจำแนกได้ตามลักษณะต่างๆ ดังนี้

- 2.3.1.1 จำแนกตามอัตราค่าที่พักและปริมาณสิ่งอำนวยความสะดวก
- 2.3.1.2 จำแนกตามลักษณะที่จะได้รับการส่งเสริมการลงทุน
- 2.3.1.3 จำแนกตามทำเลที่ตั้ง

2.3.1.1 การจำแนกตามอัตราค่าที่พักและปริมาณสิ่งอำนวยความสะดวกโดยจะมีเงื่อนไขและเกณฑ์ในการแบ่งแตกต่างกันไป ซึ่งแต่ละภูมิภาคมักมีการแบ่งที่ไม่เหมือนกัน แต่โดยทั่วไปจะใช้เกณฑ์หรือมาตรฐานในการจัดระดับจากสิ่งต่างๆ ดังนี้ คือ

- ก. จำนวนห้องพัก
- ข. อัตราค่าห้องพัก
- ค. การตกแต่งและวัสดุที่ใช้
- ง. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ในห้องพัก
- จ. ชนิดของห้องพัก
- ฉ. ท่าเลที่ตั้งของโรงแรม รวมถึงความสะดวกในการคมนาคม
- ช. ชื่อเสียงของโรงแรม
- ซ. การอำนวยความสะดวกในการจัดเลี้ยง การสัมมนา
- ฅ. เงินทุนที่ใช้ในการก่อสร้างโรงแรม
- ฎ. ลักษณะของการดำเนินงานและการบริหาร

สำหรับโรงแรมในประเทศไทย (ปรีชา แดงโรจน์, 2527) อาจได้ดังนี้

ก. โรงแรมชั้นพิเศษ (Deluxe Hotel) เท่ากับระดับ 5 ดาว เป็นโรงแรมหรูหราราคาแพง ให้บริการชั้นเยี่ยม ห้องพักรับบริการ อุปกรณ์ ตลอดจนสถานที่ค้าขายความสะดวกต่างๆ สวยงาม ได้มาตรฐานสูงสุด ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมกว่าโรงแรมอื่น มีการลงทุนการก่อสร้างสูงมาก การตกแต่งห้องจะหรูหรา มีการให้บริการและการให้ความสะดวกแก่ผู้มาพักเป็นพิเศษในทุกๆ ด้าน ซึ่งรวมทั้งมีอัตราค่าห้องพักที่สูงกว่าโรงแรมอื่นๆ โดยทั่วไปเป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป (Well Known)

ข. โรงแรมชั้นหนึ่ง (First-Class Hotel) เท่ากับระดับ 4 ดาว คือ โรงแรมที่มีความหรูหราน้อยกว่าโรงแรมชั้นพิเศษ แต่ก็ยังเป็นโรงแรมที่มีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาพักครบทุกด้าน มีห้องพักจำนวนมาก มีการจัดบริเวณรอบๆ โรงแรมมีเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบถ้วน มีการจัดบริการที่ดี โรงแรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะถูกจัดอยู่ในระดับนี้

ค. โรงแรมชั้นสอง (Second-Class Hotel) หรือ Standard Class Hotel เท่ากับ 3 ดาว คือ โรงแรมที่มีลักษณะบริการและส่วนประกอบต่างๆ ค่อนข้างต่ำกว่าโรงแรมชั้นหนึ่งอยู่ในทำเลที่ไม่ค่อยสะดวกแก่การคมนาคม อุปกรณ์การตกแต่งภายในโรงแรมและใน

ห้องธรรมดา อัตราค่าเช่าห้องพักไม่แพงนัก เป็นโรงแรมที่มองโดยรวมแล้วจัดอยู่ในชั้นใช้ได้

ง. โรงแรมชั้นสาม (Third-Class Hotel) เท่ากับ 2 ดาว คือ โรงแรมที่มีบริการดีน้อยกว่าโรงแรมชั้นสอง อัตราค่าเช่าห้องพักถูก

จ. โรงแรมชั้นประหยัด (Economic-Class Hotel) เท่ากับ 1 ดาว เป็นโรงแรมราคาถูก ราคาเช่าห้องพักถูกมาก จึงเน้นในด้านความประหยัดมากกว่าบริการ ดังนั้น การบริการและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสบายมีน้อยมาก เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความประหยัดในด้านที่พัก ไม่ค่อยคำนึงถึงความสะดวกสบายและบริการที่ดีมากนัก โรงแรมระดับนี้ห้องพักน้อย มีเจ้าของคนเดียว

นอกจากนี้ยังมี การจำแนกอัตราค่าที่พัก โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

- โรงแรมในกลุ่มที่ 1 ราคาห้องละ 2,500 บาทขึ้นไป/คืน
- โรงแรมในกลุ่มที่ 2 ราคาห้องละ 1,500-2,499 บาท/คืน
- โรงแรมในกลุ่มที่ 3 ราคาห้องละ 1,000-1,499 บาท/คืน
- โรงแรมในกลุ่มที่ 4 ราคาห้องละ 500-999 บาท/คืน
- โรงแรมในกลุ่มที่ 5 ราคาห้องละต่ำกว่า 500 บาท/คืน

2.3.1.2 การจำแนกตามลักษณะที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

โรงแรมที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรมจะต้องประกอบด้วย ลักษณะต่างๆ ตามกฎข้อบังคับของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เช่น ข้อบังคับจำนวนห้อง ลักษณะอาคาร ส่วนประกอบภายในโรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น

2.3.1.3 การจำแนกตามลักษณะทำเลที่ตั้ง (ปรีชา แดงโรจน์, 2527 : 34-36) แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

- ก. โรงแรมในเมืองเล็ก (Small Cities)
- ข. โรงแรมในเมืองใหญ่ (Large Cities)
- ค. โรงแรมในสถานตากอากาศ (Resorts)
- ง. โรงแรมท่าอากาศยาน (Airports)

ก. โรงแรมในเมืองเล็ก (Small Cities)

เมื่อต้นศตวรรษที่ 20 เมืองต่างๆ มักจะมีโรงแรมเล็ก ๆ มากกว่า 1 แห่ง โรงแรมเหล่านี้รับใช้ชุมชนใน 2 ด้าน คือ

- ประเภทแรก เป็นที่พักของนักธุรกิจที่เดินทาง นักท่องเที่ยว และคนเดินทางผ่านเมือง
- ประเภทที่สอง เป็นศูนย์กลางการสมาคมของชุมชนนั้น และบริเวณใกล้เคียง

เมื่อการเดินทางติดต่อสะดวกขึ้น เพราะมีรถยนต์และเครื่องบิน ความจำเป็นในการพักค้างคืนก็ยิ่งน้อยลง ดังนั้นโรงแรมหลายแห่งในตัวเมืองขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยเฉพาะเมืองที่ตั้งอยู่ใกล้เมืองก็เริ่มจะทรุดโทรมลง เนื่องจากธุรกิจเริ่มซบเซา

ข. โรงแรมในเมืองใหญ่ (Large Cities)

เมื่อเกิดเมืองใหญ่ ซึ่งมีประชาชนหนาแน่นมากขึ้นในตอนปลายทศวรรษ 1960 และต้นทศวรรษที่ 1970 เมืองใหญ่เป็นศูนย์กลางการค้าพาณิชย์ การเงิน และวัฒนธรรมของประเทศ จึงเป็นแหล่งดึงดูดผู้คนให้เดินทางมาท่องเที่ยวและติดต่อธุรกิจการค้า ผลที่ตามมาก็คือ ได้เกิดโรงแรมขึ้นมากมายในเมืองใหญ่เหล่านี้ มีหลายแบบหลายขนาดและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกแตกต่างกันไป

ค. โรงแรมในสถานตากอากาศ (Resorts)

โรงแรมในสถานตากอากาศ สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองผู้ที่มาท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งโรงแรมลักษณะนี้ มักตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่พักผ่อนหย่อนใจตามธรรมชาติ เช่น ชายหาด ภูเขา ป่า ทะเลสาบ เป็นต้น ซึ่งโรงแรมในสถานตากอากาศมีการบริการต่างๆ การอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างไปจากโรงแรมใหญ่ๆ ในตัวเมือง

พร้อมๆ กับที่อุตสาหกรรมการบินได้เจริญเติบโตและได้รับความนิยมมากขึ้น ความต้องการโรงแรมประเภทนี้ก็เกิดขึ้น ส่วนมากท่าอากาศยานมักจะอยู่ห่างจากตัวเมือง และเมื่อเกิดการเลื่อน หรือการยกเลิกเที่ยวบินกำหนดการบินเป็นวันรุ่งขึ้นก็ต้องค้างแรม และเกิดความต้องการห้องพัก สมัยก่อนผู้โดยสารต้องเดินทางไปๆ มาๆ ระหว่างสนามบินกับตัวเมืองเพื่อหาโรงแรมพัก ซึ่งเป็นการสิ้นเปลืองเวลาและค่าพาหนะไม่น้อย จึงเป็นโอกาสที่เจ้าของโรงแรมจะสร้างโรงแรมท่าอากาศยานขึ้น เพื่อสนองตอบความต้องการแบบใหม่นี้

ในการลงทุนก่อสร้างโรงแรมนั้น ไม่ว่าโรงแรมนั้นจะเป็นประเภท หรือลักษณะใดก็ตาม สถานที่ตั้งของโรงแรมมีความสำคัญมาก กล่าวคือ สถานที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเพราะสถานที่ตั้งจะมีผลต่ออัตราการเข้าพักและผลกำไรในที่สุด

2.3.2 หลักในการเลือกสถานที่ตั้งของโรงแรม (The H & MH News, 1969)

- 2.3.2.1 ควรอยู่ในที่ที่เห็นได้ชัดแต่ไกล เป็นจุดเด่นมองเห็นได้จากทุกทิศทาง
- 2.3.2.2 ควรอยู่ในที่ที่มีผู้สัญจรผ่านไปมาเสมอ ในที่นั้นได้หมายถึง ผู้ที่ผ่านไปมาเป็นประจำ แต่หมายถึง ผู้ที่เดินทางผ่านไปมาหรือผู้ที่ตั้งใจแวะแต่ไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในชุมชนนั่นเอง
- 2.3.2.3 การเดินทางไปยังสถานที่ตั้งของโรงแรม ควรสะดวกไม่มีปัญหาเรื่องถนนหนทางหรือการจัดการจราจร
- 2.3.2.4 สถานที่ตั้งควรอยู่ในที่ที่ดึงดูดความสนใจ เช่น อยู่ในบริเวณใกล้ทางแยกสำคัญๆ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวอยากชะลอรถหรือแวะ หรือเป็นสถานที่ที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว
- 2.3.2.5 บริเวณใกล้เคียงของสถานที่ตั้งโรงแรม ควรเป็นสถานที่สำคัญและมีประโยชน์ต่อโรงแรม เช่น สถานที่ประชุมขนาดใหญ่ ในกรณีที่โรงแรมไม่สามารถอำนวยความสะดวกในเรื่องนี้ได้
- 2.3.2.6 สถานที่ตั้งของโรงแรมควรอยู่ใกล้เคียงคู่แข่งชั้น เพื่อประโยชน์ในการที่ผู้เข้าพักจะมีโอกาสซื้อของในร้านค้าของโรงแรม หรือมาใช้บริการด้านอาหารเครื่องดื่มของโรงแรมและในกรณีที่โรงแรมอื่นที่อยู่ใกล้เคียงเต็ม โรงแรมก็จะได้ผู้เข้าพักเพิ่ม
- 2.3.2.7 โรงแรมควรตั้งอยู่ในที่ที่ปราศจากสิ่งรบกวน ผู้เข้าพักในโรงแรมย่อมปรารถนาที่จะได้นอนหลับพักผ่อนอย่างสบาย ดังนั้น สถานที่ตั้งของโรงแรมไม่ควรจะอยู่ใกล้ในบริเวณที่มีโรงงานผลิตเคมีภัณฑ์ โรงงานฆ่าสัตว์ และจะต้องปราศจากเสียงรบกวน เช่น อยู่ห่างจากทางรถไฟ เป็นต้น
- 2.3.2.8 บริเวณสถานที่ตั้งของโรงแรม ควรกว้างพอสำหรับการจอดรถ และเพื่อการขยายโรงแรมต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ควรพิจารณาถึง ความสอดคล้องกับการวางผังเมืองและโรงแรมจะต้องตั้งอยู่ในที่ซึ่งสามารถหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับหน้าที่งานในโรงแรมได้

หลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ตั้งของโรงแรมดังกล่าวข้างต้น เป็นหลักเกณฑ์ทั่วไปที่สามารถช่วยในการกำหนดว่าควรจะเลือกที่ใดเป็นที่ก่อสร้างโรงแรมส่วนหนึ่ง

นอกจากนี้ การตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุนในอุตสาหกรรมโรงแรม¹ ต้องพิจารณาถึงข้อมูลต่อไปนี้

1. ข้อมูลทางการตลาด เกี่ยวกับ
 - 1.1 ก. ขนาดของเมืองที่จะสร้างโรงแรม
 - ข. สภาพอากาศ
 - ค. สภาพทางประวัติศาสตร์
 - ง. ลักษณะของชนบทธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรม
 - จ. สิ่งที่น่าสนใจ จูงใจให้มาเที่ยว
 - 1.2 ความสะดวกในการขนส่ง
 - 1.3 ภาวะของอุตสาหกรรมโรงแรมในปัจจุบัน
 - ก. จำนวนโรงแรมในปัจจุบัน ระยะเวลาที่ตั้งมา
 - ข. นโยบายเกี่ยวกับการขยายหรือปรับปรุงโรงแรม
 - ค. จำนวนโรงแรมพอเพียงหรือไม่
 - ง. อัตราค่าห้องพัก
 - 1.4 แนวโน้มของภาวะเศรษฐกิจที่จะมีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การให้การสนับสนุนของรัฐบาลต่ออุตสาหกรรมนี้
 - 1.5 สถานการณ์ทางการเมืองทั้งภายในและภายนอกประเทศ และการลงทุนจากต่างประเทศ
2. สถานที่ตั้งและแบบของโรงแรม อยู่ใกล้ใจกลางเมือง ศูนย์การค้า ศูนย์กลางการคมนาคมหรือไม่ สำนักผังเมืองและแรงงานจะมีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ตั้ง
3. ขนาดและมาตรฐานของโรงแรม ขึ้นอยู่กับว่าจะต้องการต้อนรับนักท่องเที่ยวระดับไหน
4. การออกแบบทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม อุปกรณ์อำนวยความสะดวก การตกแต่งภายใน
5. บุคคลากรที่ควรจะได้รับคัดเลือก ฝึกหัด อบรม และมีจำนวนเพียงพอ
6. ต้นทุนค่าก่อสร้างควรจะได้จากทางใด การกู้ยืมมาจะทำให้เสียค่าดอกเบี้ยมาก

7. ประมาณรายได้สำหรับโรงแรมที่จะสร้างขึ้นในปีต่อๆ ไป

8. ภาษีเงินได้ การยกเว้นหรือการได้รับการลดหย่อนภาษีจากรัฐบาล เช่น การได้รับการส่งเสริมการลงทุน



2.4 แนวความคิดด้านการท่องเที่ยว

2.4.1 นิยามที่สำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

"เวลาว่าง" (Leisure) หมายถึง ช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งบุคคลสามารถจะหาได้นอกเหนือจากเวลาในการทำงาน การนอน ตลอดจนเวลาที่จะต้องกระทำธุระเพื่อตอบสนองต่อความต้องการขั้นพื้นฐานอื่นๆ "การพักผ่อนหย่อนใจ" (Recreation) หมายถึง การกระทำซึ่งเกิดขึ้นในเวลาว่าง การพักผ่อนหย่อนใจมีหลายประเภท เพื่อผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจการงานต่างๆ "การท่องเที่ยว" (Tourism) เป็นรูปแบบของการพักผ่อนหย่อนใจประเภทหนึ่ง ซึ่งเป็นวิถีการใช้เวลาว่างที่มีอยู่ ประกอบกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้กิจกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้น มักจะมีการเดินทาง (Travel) รวมอยู่ด้วยเสมอ (Fred Lawson and Manuel Baud-Bovy, 1977)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ได้ให้นิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2525)

"ผู้มาเยือน" (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งมีที่พักอาศัยโดยปกติของบุคคลนั้น ด้วยเหตุผลต่างๆ ตามแต่กรณี แต่ทั้งนี้ต้องมีค่าใช้จ่ายไปประกอบอาชีพหารายได้ ผู้มาเยือนแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว

"นักท่องเที่ยว" (Tourist) ได้แก่ ผู้มาเยือนชั่วคราว โดยพำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือนเป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และการเดินทางนั้นมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อการใช้เวลาว่างไปในเรื่องต่างๆ เช่น การหยุดพักผ่อน การหาความบันเทิง การบำรุงรักษาสุขภาพ การศึกษา การศาสนา และการกีฬา
2. เพื่อกิจกรรมทางธุรกิจ การสัมมนา การปฏิบัติภารกิจต่างๆ และการประชุมสัมมนา

"นักทัศนจาร" (Excursionist) ได้แก่ ผู้มาเยือนเป็นการชั่วคราว โดยใช้เวลาก่อนอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง (รวมถึงผู้โดยสารที่มาถึงเรือทัศนจารด้วย)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนิยามของนักท่องเที่ยวและวิธีการจัดทำข้อมูลสถิติ เพื่อให้สอดคล้องกับองค์การการท่องเที่ยวโลก ดังนี้ (ททท., 2525)

"นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ" คือ ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศ

ไทย และพำนักอยู่ในประเทศไทย ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่เกิน 90 วัน และชาวต่างประเศเหล่านี้ จะต้องเดินทางเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์อะไรก็ได้ที่ไม่ใช่มาหางานทำ หรือหารายได้ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวเหล่านี้มีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใด ดังนี้ คือ

1. เดินทางเข้ามาเพื่อท่องเที่ยว เยี่ยมญาติ/เพื่อน พักผ่อน การศาสนา การกีฬาการประชุม สัมมนา การทูต
2. เดินทางเข้ามาเพื่อประสงค์ติดต่อทางธุรกิจหรือทำการค้าขาย
3. เดินทางเข้ามาและออกไปกับเรือเดินสมุทรลำเดียวกันที่แวะจอด ณ ท่าเรือ และขึ้นมาค้างคืนบนบก

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกไปจากประเทศไทยแล้วและเดินทางกลับเข้ามาใหม่ ในการกลับมาครั้งที่สอง หรือครั้งต่อไป หากแต่ละครั้งพำนักอยู่ในประเทศไทยเกินกว่า 24 ชั่วโมง ก็จะถูกนับรวมเข้าเป็นนักท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง ตามหลักเกณฑ์ที่ทุกประเทศปฏิบัติกัน

ส่วนผู้โดยสารที่เดินทางผ่านหรือแวะต่อเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ จะไม่นับรวมเข้าเป็นนักท่องเที่ยว และผู้คนที่อาศัยอยู่ติดเขตชายแดนไทยเดินทางข้ามแดนเข้ามาในประเทศไทย เข้ามาเยือนกลับ ก็จะไม่นับรวมเข้าเป็นนักท่องเที่ยวเช่นกัน

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยนั้น ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทางสำคัญ 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทาง (Passport) คือ นักท่องเที่ยวทั่วไป
2. นักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือทางผ่านแดน (Border Pass) คือ นักท่องเที่ยวที่อยู่ติดเขตแดนประเทศไทย ซึ่งเข้ามาเยือนประเทศไทย และมีสิทธิ์พำนักอยู่ในประเทศไทยได้นาน 15 วัน

"นักท่องเที่ยวภายในประเทศ" คือ บุคคลที่เดินทางออกจากถิ่นที่ตนพำนักอยู่จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แต่มิใช่ไปหางานทำหรือหารายได้ ทั้งนี้ ได้จำแนกนักท่องเที่ยวไว้ 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวประเภทค้างแรม
2. นักท่องเที่ยวประเภทเข้าไป-เยือนกลับ

นักท่องเที่ยวกึ่ง 2 ประเภทนี้ ประกอบด้วย

- คนไทย (Thai National)
- คนต่างด้าว ที่อยู่ภายในประเทศไทย (Thailand Residence)

- นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาเยือนประเทศไทย แล้วเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในประเทศไทย

"นักท่องเที่ยวคนไทย" คือ คนไทยที่เดินทางออกนอกประเทศ และพำนักอยู่ในต่างประเทศครั้งหนึ่งๆ ไม่เกิน 90 วัน และคนไทยเหล่านี้ จะต้องเดินทางออกไปด้วยวัตถุประสงค์อะไรก็ได้ที่มีชื่อออกไปเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

2.4.2 แนวความคิดในด้านตัวกระตุ้นการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งของการสันตนาการ หรือการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเดินทางจากสถานที่หนึ่ง ซึ่งส่วนมากจะเป็นบ้านของตนเองไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมักจะมีตัวกระตุ้น (Motivator) อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่ง (R.W. Mc Intosh, 1972) ได้แบ่งตัวกระตุ้นดังกล่าวนี้เป็น 4 ประเภท คือ

1. Physical Motivators เป็นตัวกระตุ้นเพื่อต้องการความผ่อนคลายด้านสภาพกายภาพเป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง เช่น กิจกรรมทางกีฬา การบำบัดทางการแพทย์ด้วยวิธีพิเศษ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของแต่ละบุคคล ในกรณีนี้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อการรักษาสุขภาพการพักผ่อน รวมไปถึงการเข้าร่วมในกิจกรรมทางด้านกีฬา เช่น การเล่นสกี ตกปลา ล่าสัตว์ เป็นต้น
2. Cultural Motivators เป็นตัวกระตุ้น ซึ่งก่อให้เกิดความปรารถนาในการเดินทางเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศอื่นๆ และชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศนี้ ตลอดจนมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งแสดงออกในรูปของศิลปะ ดนตรี วรรณกรรม และนิทานพื้นบ้าน เป็นต้น จึงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งสำคัญของประเทศอื่นๆ เช่น โบราณสถาน วัฒนธรรม ประเพณี และการละเล่นต่างๆ เป็นต้น
3. Interpersonal Motivators เป็นตัวกระตุ้นในลักษณะของความต้องการที่จะไปเยี่ยมญาติเพื่อนฝูงหรือพบปะผู้คนที่มีความคิดใหม่ๆ หรือต้องการหลบออกจากงานที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ เป็นต้น
4. Status and Prestige Motivators เป็นตัวกระตุ้นในลักษณะของสถานภาพและเกียรติยศของบุคคล ซึ่งอยู่ในลักษณะของการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจในด้านหน้าที่การงานของตน หรือเพื่อการศึกษาดูงาน ตลอดจนเพื่อความสำเร็จขั้นสูงในอาชีพของคนที่อีกด้วย

จากตัวกระตุ้นในการเดินทางทั้ง 4 ประเภทนี้ H. Robinson (1976) ได้นำมาเป็น

พื้นฐาน ในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของบุคคลทั่วไป โดยแบ่งออกเป็น 8 ประการ ดังนี้ คือ

1. เพื่อการพักผ่อนให้เกิดความสดชื่นทั้งร่างกายและจิตใจ
2. เพื่อการรักษาสุขภาพ
3. เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมทางกีฬา
4. เพื่อความพอใจและความสนุกสนานตื่นเต้นส่วนตัวเป็นครั้งคราว ในลักษณะที่เป็น Holiday-making เป็นต้น
5. เพื่อความสนใจในสิ่งสำคัญของประเทศอื่น
6. เพื่อเหตุผลระหว่างตัวบุคคล
7. เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ
8. เพื่อเหตุผลทางธุรกิจและอาชีพ

2.4.3 องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวมีอยู่ 3 ประการ(ดำเนินนอก (นามแฝง), 2533) คือ

2.4.3.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว(Attraction)หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดโน้มน้าวให้เราเกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Attraction) หมายถึง พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือน พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ดังนั้น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จึงเป็นจุดจุดหนึ่งที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจุดหนึ่ง หรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจในทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวนั้น จะมีนักท่องเที่ยวสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

ก. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่สวยงาม สภาพป่าและชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น

ข. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ อะไรก็ตามที่คนเราสร้างขึ้นแล้ว สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณที่สุโขทัยและอยุธยา เป็นต้น วิถีชีวิตจากการกระทำของคน เช่น ตลาดน้ำ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมา ประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ เช่น ลอยกระทง พิธีบวงสรวง เทพยดา เป็นต้น กิจกรรมต่างๆ ที่คนเราสร้างขึ้น มา เช่น การแข่งกีฬา การแสดง มหรสพดนตรี การจัดงานเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

2.4.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวก(Facility) หมายถึง สรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งถือว่าสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องที่พัก ไม่ว่าจะเป็นที่พักในรูปแบบใด เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ ฯลฯ เนื่องจากการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่ตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ซึ่งปกติจะกำหนดว่าไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง)ไปโดยไม่มีใครบังคับและเมื่อไปถึงที่นั้นแล้วไม่ไปประกอบกิจกรรมหารายได้ ดังนั้น ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงต้องการที่พักค้างคืน ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยว เรื่องต่อมา คือ เรื่องอาหารการกิน จึงต้องมีร้านอาหารบริการด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว เรื่องของข่าวสารข้อมูล เพื่อการเดินทางท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นได้อย่างสะดวก การให้บริการนำเที่ยวก็เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้อยากเดินทางท่องเที่ยว แต่ไม่ต้องการช่วยตัวเอง บริษัทนำเที่ยว ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ได้อย่างดี

2.4.3.3 การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นได้ นั่นคือจะต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นอย่างสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีด้วยกัน 3 ทาง คือ ทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ถ้าแหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ทั้งสามทาง แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถพัฒนาได้ดี เมื่อมีทางคมนาคมขนส่งก็จะต้องมีพาหนะขนส่ง รถ เรือ เครื่องบิน ที่จะขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องของการเข้าถึงได้

ในการท่องเที่ยวจะต้องมีทั้ง 3 สิ่งนี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นได้ ถ้าขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใด จะไม่สามารถเกิดการท่องเที่ยวได้ อาจกล่าวได้ว่าทั้งสามสิ่งนี้เป็น "หัวใจของการท่องเที่ยว"

2.4.4 แนวความคิดด้านอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยว

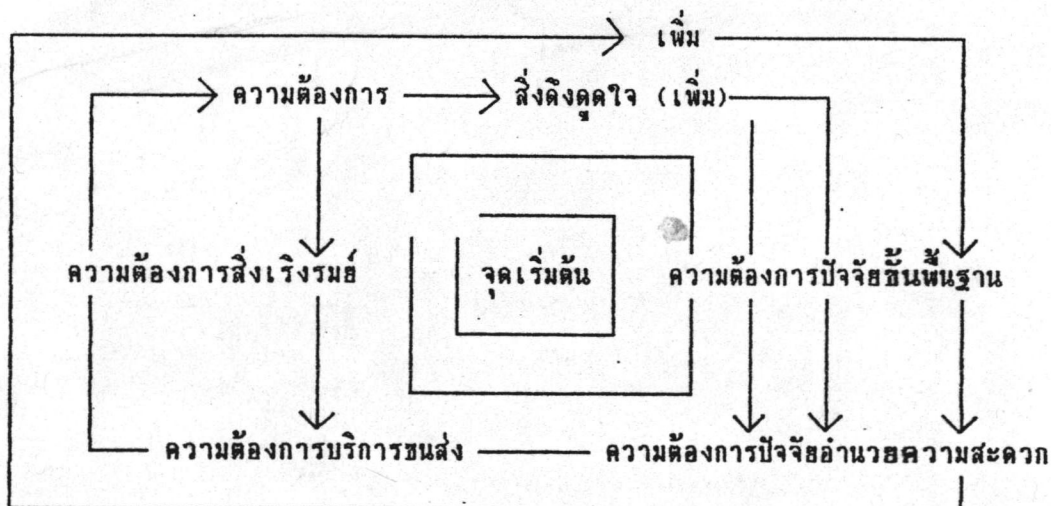
2.4.4.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand)

อุปสงค์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง "ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความต้องการมีความสามารถและมีความเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในเวลานั้นๆ ด้วย (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2531)

ความต้องการเดินทางอาจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้ง ในแง่เพิ่มหรือลด เมื่อมีปัจจัยบางประการ ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าและบริการเช่น สถานการณ์เศรษฐกิจผันผวน สถานการณ์ความไม่มั่นคงทางการเมืองและความปลอดภัย ความยากลำบากในการคมนาคม ฤดูกาลท่องเที่ยว และอื่นๆ เป็นต้น

อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นพลังผลักดันให้เกิดการอุปโภคและบริโภคสินค้าอื่นๆ เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างๆ ชนิด เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง นอกจากจะอุปโภค บริโภค บริการยานพาหนะแล้ว ก็ยังต้องการบริโภคอาหารเครื่องดื่ม และอุปโภคบริการจากปัจจัยพื้นฐานอื่นอีกด้วย ดังแผนผังที่ 2.1

แผนผังที่ 2.1 การขยายตัวของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว



หมายเหตุ : ขนาดของสี่เหลี่ยม หมายถึง อุปสงค์ที่จะเพิ่มขึ้นจากจุดเริ่มต้น
 ที่มา : ก.ท.ท. จุลสารการท่องเที่ยว 7 (กรกฎาคม 2531) = 25

ลักษณะที่การท่องเที่ยวมีพลังผลักดันอุปสงค์ เอื้อประโยชน์ต่อกันนี้ มีความสำคัญในแง่ของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาก เพราะหากเกิดวิกฤตการณ์ใดกับอุปสงค์ตัวใดตัวหนึ่ง เช่น อุปสงค์ต่อการอุปโภคบริโภค สิ่งดึงดูดใจลดลง ย่อมทำให้อุปสงค์ต่อสิ่งอื่นๆ ลดลงตามไปด้วย และจะมีลักษณะเช่นเดียวกันในทางตรงกันข้าม

2.4.1.2 องค์ประกอบของอุปสงค์ มีอยู่ 6 ส่วนด้วยกัน คือ

1. ฤดูกาลท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อมีปัจจัยสองประการเกิดขึ้นคือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว กับความพร้อมของนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในด้านสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ก็จำเป็นต้องผนวกกับความพร้อมของผู้เดินทาง คือ มีวันหยุดประจำปี ปิดภาคเรียน ฯลฯ
2. อัตราการขยายตัวของอุปสงค์ ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยผลักดันหรือดึงดูด ดังได้กล่าวมาแล้ว
3. ที่มาของนักท่องเที่ยว อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่มาแตกต่างกัน ย่อมจะมีความต้องการที่แตกต่างกันไป
4. ระยะเวลาการพัก ความต้องการที่จะพักเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของอุปสงค์ในการท่องเที่ยว และเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่จะมีบทบาทกระตุ้น ให้เกิดอุปสงค์อื่นๆ ตามมา เช่น การบริโภคอาหาร การใช้บริการต่างๆ
5. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว
6. รูปแบบของพาหนะเดินทาง ได้แก่ ชนิดและประเภทของยานพาหนะ ซึ่งจะนำนักท่องเที่ยวจากจุดกำเนิดมายังจุดหมายปลายทาง

2.4.5 อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply)

อุปทานการท่องเที่ยว หรือการเสนอขายสินค้าและบริการท่องเที่ยว (Supply) หมายถึง สินค้าและบริการทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว จะต้องจัดให้เป็นให้มี เพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นรูปธรรมหรือนามธรรม หรือสิ่งที่มีอยู่เป็นอยู่ตามธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์คิดค้นขึ้นมา อุปทานนี้เองจะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

สำหรับอุปทานการท่องเที่ยว เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยว เกิดจากการผสมผสานระหว่างสินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภทเข้าด้วยกัน จึงเป็นผลให้การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าและบริการทำได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในมาเป็นตัวแปรทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ปัจจัยบางอย่างก็เป็นเรื่องที่อยู่ประกอบการไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้า ควบคุมให้เกิดหรือไม่ให้เกิดได้ยาก หรือไม่ได้เลย เช่น ความแปรปรวนของสภาพดินฟ้าอากาศ สถานการณ์ความปั่นป่วนทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การจลาจล อุบัติภัย ฯลฯ ดังนั้น ทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว จึงมีโอกาสเสี่ยงกับผลอันไม่พึงปรารถนาที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดได้มาก

ความหลากหลายในตัวสินค้าและผู้ต้องการอุปโภคบริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้อุปทานที่จะจัดให้แก่นักท่องเที่ยวนั้นมีมากมายหลายประเภท ทั้งธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างเสริมเติมแต่งขึ้น ซึ่งบางครั้งก็เกิดความขัดแย้งในตัวเองเช่น นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับสภาพธรรมชาติที่ยังบริสุทธิ์ปราศจากการเสริมแต่ง อันได้แก่ ชายหาดสวยงาม ปราศจากสิ่งก่อสร้างหรือสิ่งแปลกปลอมอื่นใดที่จะลดความงามของธรรมชาติ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการที่พักและบริการที่มีมาตรฐานสากล ความสะดวกสบายจากถนนหนทางและอื่นๆ ในส่วนตัวของนักท่องเที่ยวก็มีความหลากหลายในความต้องการเช่นเดียวกัน

2.4.5.1 องค์ประกอบของอุปทาน (Tourism Supply Components)

อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น

1. องค์ประกอบที่เป็นธรรมชาติ ได้แก่ ลักษณะทางธรรมชาติในภูมิภาคหรือท้องถิ่นนั้นๆ ที่มีความสวยงามความร่มรื่นเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น ภูมิอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ เขตหินดินป่า พืชพันธุ์ไม้และสัตว์ท้องถิ่น เป็นต้น นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสัมผัสและชื่นชมกับธรรมชาติ

2. องค์ประกอบที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Made Supply) แบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทคือ

2.1 องค์ประกอบทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศาสนา (Historical Cultural And Religions) :

ก. อนุสาวรีย์แห่งประวัติศาสตร์และซากของอารยธรรมใน

ข. แหล่งทางวัฒนธรรม เช่น นิทรรศน์ หอศิลป์ อนุสาวรีย์ ห้างสรรพสินค้า การละเล่นพื้นเมือง ฯลฯ

ค. เทศกาลงานประเพณีการแสดงนิทรรศการ งานรื่นเริงการเฉลิมฉลองตรุษสารท นิทรรศการทางศาสนา ฯลฯ

2.2 กิจกรรมสาธารณูปโภค (Infrastructures) :

ก. สาธารณูปโภคเบื้องต้น เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน ระบบกำจัดน้ำเสีย ระบบสื่อสารคมนาคมต่างๆ ฯลฯ

ข. กิจกรรมอำนวยความสะดวกเบื้องต้น ที่จำเป็นสำหรับชุมชนเจริญ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร ศูนย์การค้า ร้านตัดผมแต่งผม ร้านเสริมสวย ร้านอาหาร สถานีตำรวจ ศาล เทศบาล ร้านขายบุหรี่ ร้านขายยา ร้านทำแว่นตา ร้านขายหนังสือ โรงรถและอู่ ปิมน้ำมัน ฯลฯ

ค. กิจกรรมสาธารณูปโภคสำหรับนักท่องเที่ยว

- ที่พักประเภทต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม

โรงแรม โมเต็ล หอพัก แฟลต ห้องแบ่งให้เช่า บ้านรับรอง ศูนย์พัก หมู่บ้านชายทะเล ที่ตั้งแคมป์ หอพักเยาวชน รวมทั้งการให้บริการอื่นๆ เช่น ร้านค้าและภัตตาคาร

- บริการการท่องเที่ยว เช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเดินทาง

บริการเช่ารถ บริการจัดนำเที่ยว ศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวในเมืองและตามแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองคณะกรรมการ จัดเทศกาลหรือนิทรรศการงานเฉลิมฉลองต่างๆ ฯลฯ

- บริการสถานที่พักผ่อนและการกีฬา ได้แก่ การจัดหา

อุปกรณ์กีฬาฤดูหนาว กีฬาทางบก ทางน้ำ และอุปกรณ์อื่นๆ ที่จำเป็น

2.3 อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านคมนาคมเพื่อการเข้าถึงยังแหล่ง

ท่องเที่ยว

หมายถึง สนามบิน ท่าเรือระหว่างประเทศ รถไฟ ถนน

หนทางและอุปกรณ์ การคมนาคมทางบก ระบบการขนส่งทางอากาศ ระบบขนส่งขึ้นเขา เป็นอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จัดสร้างเพื่อให้นักท่องเที่ยวโดยตรง ฯลฯ

2.4 สาธารณูปโภคอำนวยความสะดวกสบายและรื่นรมย์ แก่

นักท่องเที่ยว เป็นสาธารณูปโภคเพื่อการพักผ่อนสันทนาการ บันเทิงรื่นรมย์ต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว

เช่น โรงภาพยนตร์ โรงละคร ไนท์คลับ อาบอบนวด สถานออกกำลังกาย สโมสรกีฬา ฯลฯ

2.5 วิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น จัดเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุด ประการหนึ่งของการท่องเที่ยว ปกติแล้วเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังต่างถิ่นต่างแดน ย่อมจะสนใจความเป็นอยู่ของผู้คน ณ ถิ่นนั้นๆ ว่ากินอยู่อย่างไร ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ฯลฯ ล้วนเป็นสิ่งน่าสนใจที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนาซึ่งมักจะยังมีขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมหลงเหลืออยู่ และยิ่งหมายถึงทัศนคติของเจ้าของประเทศต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลต่อการให้การต้อนรับความเป็นมิตรและความช่วยเหลือเอื้ออารีต่อนักท่องเที่ยว

2.4.6 ความสำคัญของอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยว

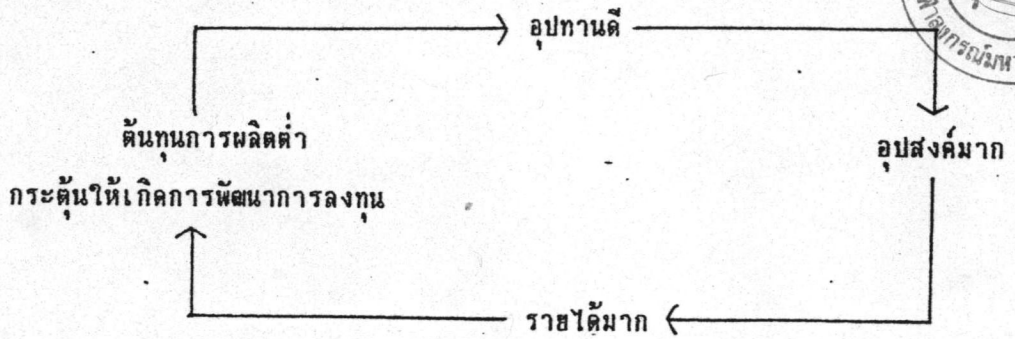
การพัฒนาพื้นที่หนึ่งที่มีความเหมาะสม มีศักยภาพให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ก็หมายถึงความถึง การเพิ่มอุปสงค์และอุปทานด้านการท่องเที่ยวให้แก่พื้นที่นั้นนั่นเอง

การเพิ่มอุปสงค์ คือ การชักจูง ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นเพิ่มจำนวนมากขึ้น ส่วนการเพิ่มอุปทาน คือการปรับปรุงพัฒนาพื้นที่ให้สามารถรองรับและให้บริการตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยว ที่จะเดินทางมาเที่ยวได้อย่างเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างโรงแรม ร้านอาหาร ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ หรือแม้แต่การสร้างท่อระบายน้ำและการบำบัดน้ำเสีย ก็ถือว่าเป็นการสร้างอุปทานด้านการท่องเที่ยวให้แก่พื้นที่เช่นกัน

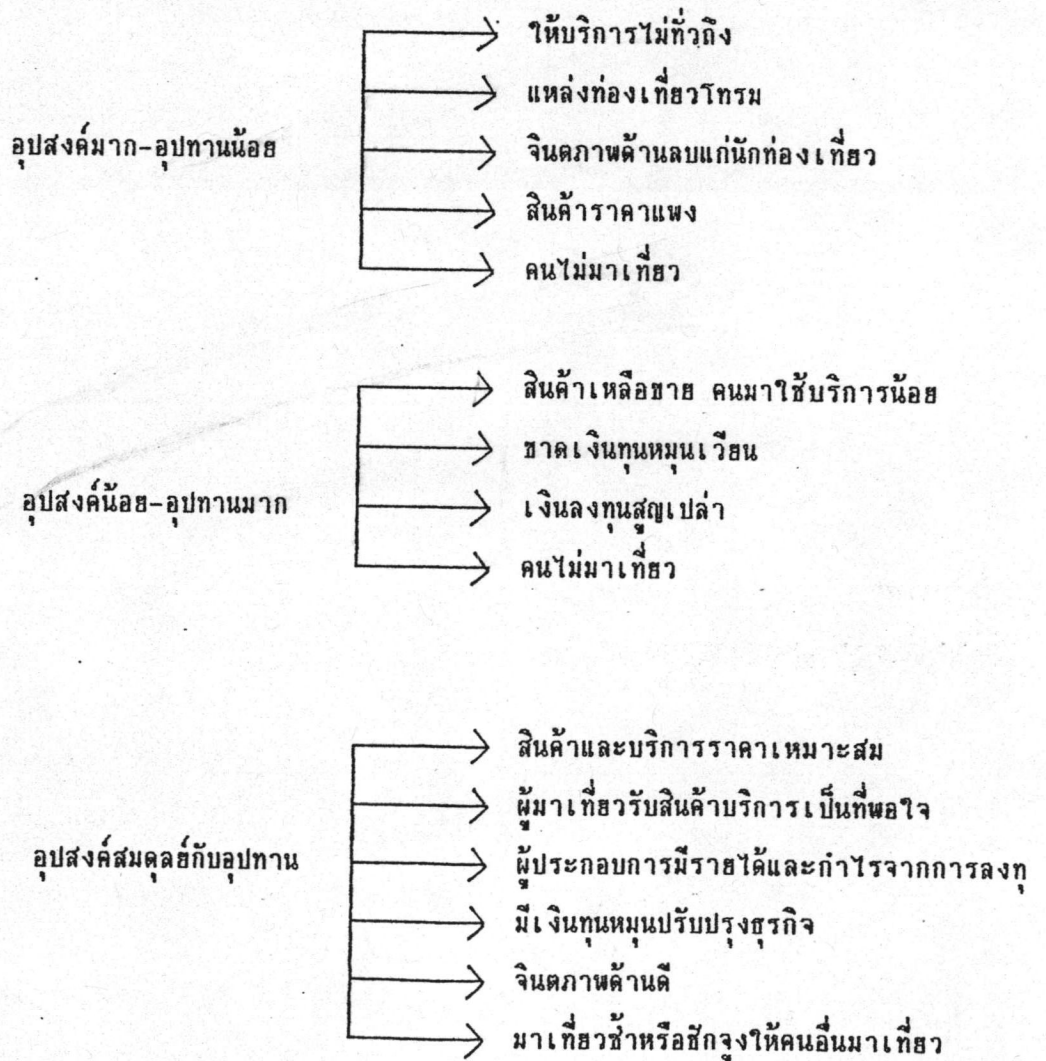
อุปสงค์และอุปทานด้านการท่องเที่ยวจะมีผลต่อกันและกันโดยตรงกล่าวคือ เมื่ออุปสงค์ หรือนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจำนวนมากขึ้นอุปทานหรือการพัฒนาพื้นที่ และบริการทางการท่องเที่ยว ในพื้นที่นั้นก็เพิ่มปริมาณและคุณภาพขึ้นตาม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับอุปสงค์และในทางกลับกัน เมื่ออุปทานด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น มีการก่อสร้างโรงแรมมากขึ้น มีร้านอาหารเพิ่มขึ้นหรือปรับปรุงถนนหนทางให้ดีขึ้น อุปทานนั้นก็จะมีผลในการชักจูงและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเพิ่มจำนวนขึ้น ซึ่งนั่นก็คือ การเพิ่มอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยวนั่นเอง

ความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน จึงเป็นสิ่งสำคัญในการท่องเที่ยว เพราะหากเกิดภาวะเสียสมดุลย์ของสองส่วนนี้ ไม่ว่าจะเป็นอุปสงค์หรืออุปทานก็ตามย่อมก่อให้เกิดผลเสียต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความสมดุลของอุปสงค์และอุปทานยังเป็นเครื่องเสริมเอื้อซึ่งกันและกัน ที่จะทำให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยว (แผนผังที่ 2.2)

แผนผังที่ 2.2 ภาพแสดงความเสริมเอื้อระหว่างอุปสงค์และอุปทาน



ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และอุปทาน



2.4.7 แนวความคิดด้านความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

ด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวของมนุษย์แต่ละคนไม่เหมือนกัน บางคนชอบแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ บางคนชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ ปีเตอร์ (Peters, 1969) ได้จัดหมวดหมู่ออกเป็น 5 ประเภทด้วยกัน คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) ได้แก่ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ หรือสิ่งก่อสร้างที่เก่าแก่ พิพิธภัณฑ์ วัฒนธรรมรูปแบบใหม่ๆ สถาบันทางการศึกษาหรือทางการเมือง ตลอดจนประเพณีทางศาสนาต่างๆ
2. แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Tradition Attractions) ได้แก่ เทศกาลประจำชาติ ศิลปะหัตถกรรม คนตรี นิยายพื้นบ้าน ชีวิตและประเพณีดั้งเดิมของชนพื้นเมืองต่างๆ
3. แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงถึงความงามในรูปแบบต่างๆ ของภูมิประเทศ (Soenic Attractions) ได้แก่ สถานที่สวยงามตามธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติ ชีวิตสัตว์ป่า ดอกไม้ และสวนไม้ประดับที่แปลกๆ ชายทะเล และแหล่งท่องเที่ยวบนภูเขาต่างๆ เป็นต้น
4. แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attraction) ได้แก่ การเข้าร่วมหรือเล่นกีฬาต่างๆ การแสดงในส่วนสาธารณะ สวนสัตว์ หรือพิพิธภัณฑ์สัตว์ทะเลต่างๆ โรงภาพยนตร์ หรือโรงละคร แหล่งบันเทิงยามค่ำคืน ตลอดจนภัตตาคาร เป็นต้น
5. แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ (Other Attractions) เช่น สถานพักผ่อนสุขภาพ ประเภทต่างๆ สถานที่อาบน้ำแร่ ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งไม่มีปรากฏในที่อื่น เป็นต้น

2.4.8 วิวัฒนาการของแหล่งท่องเที่ยว

BUTLER ได้กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะต้องอยู่ในขั้นตอนวิวัฒนาการ 6 ขั้นตอน (วิวัฒน์ชัย บุญภักดิ์, 2532) คือ

ขั้นตอนที่ 1 Exploration (การค้นพบ) เกิดขึ้นโดยนักค้นพบกลุ่มเล็กๆ เป็นการค้นพบที่ไม่เป็นพิธีการ ไม่มีความสะดวกสบายใดๆ ในขั้นตอนนี้ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมักจะไม่มีถูกเปลี่ยนแปลง โดยนักท่องเที่ยวแต่อย่างใด

ขั้นตอนที่ 2 INVOLEMENT (ช่วงเก็บตัว) เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวและประชาชนผู้อาศัยอยู่ในท้องถิ่นเดินทางเข้าสู่พื้นที่บริเวณนั้นมากขึ้นพร้อมกับมีการพัฒนาสาธารณูปโภค ในบริเวณดังกล่าวด้วย

ขั้นตอนที่ 3 DEVELOPMENT (ขั้นตอนที่มีการพัฒนา) เป็นช่วงที่มีการพัฒนาอย่างมากที่สุด มีสาธารณูปโภคที่มีความทันสมัยยิ่งขึ้น ตอบสนองความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน มีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 4 CONSOLIDATION (ขั้นตอนที่เป็นปึกแผ่น) ในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว มีความชัดเจนในเชิงธุรกิจมากขึ้น มีย่านธุรกิจที่แบ่งแยกพื้นที่ออกเป็นแหล่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาอย่างดีและชัดเจนบรรดาสาธารณูปโภคต่างๆ ของพื้นที่เดิมถูกเปลี่ยนแปลงไปเกือบทั้งหมด

ขั้นตอนที่ 5 STAGNATION (ขั้นตอนหยุดนิ่ง) เป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวมากที่สุด (PEAK NUMBER OF TOURIST) และบางครั้งอาจมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพของธรรมชาติ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว จึงจำเป็นต้องมีการสร้างสภาพธรรมชาติเทียมขึ้นทดแทน และจากการที่นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นกว่าขั้นที่ 4 จึงอาจเกิดปัญหาทางสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคมในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว

ขั้นตอนที่ 6 DECLINE OR REJURENATION (ขั้นเสื่อม) เป็นขั้นตอนที่สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติมีความเสื่อมโทรมลง สาธารณูปโภค และบริการล้าสมัย ไม่เหมาะสมกับสมัยนิยม นักท่องเที่ยวหายไปที่พักต่างๆ ที่มีอยู่จะเปลี่ยนแปลงเป็นคอนโดมิเนียม บ้าน เพื่อการพักผ่อนถาวรของผู้สูงอายุ การตั้งถิ่นฐานที่มีไว้เพื่อการท่องเที่ยว

2.4.9 ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อม

ความพอใจของนักท่องเที่ยวในการที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นั้น มิได้ขึ้นอยู่กับความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่นั้นแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่เหล่านั้นอีกด้วย ที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาพักหรือมาใช้บริการ และในขณะเดียวกันโครงสร้างพื้นฐานพื้นที่เหล่านั้นกลับมีอิทธิพล หรือผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหล่านั้นอีกด้วยเช่นกัน ซึ่งผลกระทบของแหล่งท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐานที่จะมีผลต่อสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นั้น จะพิจารณาได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

- 2.4.9.1 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากความเจริญของแหล่งท่องเที่ยว
- 2.4.9.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการพัฒนาที่หนักแน่นในเขตเมือง

2.4.9.3 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการพัฒนาบ้านพักอาศัย (Secondhome) ในสภาพแวดล้อมแบบชนบท

2.4.9.1 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากความเจริญของแหล่งท่องเที่ยว
เมื่อแหล่งท่องเที่ยวเริ่มได้รับความนิยม มีการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในบริเวณนั้นมากขึ้น อาจจะทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามมาได้ดังนี้

ก. Architectural Pollution เกิดจากความพยายามในการจัดสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้มีแหล่งบริการต่างๆ เช่น โรงแรมต่างๆ ที่ใหญ่โตโดดเด่นแตกต่างกัน รวมทั้งเกิดปัญหาที่สาธารณูปโภคต่างๆ ไม่สอดคล้องกันเกิดทัศนอุจาด (Visual Pollution) ความไม่สอดคล้องกลมกลืนกันทางสถาปัตยกรรม

ข. Ribbon Development and spawl การพัฒนาและขยายตัวในลักษณะเป็นเส้น (Ribbon) เกิดจากความพยายามในการจัดสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้มากที่สุด เช่น อยู่ริมทะเล ก็จัดสร้างสถานที่ตากอากาศชายทะเลตลอดแนว การพัฒนาลักษณะดังกล่าวเป็นการพัฒนาที่ด้อยคุณภาพ และไม่เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาพื้นที่ในอนาคต

ค. Overloading of Infrastructure แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่สามารถบริการสาธารณูปโภค และสาธารณูปการแก่นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นได้อย่างเพียงพอ จะเกิดปัญหาภาวะในสิ่งแวดล้อมและปัญหาสุขภาพของผู้อยู่อาศัย

ง. Segregation of Local Residents การแบ่งแยกของผู้อยู่อาศัย แต่ดั้งเดิม ซึ่งอยู่ในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวเพราะการเข้ามาใช้บริการในสถานบริการ หรือสาธารณูปโภคในเขตแหล่งท่องเที่ยว มักจะใช้ค่าใช้จ่าสูงสูงกว่าปกติ ซึ่งไม่เหมาะกับคนในท้องถิ่น คนท้องถิ่นจึงเลือกที่จะใช้บริการที่สะดวก และประหยัดมากกว่าอีกทั้งสภาพทางกายภาพของเขตท่องเที่ยวกับกลุ่มที่อยู่อาศัยในท้องถิ่นจะมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน จุดแบ่งแยกนั้นมักจะเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นการแบ่งแยกกันทางเศรษฐกิจ ผลทางอ้อมที่ตามมาคือจะเกิดการแบ่งแยกทางกายภาพด้วย

จ. Traffic Congestion การจราจรติดขัดมักเกิดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยว จำนวนมากเดินทางมาใช้บริการจากแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากด้วยเส้นทางเดียวกัน

จากการศึกษาของ Schair ได้ศึกษาเรื่องนี้พบว่าปัญหาการจราจรเกิดขึ้นใน 3 รูปแบบคือ

- เกิดจาก Mode หรือยานพาหนะที่แตกต่างกัน จึงเกิดความ

สืบสนในการสัญจร เช่น มอเตอร์ไซด์ รถบรรทุกสินค้า รถส่วนตัวที่มีความเร็วแตกต่างกัน

- ปริมาณการจราจรที่สูงจนเกินไป โดยเฉพาะในบริเวณศูนย์กลาง (Core) ของแหล่งท่องเที่ยว
- ความขาดแคลนพื้นที่จอดรถ ซึ่งมักเป็นผลมาจากการขาดแคลนพื้นที่ว่างในแหล่งท่องเที่ยวเพราะทุกพื้นที่มักจะถูกใช้เพื่อ Maximum Utility จนบางครั้งถูกละเลยในเรื่องบริการที่ควรให้แก่ผู้ใช้บริการ

2.4.9.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการพัฒนาที่พักแรมในเมือง

ในด้านของเมือง (Urban Area) นั้น หากมีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นภายในพื้นที่เมืองจะมีผลกระทบหลายด้านจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Change in Urban Area) ได้แก่ ที่พักของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและที่พักต่างๆ จะเกิดขึ้นเป็นการพัฒนารูปแบบที่พักอาศัยแบบใหม่ นับเป็น Urban Renewal ได้แบบหนึ่ง แต่ในทางตรงข้ามที่พักเหล่านี้ก็จัดได้ว่าเป็นเสมือนตัวรุกราน (Invader) ของเมืองได้ประเภทหนึ่งเช่นกัน เพราะจะมีการเพิ่มของจำนวนประชากรของเมืองให้หนาแน่นขึ้น ขณะเดียวกันก็จะก่อให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัดเกิดมลภาวะทางเสียง อากาศ การขาดแคลนที่จอดรถ เป็นต้น

ข้อดีก็คือ เป็นแหล่งงานใหม่ในเมืองเกิดการจ้างงาน สร้าง Multiplier Effect และเป็นการพัฒนาขยายเมือง (Urban Renewal) ที่ควีนหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของที่ตั้งหรือสถานที่ของเมืองนั้น เป็นต้น

นอกจากนี้ในกรณีที่โรงแรมมีการออกแบบที่ดี และมีที่ตั้งที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมก็จะทำให้เป็นการส่งเสริมส่วนต่างๆ ของเมืองที่ต้องการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

2.4.9.3 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการพัฒนา Second home ในสภาพแวดล้อมชนบท

บริเวณที่เกิดแหล่งท่องเที่ยวขึ้น มักจะเกิดความขัดแย้งระหว่างการใช้ประโยชน์ที่ดินนั้นอยู่เสมอ ซึ่งความขัดแย้งในระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับการใช้ที่ดินประเภทชนบทดั้งเดิมว่าจะเกิดขึ้นในลักษณะต่อไปนี้

- ก. ความขัดแย้งในด้านการคมนาคม เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องการการเข้าถึงที่สะดวกสบาย ซึ่งเส้นทางดังกล่าวจะต้องตัดผ่านพื้นที่ชนบทดั้งเดิมซึ่งมักทำการเกษตร
- ข. ความขัดแย้งในเชิงพฤติกรรม

นักท่องเที่ยว : สนุกสนานทำลายธรรมชาติมากกว่ารักษาสมดุล
ธรรมชาติ

คนชนบท : รักษาธรรมชาติ ดูแลรักษามากกว่าการทำลาย

ค. แก่งแย่งแรงงานในภาคเกษตรกรรม มักจะเปลี่ยนไปสู่งานบริการ
การท่องเที่ยวมากกว่า เพราะผลตอบแทนสูงกว่า

ง. แก่งแย่งที่ดิน เพราะใช้ประโยชน์ต่างกัน

นักท่องเที่ยว : ต้องการที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัย บ้านพักสนามกีฬา และ
แหล่งพักผ่อน

คนชนบท : ต้องการที่ดินเพื่อการเพาะปลูก

2.4.10 บทบาทและหน้าที่ของเมืองต่อการท่องเที่ยว

เมืองอาจมีความสำคัญและมีบทบาททางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประการ
กล่าวคือ เป็นแหล่งของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Tourist
Service Center) เช่น เป็นสถานที่พักผ่อน บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร เป็นต้น หรืออาจจะเป็น
แหล่งท่องเที่ยว (TOURIST SPOT) โดยมีพื้นที่การท่องเที่ยว (TOURIST AREA) อยู่ภายในตัวเมือง
เองก็ได้ เช่น ย่านการค้า สถานที่บันเทิงเรีงรมย์ เป็นต้น

การที่เมืองจะมีบทบาทและหน้าที่ทั้ง 2 ประการดังกล่าวได้ จะต้องมีความ
พร้อมอยู่ในตัว ความพร้อมในที่นี้ หมายถึง สิ่งหรือส่วนประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น ที่จะ
ต้อนรับนักท่องเที่ยว หรือสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ที่จะเลือกเดินทางมาสู่สถานที่
ท่องเที่ยวแห่งนั้น แม้ว่าความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ใช้สิ่งดึงดูดใจ หรือสิ่งตอบสนองความต้อง
การของนักท่องเที่ยว แต่ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวก็มีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมา
ยังสถานที่นั้น

วิวัฒน์ชัย บุษย์ภักดี (2532) ได้กำหนดความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น
ลักษณะใหญ่ๆ 5 ประการ ได้แก่

1. สภาพของการเข้าถึง
2. สิ่งอำนวยความสะดวก
3. สภาพแวดล้อม
4. ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว
5. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน

ในด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของเมืองนั้น สามพรต มณีไมตรีจิตร (2532) ได้สัมภาษณ์มีคหบดีของบริษัทยาเที่ยว จำนวน 6 แห่ง ซึ่งได้ข้อสรุปเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในตัวเมืองที่น่าสนใจดังนี้

1. การท่องเที่ยวในเขตเมือง มักเป็นไปในรูปของศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เมืองที่เน้นหนักไปทางด้านสถานเริงรมย์ หรือการพักผ่อนตามธรรมชาติ มีไม่กี่แห่ง เช่น พัทยา นักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาในเมืองมากๆ มักจะมีความสนใจในด้านศิลปะและประวัติศาสตร์มากกว่าอย่างอื่น
2. นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้ประสบพบเห็น สิ่งที่มีชื่อเสียงของเมือง อากาศใกล้ชิดกับคนท้องถิ่น ได้ทดลองและสัมผัสสิ่งแปลกใหม่ นักท่องเที่ยวมักสนใจผลไม้และดอกไม้ของไทยมาก
3. นักท่องเที่ยวที่พิกค่างคืน แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ ประเภทแรกพักผ่อนอยู่กับที่พักแรม ประเภทที่สอง สนใจสถานเริงรมย์ ประเภทที่สาม สนใจในลักษณะตลาดกลางคืน (โต้รุ่ง) หรือประเภทไนท์บাজারของเชียงใหม่ ซึ่งจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองต่างๆ เนื่องจาก ตลาดพื้นเมืองของไทยมีลักษณะพิเศษที่ประเทศในแถบอื่นไม่มี และทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสชีวิตชาวเมืองได้อย่างเต็มที่ด้วย
4. ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในตัวเมือง ได้แก่ ถนนหนทางต้องสะดวก สภาพอากาศที่ร้อนและมีฝุ่น ทำให้นักท่องเที่ยวไม่อาจเข้าไปเที่ยว การบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ก็ต้องมีมากพอสมควร เช่น ที่จอดรถ จุดแวะพัก ร้านอาหาร บ้ายชำระ เป็นต้น

2. 5 | ขอบเขตของงานวิจัย

ความหมายของคำว่า "โรงแรม"

เมื่อปี ค.ศ. 1953 มีการประชุมของ IHA หรือ International Hotel Association ที่เมือง Lucerne ประเทศสวิสเซอร์แลนด์เพื่อประชุมและได้ให้คำจำกัดความคำว่า "โรงแรม" ไว้ว่า¹

"โรงแรม (Hotel) หมายถึง สถานที่ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นที่พักอาศัยชั่วคราวแก่ผู้มาพัก โดยมีบริการทางด้านอาหารแก่ผู้ที่มาพักด้วย โรงแรมจะต้องให้บริการตามความต้องการของผู้ที่มาพัก ในด้านที่พัก ด้านอาหารการกิน รวมทั้งการบริการด้านอื่นๆ อย่างถูกสุขลักษณะซึ่งผู้บริหารโรงแรม ควรที่จะเป็นผู้มีความรู้และความสามารถทางด้านการบริหารโรงแรม โดยตระหนักถึงคุณภาพของ บริการของผู้มาพักเป็นส่วนใหญ่"

พระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย (Hotel Proprietors Act 1956) วรรค 1(3) กำหนดว่า "โรงแรมคือสถานประกอบการที่ผู้ประกอบการจะต้องมีอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักแรม ไว้บริการคนเดินทางที่จ่ายค่าบริการนั้น"²

สำหรับในประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 มาตรา 3 ให้คำจำกัด ความไว้ว่า "โรงแรม หมายถึง บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับเงินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือ ที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว ทั้งนี้ ต้องบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้เข้าพักตามต้องการได้ด้วย ดังในมาตรา 25 กำหนดไว้ว่า "เคหสถานใดใช้เป็นที่พัก กล่าวคือ ใช้เฉพาะเป็นที่รับบุคคลที่ประสงค์ จะไปพักอาศัยอยู่ชั่วระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งเดือน โดยผู้มีสิทธิให้ใช้มิได้หาอาหารหรือเครื่องดื่มใดๆ แก่ผู้มาพักเป็นปกติธุระหรือแก่ประชาชน ไม่ถือว่าเป็นโรงแรมตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้"³

¹ ชัยนันท์ แอ้มสอาด, เอกสารประกอบคำบรรยายวิชา การวางแผนและควบคุมกิจการ บริการ, คณะพาณิชยศาสตร์ฯ มธ., 2533 หน้า 19

² "Bangkok's Historic Hotel The 80 Years Story of The "Oriental"
Bangkok World, Nov. 19, 1967 PP.5-6

³ เสถียร วิชัยลักษณ์ และสีบัวงค์ วิชัยลักษณ์, พระราชบัญญัติโรงแรม 2478 มาตรา 3 (พระนคร : โรงพิมพ์นิติเวช, 2513), หน้า 2

แต่เดิมประเทศไทย ได้เคยกำหนดชั้นของโรงแรมไว้ในกฎกระทรวงมหาดไทย ออกตามความในมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2478 กำหนดประเภทโรงแรมให้มีเป็น 3 ชั้นคือ

- ก. โรงแรมชั้น 1 มีลักษณะดังที่กำหนดไว้ต่อไปนี้
1. เป็นตึกหลังเดียวกันหรือหลายหลัง แต่ไม่มีลักษณะเป็นตึกแถว
 2. เป็นเรือนไม้หลังเดียวหรือหลายหลังก็ตาม แต่มีอาณาเขตเป็นสนามหญ้าหรือที่ว่างสำหรับให้ผู้พักได้อาศัยเดินเล่นเพื่อหย่อนใจ
- ข. โรงแรมชั้นที่ 2 มีลักษณะเป็นตึกแถวหรือแม้แต่บางส่วนจะเป็นตึกแถวก็ตาม
- ค. โรงแรมชั้นที่ 3 มีลักษณะเป็นเรือนไม้ แต่ไม่มีอาณาเขตดังกล่าวไว้ในหมายเลข 2 หรือที่เป็นห้องแถว

ต่อมาข้อกำหนดนี้ได้ถูกยกเลิกไปโดยข้อ 1 แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2504)

เนื่องจากในปัจจุบัน โรงแรมในกรุงเทพฯ มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งแตกต่างกันออกไปตามประเภท ขนาด และการบริการ อีกทั้งการจัดระดับประเภทและมาตรฐานของโรงแรมในประเทศไทย ยังไม่ได้มีการกำหนดเป็นมาตรฐานที่แน่นอน ในการศึกษาครั้งนี้ จึงใช้ข้อมูลการจัดแบ่งระดับของกลุ่มโรงแรมตามการแบ่งกลุ่มตามการนิยามของ กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ใช้อัตราค่าห้องพักของโรงแรมเป็นเกณฑ์ในการแบ่งระดับของกลุ่มโรงแรม โดยเป็นข้อมูลในปี พ.ศ. 2533 มีจำนวนโรงแรม 141 แห่ง แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

| | | | |
|------------|-----------------------------|-----------------|---------------|
| กลุ่มที่ 1 | อัตราค่าที่พักต่ำสุดตั้งแต่ | 2,500 บาทขึ้นไป | จำนวน 21 แห่ง |
| กลุ่มที่ 2 | อัตราค่าที่พักต่ำสุดระหว่าง | 1,500-2,499 บาท | จำนวน 23 แห่ง |
| กลุ่มที่ 3 | อัตราค่าที่พักต่ำสุดระหว่าง | 1,000-1,499 บาท | จำนวน 23 แห่ง |
| กลุ่มที่ 4 | อัตราค่าที่พักต่ำสุดระหว่าง | 500-999 บาท | จำนวน 33 แห่ง |
| กลุ่มที่ 5 | อัตราค่าที่พักต่ำสุดตั้งแต่ | 500 บาทลงมา | จำนวน 41 แห่ง |

อัตราค่าที่พักนี้จะแสดงถึงความหรูหราความมีระดับของโรงแรมด้วย เพราะกลุ่มโรงแรมที่มีราคาค่าที่พักต่ำสุดตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไปนั้น จะเป็นโรงแรมที่มีความหรูหรา มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากมาย ซึ่งถือว่าเป็นโรงแรมระดับชั้น 1 ถึงระดับเดอลุกซ์ (แบบหรูหรา) ส่วนโรงแรมกลุ่มที่ 2 หรือกลุ่มถดถอยมา ห้องพักอาจจะไม่หรูหรามากนัก สิ่งอำนวยความสะดวกก็ลดลงไปอีก จน

กระทู้กลุ่มที่ 5 จะเป็นโรงแรมขนาดที่เรียกว่า โรงแรมมาตรฐาน

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงให้โรงแรมในกลุ่มที่ 1 มีอัตราค่าห้องพักตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไปเป็นกลุ่มโรงแรมชั้นหนึ่งที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีโรงแรมในกลุ่มนี้จำนวน 21 แห่ง ได้แก่

1. โรงแรมเอเชีย
2. โรงแรมเซ็นทรัล พลาซ่า
3. โรงแรมดุสิตธานี
4. โรงแรมฮิลตันอินเตอร์เนชั่นแนล
5. โรงแรมฮอลิเดย์อินน์ คราวน์พลาซ่า
6. โรงแรมอิมพีเรียล
7. โรงแรมอินทรา รีเจนท์
8. โรงแรมเลอ เมอริเดียน เพรสซิเดนท
9. โรงแรมมณเฑียร
10. โรงแรมโนโวเทล
11. โรงแรมโอเรียลเต็ล
12. โรงแรมรีเจนท์ บางกอก
13. โรงแรมรอยัล ออร์คิด เซอราตัน
14. โรงแรมแชงกรีลา
15. โรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตัล
16. โรงแรมธारा
17. โรงแรมตะวันนา รามาดา
18. โรงแรมอโนมา สวิส
19. โรงแรมแลนด์มาร์ค โฮเต็ลพลาซ่า
20. โรงแรมแมนชั่น แคมปินัสกี้ บางกอก
21. โรงแรมแม่น้ำ

นับตั้งแต่ที่ทางภาครัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และให้การสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เข้ามา มีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งได้ส่งผลต่อการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจและในด้านอื่นๆ การขยายตัวและการเติบโตของโรงแรมชั้นหนึ่งในกรุงเทพฯ นับเป็นผลต่อเนื่อง โดยตรงจากความ

เจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะการเกิดขึ้นของ โรงแรมในปัจจุบัน เป็นการก่อสร้างโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ ใช้งบประมาณในการลงทุนเป็นจำนวนมาก จากการเพิ่มขึ้น จำนวนโรงแรมเหล่านี้ในพื้นที่เมืองของกรุงเทพมหานครที่เป็นศูนย์กลางในทุกๆ ด้านของประเทศมีการใช้ที่ดินของกิจกรรมต่างๆ เป็นจำนวนมากอยู่แล้วนั้น ก่อให้เกิดความหนาแน่นในการใช้พื้นที่ที่เพิ่มสูงขึ้น และจากที่ส่วนใหญ่โรงแรมชั้นหนึ่ง เป็นอาคารขนาดใหญ่มีการใช้อาคารเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ และประชาชนเป็นจำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับความหนาแน่นต่อพื้นที่สูง จึงอาจจะ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่และบริเวณข้างเคียงในด้านต่างๆ ได้ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ โดยเฉพาะ ในด้านการใช้ที่ดินกายภาพ และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาด้านต่างๆ คือ

1. ศึกษาด้านประวัติ พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของโรงแรมชั้นหนึ่งในด้าน จำนวน, ขนาด, สิ่งอำนวยความสะดวก
2. ศึกษาลักษณะของอุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการเจริญเติบโตและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นต่อไปของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรม
3. ศึกษาลักษณะการกระจายตัวของโรงแรมในปัจจุบัน ดังนี้
 - 3.1 การกระจายตัวของโรงแรมกลุ่มต่างๆในพื้นที่
 - 3.2 การกระจายตัวของโรงแรมชั้นหนึ่ง
4. ศึกษาลักษณะการลงทุนในธุรกิจโรงแรม
5. ศึกษาบทบาทและผลกระทบของโรงแรมชั้นหนึ่งในพื้นที่
 - 5.1 ผลกระทบทางด้านการใช้ที่ดิน โดยจะศึกษาในด้านต่างๆดังนี้
 - สภาพทั่วไปของพื้นที่
 - การใช้ที่ดินบริเวณรอบที่ตั้งของโรงแรมชั้นหนึ่งในรัศมี 500 เมตร จากตำแหน่งที่ตั้งของโรงแรม
 - ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรม การค้า การบริการต่างๆกับโรงแรมชั้นหนึ่ง

- ความสอดคล้องของทำเลที่ตั้งของโรงแรมชั้นหนึ่งกับผังเมืองรวมกรุงเทพฯ
- สภาพที่ตั้งและการใช้ที่ดินของโรงแรมชั้นหนึ่ง

5.2 บทบาททางด้านเศรษฐกิจสังคม

- ศึกษาสภาพรวมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของธุรกิจโรงแรม การลงทุน การจ้างงาน และทางด้านรายได้