



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม”

โดย กนกวรรณ จงเจริญยิ่งยง และ คณะ

กรกฎาคม 2551

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม”

คณะผู้วิจัย

สังกัด

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. กนกวรรณ จงเจริญยิ่งยง | วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง |
| 2. วิไลลักษณ์ อยู่สำราญ | วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง |
| 3. วรันตร เจริญผล | วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง |
| 4. พิทยา ฟูสาย | วิทยาลัยนานาชาติภูมิภาคลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |

ชุดโครงการเวียดนาม

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทคัดย่อ

การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ ศึกษาทำความเข้าใจสถานการณ์ นโยบายตลอดจนกลยุทธ์ส่งเสริมอุตสาหกรรม และ วิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทย มีความได้เปรียบในด้านการบริการและการคมนาคมขนส่ง ในขณะที่จุดอ่อนคือความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สำหรับประเทศเวียดนาม มีความได้เปรียบในด้าน ความใหม่ และความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่มีจุดอ่อนในด้านระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งทางด้านบุคลากร ตัวแทนจำหน่าย (Travel Agency) และ การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

Abstract

The study of “A Comparative Study on Potentialities Tourism Industry between Thailand and Vietnam” aims at studying to understand situations, government policies, and strategies to promote tourism industry and analyzing on potentialities between Thailand and Vietnam. The study found that the advantages of Thailand are services and transportations, but the disadvantages are lacking of fertility of natural resources and ruins and the management of government on tourism is unsystematic. In contrast, the advantages of Vietnam are richness and fresh of natural resources, but the weak points are understandard services; people and travel agencies, and transportations that hard for tourism to access to tourism attractions.

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

จากการศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย กับ ประเทศเวียดนาม โดยอาศัยการเปรียบเทียบศักยภาพทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม พบว่ามีจุดแข็งและจุดอ่อนที่ต่างกันอยู่หลายประการ สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเทศไทย	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	1. ขาดเสถียรภาพทางการเมือง
2. มีระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี	2. ปัญหาความไม่สงบในภาคใต้
3. มีระบบการคมนาคมที่ดี	3. ความไม่สอดคล้องกันของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ทางการท่องเที่ยว
4. มีความหลากหลายของตัวแทนจำหน่าย	4. ความไม่คล่องตัวในการบริหารจัดการ เนื่องจากมี หน่วยงานหลายระดับที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการจัดการ ทรัพยากรท่องเที่ยว
5. บุคลากรทางการท่องเที่ยวสามารถใช้ภาษาอังกฤษ ได้ดี	

ประเทศเวียดนาม	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีเสถียรภาพทางการเมือง	1. ระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยังไม่แน่นอน
2. รัฐเข้าควบคุมกิจการสื่อสาร การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนใหญ่	2. บุคลากรทางการท่องเที่ยวไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดีในการสื่อสาร และ การให้บริการ
3. มีกฎหมายที่เข้มงวด และ มาตรการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3. ระบบการคมนาคมขนส่งไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว
4. มีความใหม่และความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว	4. ความไม่หลากหลายในโปรแกรมการท่องเที่ยว และตัวแทนจำหน่าย (Travel Agency)

ถึงแม้ว่าประเทศเวียดนามมีจุดอ่อนมากกว่าประเทศไทยอยู่หลายประการ แต่สาเหตุที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนในการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามมากขึ้นเรื่อยๆ สามารถอธิบายได้จาก ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งประเทศเวียดนาม จัดอยู่ในช่วงขั้นที่ 2 คือ ช่วงเจริญเติบโต

เนื่องจากประเทศเวียดนามเพิ่งเปิดประเทศ เข้าสู่การท่องเที่ยว หลังการปฏิรูปทางเศรษฐกิจ ดังนั้นอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจึงเกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ในแถบภูมิภาคนี้ ในขณะที่ประเทศไทยเคยเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในบริเวณนี้มาก่อน แต่เนื่องจากการที่ประเทศไทยได้ทำการเปิดรับนักท่องเที่ยวมาช้านาน จนทำให้นักท่องเที่ยวต้องการมองหาสถานที่ใหม่ในการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ ดังนั้นสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันจึงสอดคล้องกับทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น คือ จัดอยู่ในช่วงขั้นที่ 3 ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ ซึ่งหมายความว่าภาวะการเจริญเติบโตเต็มที่นี้ จะไม่คงอยู่ต่อไป และอาจมีแนวโน้มลดลงจนเข้าสู่ช่วงขั้นที่ 4 คือขั้นตกต่ำ

ถึงแม้ว่าภาคบริการของประเทศไทยยังคงเป็นจุดแข็ง แต่ถ้าสถานที่ท่องเที่ยวไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมบริการ อาจทำให้ประเทศไทยเข้าสู่ขั้นที่ 4 อย่างแท้จริง

ดังนั้น ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย คือ ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์เพื่อที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้าสู่ประเทศไทยก่อน นอกจากนั้นภาคบริการควรทำการรักษาคุณภาพ

มาตรฐานด้านการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ในทำนองเดียวกัน ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศเวียดนาม คือ ปรับปรุงระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งทางด้านบุคลากร และตัวแทนจำหน่าย (Travel Agency) ให้ได้มาตรฐานมากขึ้น ในขณะเดียวกันควรปรับปรุงการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ

บทสรุปผู้บริหาร

บทที่ 1 บทนำ

1.1	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2	ความสอดคล้องระหว่างโครงการวิจัยกับชุดโครงการวิจัย	7
1.3	โจทย์การวิจัย	7
1.4	วัตถุประสงค์	7
1.5	ขอบเขตในการศึกษา	8
1.6	วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย	12
1.7	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและผู้ใช้ประโยชน์	15

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1	แนวคิด ทฤษฎีการท่องเที่ยว	17
2.2	แนวความคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	20
2.3	ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์การค้า (Product Life Cycle : PLC)	23
2.4	แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบ หรือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)	25
2.5	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการเน้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	28

บทที่ 3 พัฒนาการ กลยุทธ์ สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

3.1	พัฒนาการและกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย	30
3.2	สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000	38
3.3	สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ อุรุยา กรุงเทพฯ และภูเก็ต	43
3.4	พัฒนาการและกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย	56
3.5	สถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ในประเทศไทย	66

บทที่ 4 ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละพื้นที่ของประเทศไทยและ

ประเทศเวียดนาม

4.1	ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศไทย	77
4.2	ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศไทยเวียดนาม	84

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 การเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย และ ประเทศเวียดนามจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	92
5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	92
5.2 การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ผ่านองค์ประกอบหรือส่วนผสมทางการตลาด(Marketing Mix)	101
บทที่ 6 บทสรุป	121
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก ก ภูมิหลังสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม	
ภาคผนวก ข ภูมิหลังสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย	
ภาคผนวก ค บทความ	

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเวียดนามระหว่างปี ค.ศ. 1986 ถึง ค.ศ. 1996	3
ตารางที่ 1-2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเวียดนามระหว่างปี ค.ศ. 2000 ถึง ค.ศ. 2007	4
ตารางที่ 2-1 แสดงการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจระหว่างประเทศในช่วงอายุของวงจรผลิตภัณฑ์	24
ตารางที่ 3-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทย และ รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ ไทยในช่วง ปี ค.ศ.2000 – 2007	39
ตารางที่ 3-2 จำนวนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 - 2007	40
ตารางที่ 3-3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย	41
ตารางที่ 3-4 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยจำแนกตามภูมิฐานะ (รายประเทศ)	42
ตารางที่ 3-5 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการเดินทาง	43
ตารางที่ 3-6 แสดงวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	43
ตาราง 3-7 ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ตั้งแต่ปี 2000 -2007	44
ตาราง 3-8 ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ตั้งแต่ปี 2000 -2007	46
ตาราง 3-9 ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ตั้งแต่ปี 2000 -2007	49
ตาราง 3-10 ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ตั้งแต่ปี 2000 -2007	53
ตารางที่ 3-11 สถิติด้านการท่องเที่ยวของเวียดนามในช่วงปี ค.ศ. 2001 – 2005	57
ตารางที่ 3-12 ข้อมูลบางประการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยเวียดนาม	59
ตารางที่ 3-13 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเยือนเวียดนามจำแนกตามตลาดนักท่องเที่ยว	61
ตารางที่ 3-14 จำนวนนักท่องเที่ยวในปี ค.ศ 2005	62
ตารางที่ 3-15 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	68
ตารางที่ 3-16 เปรียบเทียบพัฒนาการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม	73
ตารางที่ 3-17 เปรียบเทียบเป้าหมาย และกลยุทธ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม	76
ตารางที่ 5-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามเพศ	93
ตารางที่ 5-2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามทวีป	93
ตารางที่ 5-3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว	94
ตารางที่ 5-4 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามเพศ	94

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 5-5 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามทวีป	95
ตารางที่ 5-6 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว	96
ตารางที่ 5-7 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามเพศ	96
ตารางที่ 5-8 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามทวีป	97
ตารางที่ 5-9 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว	97
ตารางที่ 5-10 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามเพศ	98
ตารางที่ 5-11 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามเพศ	99
ตารางที่ 5-12 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว	99
ตารางที่ 5-13 เปรียบเทียบ จำนวนครั้งของการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยและ ประเทศเวียดนาม	100
ตารางที่ 5-14 ระดับความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย	103
ตารางที่ 5-15 ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งตามจังหวัด	105
ตารางที่ 5-16 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการในประเทศไทย	106
ตารางที่ 5 – 17 ศักยภาพของการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งตามจังหวัด	109
ตารางที่ 5-18 ระดับความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม	110
ตารางที่ 5-19 ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม แบ่งตามพื้นที่	112
ตารางที่ 5-20 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการในประเทศเวียดนาม	113
ตารางที่ 5 – 21 ศักยภาพของการบริการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม แบ่งตามพื้นที่	115
ตารางที่ 5-22 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยและ ประเทศเวียดนาม	116
ตารางที่ 5-23 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการในประเทศไทยและประเทศ เวียดนาม	117

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ	หน้า
แผนภูมิที่ 2-1 ระบบการท่องเที่ยว	19
แผนผังที่ 2.2.1 องค์ประกอบของการจัดการในอุตสาหกรรม	20
แผนผังที่ 2.2.2 องค์ประกอบอุตสาหกรรม	21

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลังจากการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงระบอบการเมืองและเศรษฐกิจของประเทศในปี ค.ศ. 1975 รัฐบาลเวียดนามได้นำระบอบสังคมนิยมแบบเข้มข้นที่เน้นบทบาทของรัฐเป็นสำคัญทั้งในเรื่องกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและการวางแผนเศรษฐกิจแบบรวมศูนย์โดยองค์กรรัฐที่ส่วนกลาง ซึ่งหลังจากการดำเนินการทางเศรษฐกิจในลักษณะดังกล่าวผ่านไปประมาณ 10 ปี ผลปรากฏว่ามิได้ช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและความล่าช้าทางเศรษฐกิจ แต่กลับทำให้เกิดภาวะชะงักงันทางเศรษฐกิจและประชาชนขาดความกระตือรือร้นในการผลิต ดังนั้นรัฐบาลเวียดนามจึงดำเนินนโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจ Doi Moi ในเดือนธันวาคม ค.ศ. 1986 โดยมีสาระสำคัญ 5 ประการคือ หนึ่ง ให้มีการดำเนินการด้านเศรษฐกิจตามแบบประชาธิปไตย ลดการผูกขาดอำนาจของรัฐ สอง ให้มีการปรับเปลี่ยนระบบการบริหาร จากการวางแผนจาก ส่วนกลางมาเป็นระบบกลไกตลาด ซึ่งมีการควบคุมของรัฐโดยระบบกฎหมายและมาตรการอื่นๆ สาม ให้มีการปรับเปลี่ยนจากการพัฒนาเศรษฐกิจภาครัฐและสหกรณ์ขนาดใหญ่มาเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจให้มีหลากหลายรูปแบบ สี่ ยกเลิกระบบจัดสรรเครื่องมือ ปัจจัยการผลิต และการอุปถัมภ์เกื้อกูล โดยหันมาใช้กฎแห่งคุณค่าในการผลิตสินค้าและการทำตลาดบัญชีกันเอง ห้า ให้มีการปรับการทำธุรกรรมกับต่างประเทศใช้เป็นไปตามแนวทางของการเปิดกว้างกับประเทศต่างๆ แบบทวิภาคีและพหุภาคีในหลายรูปแบบ (เขียน ชีระวิทย์, 2542 : 90)

จากสาระสำคัญของนโยบายการปฏิรูปเศรษฐกิจ Doi Moi ดังกล่าวข้างต้นได้กลายเป็นหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเวียดนามตั้งแต่ปี ค.ศ. 1986 เป็นต้นมา ตลอดระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมา เวียดนามประสบความสำเร็จในการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ได้เปรียบหลายประการ อาทิ ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมันดิบ ป่าไม้ แร่ธาตุ ฯลฯ ประกอบกับสภาพภูมิประเทศที่ติดต่อกับชายฝั่งทะเลเป็นแนวยาว เอื้อประโยชน์ด้านทรัพยากรทางทะเล ส่งเสริมให้เมืองชายฝั่งทะเลกลายเป็นเมืองท่าค้าขาย รวมทั้งเป็นจุดแวะพักของเส้นทางเดินเรือที่มีบทบาทมากขึ้นในแถบทะเลจีนใต้ นอกจากนั้นความได้เปรียบที่สำคัญอีกประการหนึ่งของเวียดนามก็คือ ทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพและขยันขันแข็ง ประชากรเวียดนามส่วนใหญ่เป็นคนหนุ่มสาวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 80 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

การปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศเวียดนามถึงแม้จะเริ่มอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี ค.ศ. 1986 แต่ยังไม่ถือว่าเวียดนามเข้าสู่การแข่งขันอย่างแท้จริงในโลก จนกระทั่งปี ค.ศ. 1995 เมื่อเวียดนามได้รับการยอมรับให้เป็นสมาชิกสมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) อีกทั้งการรื้อฟื้นความสัมพันธ์ทางการทูตกับสหรัฐอเมริกาเมื่อกลางปี ค.ศ. 1995 หลังจากที่ฝ่ายสหรัฐอเมริกายกเลิกการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจแก่เวียดนามเมื่อต้นปี ค.ศ. 1994 นอกจากนี้เวียดนามยังดำเนินการเชื่อมโยงเศรษฐกิจของตนเองเข้ากับเศรษฐกิจโลกและภูมิภาคต่างๆ มากขึ้น โดยเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) อย่างเป็นทางการในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2006 ส่งผลให้เวียดนามต้องเปิดตลาดสินค้าและบริการให้กับสมาชิกองค์การการค้าโลก

จากข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่ผ่านมา พบว่า ในปี ค.ศ. 1995 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเวียดนามสูงถึงร้อยละ 9.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อย่างไรก็ตามในช่วงปี ค.ศ. 1998 - 1999 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเวียดนามลดลงเหลือเพียงร้อยละ 4.4 และร้อยละ 4.7 ตามลำดับ แต่เมื่อเข้าสู่ต้นทศวรรษ 2000 กลับพบการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดดอีกครั้งสำหรับเศรษฐกิจของเวียดนาม คือ อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี ค.ศ. 2001 - 2005 แต่ในปี ค.ศ. 2006 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจยังคงอยู่ที่ร้อยละ 7.6 - 8.0 หากเปรียบเทียบกับประเทศไทยแล้วพบว่าในช่วงปี ค.ศ. 2001 - 2005 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจต่ำที่สุดในกลุ่มอาเซียน และในปี ค.ศ. 2006 เศรษฐกิจขยายตัวเพียงร้อยละ 4.0 - 4.5 เท่านั้น ซึ่งเมื่อพิจารณาโครงสร้างทางเศรษฐกิจของเวียดนามตั้งแต่ปี ค.ศ. 1995 เป็นต้นมา พบว่า สัดส่วนของภาคเกษตรลดลง ในขณะที่ภาคการค้าและบริการเพิ่มขึ้น โดยในปี ค.ศ. 1999 สัดส่วนภาคเกษตรเหลือเพียงร้อยละ 23.9 ในขณะที่ภาคการค้าและการบริการเติบโตมากถึงร้อยละ 41.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ดังนั้น จึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเวียดนามในช่วงปี ค.ศ. 2001 - 2005 มาจากการขยายตัวของภาคการค้าและการบริการ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคบริการที่มีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็วมากในช่วงเวลาที่ผ่านมา จากสถิติปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศเวียดนามนั้นสะท้อนให้เห็นว่านับตั้งแต่เวียดนามดำเนินนโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจ Doi Moi เป็นต้นมา มีชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเวียดนามเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังปรากฏในตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามระหว่าง

ปี ค.ศ. 1986 ถึง ค.ศ. 1996

ปี ค.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)
1986	7,000
1988	40,000
1989	60,000
1990	280,000
1991	300,000
1992	489,000
1993	670,000
1994	1,018,000
1995	1,300,000
1996	1,600,000

ที่มา : The Economist Unit Indochina ; Vietnam , Laos , Cambodia Country profile

1990 (June , 1990) : 26.

ตารางที่ 1-2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่าง

ปี ค.ศ. 2000 ถึง ค.ศ. 2007

ปี ค.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)
2000	2,140,100
2001	2,330,050
2002	2,627,988
2003	2,428,735
2004	2,927,876
2005	3,467,757
2006	3,583,486
2007	2,813,763

ที่มา : Tourism Statistic 2007 ,Vietnam National Administration of Tourism Ministry of Culture

Sports and Tourism

อนึ่ง หากพิจารณาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 เป็นต้นมา พบว่า ประเทศเวียดนามมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นจาก 1.72 ล้านคนในปี ค.ศ. 1997 เป็น 3.48 ล้านคนในปี ค.ศ. 2005 คิดเป็นร้อยละ 102 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทยในช่วงเวลาเดียวกัน พบว่า ในปี ค.ศ. 1997 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 7.22 ล้านคน และเพิ่มเป็น 11.52 ล้านคนในปี ค.ศ. 2005 คิดเป็นร้อยละ 59.6 นอกจากนี้เวียดนามยังมีเป้าหมายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ได้จำนวน 3.6 – 3.8 ล้านคนในปี ค.ศ. 2006 ขณะที่การท่องเที่ยวของไทยในปี ค.ศ. 2006 แทบไม่ขยายตัวเลย จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงมีประมาณ 11 ล้านคน หรือลดลงเล็กน้อย (<http://www.tat.or.th>) ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยภายใน เช่น การระบาดของโรคไข้หวัดนก ความไม่สงบของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก เช่น การแข่งขันด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ฯลฯ

สำหรับการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในประเทศเวียดนามนั้น รัฐบาลเวียดนามอาศัยกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยกำหนดให้ปี ค.ศ. 2006 เป็น “ปีแห่งการท่องเที่ยวเวียดนาม” มีจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เริ่มจากการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อชมความงดงามทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมของเวียดนาม (<http://www.kasikornresearch.com>) ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเข้ามาสัมผัส เนื่องจากในช่วงระยะเวลาก่อนหน้านี้นี้เวียดนามประสบปัญหาในด้านต่างๆ มากมาย ส่งผลให้ค่อนข้างปิดตัวเองจากประชาคมโลกเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ดังนั้น เมื่อเวียดนามปรับตัวเข้าสู่เวทีโลกโดยการเปิดประเทศ ผู้คนจึงให้ความสนใจที่จะเข้ามาค้นหาและรู้จักเวียดนามมากขึ้น

ปริมาณและการขยายตัวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์โดยตรงกับปริมาณและการขยายตัวของธุรกิจอื่นๆ ซึ่งเป็นส่วนประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจภาคบริการ อาทิ ธุรกิจที่พักและอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การขนส่งและการสื่อสาร การนำเที่ยว เป็นต้น จากข้อมูลภาวะเศรษฐกิจของประเทศเวียดนามในปี ค.ศ. 2004 พบว่า การผลิตในภาค การขนส่งและการสื่อสารมีมูลค่า 13,975 พันล้านดอง เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 8.1 ส่วนสาขาโรงแรมและภัตตาคารมีมูลค่า 11,432 พันล้านดอง เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 7.4 ขณะที่ปี ค.ศ. 2005 การผลิตภาคขนส่งและการสื่อสารของเวียดนามมีมูลค่า 15,318 พันล้านดอง เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 9.6 สำหรับสาขาโรงแรมและภัตตาคารมีมูลค่า 13,466 พันล้านดอง เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 17.0 (<http://www.adb.org>) สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของเวียดนาม

นอกจากนี้แล้วประเทศเวียดนามยังมีแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว โดยมีนโยบายที่เปิดโอกาสให้นักธุรกิจต่างชาติเข้าไปลงทุนด้านธุรกิจท่องเที่ยวในเวียดนามอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น ในปี ค.ศ.

2005 เวียดนามดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำนวน 190 โครงการ คิดเป็นทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 4,460 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โครงการลงทุนด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในเมืองโฮจิมินห์ ฮานอย กวางนิงห์ บาเรีย-วุงเต่า ดานัง เป็นต้น (<http://www.kasikornresearch.com>)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นจะเห็นได้ว่าในช่วงปลายศตวรรษที่ผ่านมา ประเทศเวียดนามมีการปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจจากสังคมนิยมมาเป็นเสรีนิยมมากขึ้น ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่นำเวียดนามเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจโลก ต่อมาเมื่อเวียดนามเข้าเป็นสมาชิกอาเซียนในปี ค.ศ.1995 และเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ในปี ค.ศ.2006 ส่งผลให้เวียดนามต้องผ่อนคลายความเข้มแข็งของกฎระเบียบภาคบริการและการลงทุน ประกอบกับการที่เวียดนามมีปัจจัยการผลิตที่เอื้ออำนวยต่อการลงทุน ตลอดจนการเมืองที่มีเสถียรภาพ ผู้นำที่มีหัวคิดก้าวหน้า และนโยบายทางเศรษฐกิจที่มีความโดดเด่น เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยหนุนเสริมให้ระบบเศรษฐกิจของเวียดนามมีการเจริญเติบโตและการขยายตัวมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคบริการ ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เป็นหนึ่งในสาขานี้ด้วย

แม้ว่าปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามจะเป็นรองประเทศไทยแทบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นปริมาณของนักท่องเที่ยว ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักที่ทันสมัย ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การสื่อสาร การขนส่งและการบริการต่างๆ ที่สะดวก แต่จากการศึกษาในช่วงที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเวียดนามกำลังจะกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย อาทิ มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (2006) ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในลุ่มแม่น้ำโขง” พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเดินทางไปเที่ยวยังเวียดนามสูงขึ้นเรื่อยๆ และกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงทุกประเทศมีโอกาที่จะบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตนเองวางไว้ ซึ่งรวมถึงเวียดนามด้วย

นอกจากนี้แล้วงานวิเคราะห์สถานการณ์การค้าต่างประเทศ กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (<http://www.tat.or.th>) ได้กล่าวไว้ในบทความเรื่อง “สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าในปี 2548” ตอนหนึ่งว่า ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2548 (ค.ศ. 2005) สายการบินแอร์ฟรานซ์ ได้ปรับเส้นทางบินมายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยหยุดเที่ยวบินที่เป็นการเชื่อมโยงระหว่างปารีสกับโฮจิมินห์ ซึ่งมีไทยเป็นจุดแวะพักระหว่างทางถึง 7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ แต่ได้หันไปทำการบินตรงเข้าสู่เวียดนามแทน จึงทำให้ปริมาณที่นั่งเที่ยวบินของนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสมายังไทยลดลงไปส่วนหนึ่ง และยังทำให้ประเทศไทยสูญเสียภาวะการเป็นประตูสู่อินโดจีน ซึ่งสะท้อนให้เห็นความเข้มแข็งของประเทศคู่แข่งที่กำลังพัฒนาศักยภาพขึ้นมาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดของไทยมากขึ้น หนึ่งในคู่แข่งที่สำคัญก็คือ เวียดนามนั่นเอง

ดังนั้น จึงมีคำถามที่น่าสนใจว่าท่ามกลางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สวนั้น สถานการณ์ นโยบาย และกลยุทธ์ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามเป็นอย่างไร สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามอย่างไร

ฐานข้อมูลและองค์ความรู้ดังกล่าวเท่าที่ปรากฏยังมีอยู่น้อยมากไม่ครอบคลุม ซึ่งการศึกษาในเรื่องนี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีศักยภาพ รวมทั้งการกำหนดท่าทีของประเทศไทยในการดำเนินนโยบายด้านการท่องเที่ยวต่อประเทศเวียดนาม

1.2 ความสอดคล้องระหว่างโครงการวิจัยกับชุดโครงการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทำความเข้าใจในเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับสถานการณ์ นโยบาย และกลยุทธ์ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม รวมทั้งสังเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของชุดโครงการวิจัย “ศักยภาพของไทยและเวียดนาม” ที่ต้องการศึกษาความเป็นไปได้ในศักยภาพของประเทศไทย เวียดนามเชิงเปรียบเทียบกับประเทศไทย เพื่อกำหนดท่าทีของประเทศไทยต่อการดำเนินนโยบายทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และการเมืองระหว่างประเทศต่อประเทศเวียดนาม

ในส่วนของโจทย์การวิจัยของโครงการฯมุ่งศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม เป็นการศึกษาที่สอดคล้องกับกรอบโจทย์การวิจัยของชุดโครงการฯซึ่งให้ความสนใจกับการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนามในด้านการค้าการลงทุน ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคบริการที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศเป็นอย่างมาก

1.3 โจทย์การวิจัย

ศักยภาพด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามเป็นอย่างไร มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.4 วัตถุประสงค์

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเตรียมตัวและตั้งรับการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจากประเทศเวียดนามที่อาจมีขึ้นในอนาคต ตลอดจนบ่งชี้ปัจจัยที่กำหนดศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงเวลาดังแต่ปี ค.ศ.2000-2010 โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะของการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาและทำความเข้าใจสถานการณ์ นโยบาย และกลยุทธ์ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม
2. สังเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

1.5 ขอบเขตในการศึกษา

การศึกษา“การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม” ครั้งนี้ แบ่งการอธิบายขอบเขตในการศึกษาออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ ขอบเขตเวลา ขอบเขตพื้นที่ และขอบเขตเนื้อหา มีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตเวลา

การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนามในครั้งนี้ มุ่งศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศในช่วงปี ค.ศ.2000-2010 เป็นหลักอย่างไรก็ตาม หากข้อมูลในส่วนใดมีความเกี่ยวข้องและเกี่ยวเนื่องกัน ขอบเขตด้านเวลาที่จะยืดหยุ่นเพื่อให้ได้เนื้อหาที่ครบถ้วนและครอบคลุมมากที่สุด

ขอบเขตพื้นที่

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม โดยแบ่งการศึกษาและวิเคราะห์ออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับประเทศ และระดับพื้นที่ ดังนั้น ขอบเขตด้านพื้นที่จึงประกอบด้วย

1. ระดับประเทศ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายพื้นที่และกิจกรรมไปในแทบทุกส่วน ดังนั้น เพื่อให้ได้ฐานข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ นโยบาย กลยุทธ์ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ตลอดจนองค์ความรู้เกี่ยวกับศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นคำถามหลักของการศึกษาในครั้งนี้ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค โดยในระดับมหภาคนั้น ขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาจึงเป็นภาพรวมระดับประเทศ

2. ระดับพื้นที่

ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามที่ ปรากฏออกสู่สาธารณะยังไม่ครอบคลุม ส่วนใหญ่เป็นภาพรวม ตลอดจนการศึกษาวิจัยเชิง เปรียบเทียบด้าน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามที่ผ่านมายังมีอยู่น้อยมาก เนื่องจากมีข้อจำกัดใน เงื่อนไขด้านการเมือง การปกครองของประเทศเวียดนาม นอกจากนี้แล้วยังเป็นการศึกษาเฉพาะประเด็น ด้วย ข้อเท็จจริงข้างต้นส่งผลให้ประเทศไทยมีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่ กระจ่างนัก การศึกษาขอบเขตในระดับประเทศเพียงอย่างเดียวจึงไม่เพียงพอ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่ง ขอบเขตการศึกษาในระดับพื้นที่ด้วย กล่าวคือ คณะนักวิจัยจะเดินทางไปเก็บข้อมูลทั้งในประเทศไทยและ ประเทศเวียดนาม แต่เนื่องด้วยข้อจำกัดทางด้านเวลาและงบประมาณ จึงทำให้ไม่สามารถศึกษาได้ครอบคลุม ทุกพื้นที่ จำเป็นต้องมีการคัดเลือกพื้นที่ศึกษาเพื่อให้ได้ฐานข้อมูลและองค์ความรู้ที่เจาะลึกระดับพื้นที่ควบคู่ไป กับภาพรวมระดับประเทศ โดยเฉพาะข้อมูลทั้งในระดับประเทศและระดับพื้นที่ของประเทศเวียดนาม ซึ่งจะทำ ให้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ใน การสร้างและพัฒนาศักยภาพให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยได้

สำหรับพื้นที่ศึกษาแบบเจาะลึกของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามนั้น คณะนักวิจัยได้ คัดเลือก พื้นที่ตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ดังนี้ คือ

1. ศักยภาพ กล่าวคือ คณะนักวิจัยจะพิจารณาว่าพื้นที่ใดเป็น “พื้นที่ศักยภาพ” หรือ “พื้นที่แม่เหล็ก” ที่ ดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวยังพื้นที่ใดมาก ก็จะเลือก พื้นที่นั้นขึ้นมาเป็นพื้นที่ศึกษา

2. ความครอบคลุม การศึกษาครั้งนี้พยายามที่จะกระจายการศึกษาพื้นที่ศักยภาพให้ **ครอบคลุมรูปแบบ การท่องเที่ยว** ของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ทั้งนี้ เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความหลากหลาย แต่ละกลุ่มมีพฤติกรรม วิถีคิด วิถีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ประกอบกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งมี ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว และเงื่อนไขแวดล้อมที่แตกต่างกัน เหล่านี้ล้วนส่งผลให้มีการสร้าง ปรับ ประยุกต์รูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความ ต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งความสามารถของพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆเหล่านี้ด้วย

จากเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น เมื่อนำมาใช้ในการคัดเลือกพื้นที่ศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามจึงสามารถสรุปได้ว่า

ในส่วนของการศึกษาระดับพื้นที่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น มีพื้นที่ศึกษา ได้แก่

1. จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล มีเกาะอ่าว ที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก
2. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับการประกาศจาก UNESCO ให้เป็นเมืองมรดกโลก มีความโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ มีโบราณสถาน โบราณวัตถุมากมาย
3. จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นที่รู้จักและนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากมาย ตลอดจนมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าพื้นเมือง เป็นต้น
4. กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ เช่น การสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังเป็นเมืองที่มีความความทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตลอดจนเป็นเมืองที่มีสีสันด้านธุรกิจ การค้า

สำหรับการศึกษาระดับพื้นที่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม มีพื้นที่ศึกษา ได้แก่

1. ฮาลองเบย์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีความโดดเด่นด้านทรัพยากรทางทะเล เนื่องจากยังมีความบริสุทธิ์และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรอยู่มาก
2. ฮานอย มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอยู่มากมาย โดยเฉพาะโบราณสถาน โบราณวัตถุ นอกจากนี้แล้วยังมีภาพของวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวอยู่มาก
3. เว้ ดานัง ฮอยอัน มีเอกลักษณ์ของความเป็นเมืองเก่าที่น่าค้นหา ทั้งในด้านวัตถุ ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ไว้ได้มากพอสมควร
4. โฮจิมินห์ซิตี้ มีความโดดเด่นเนื่องจากเป็นเมืองในประเทศเวียดนามที่ค่อนข้างมีสีสัน มีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยแบบตะวันตกมากเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองอื่นๆ

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษา “การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม” ในครั้งนี้ ประกอบด้วยเนื้อหาหลักดังนี้

1. บริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม รวมทั้งสภาพแวดล้อม เหตุการณ์ต่างๆ (ปัจจัยภายใน - ปัจจัยภายนอก) ของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ซึ่งลักษณะและเงื่อนไขเหล่านี้มี (อาจมี) ผลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ
2. สถานการณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม (ทั้งในระดับประเทศและระดับพื้นที่) ประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภท รูปแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ , สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สาธารณูปโภคพื้นฐาน เส้นทางคมนาคม ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว ฯลฯ , ตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ ปริมาณหรือจำนวน นักท่องเที่ยว การขยายตัวของนักท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว แหล่งที่มาของ นักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว การเดินทางและจำนวนวันพัก ความนิยมในทรัพยากรท่องเที่ยว , การให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ฯลฯ
3. นโยบายและกลยุทธ์ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม (ทั้งในระดับประเทศและระดับพื้นที่) ประกอบด้วย เนื้อหา ลักษณะ สาระสำคัญของนโยบายยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ที่ประเทศไทยกับประเทศเวียดนามใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว , ความสอดคล้องของนโยบาย กลยุทธ์ กับศักยภาพของพื้นที่และประชากร , บริบทที่มีผลต่อการกำหนดทิศทาง แนวทางการท่องเที่ยว , การเปลี่ยนแปลงนโยบายและกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว , ผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามนโยบายและกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม รวมทั้งนโยบายความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ฯลฯ
4. ศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ประกอบด้วย การเปรียบเทียบบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม สภาพแวดล้อม เหตุการณ์ต่างๆ (ปัจจัยภายใน - ปัจจัยภายนอก) ระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม , สถานการณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม , ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของนโยบาย รวมทั้งกลยุทธ์ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ฯลฯ

1.6 วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยอาศัยแนวการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยได้ทำการแบ่งขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้ คือ 1. ผู้ศึกษาได้มีการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องทั้งที่อยู่ในรูปแบบของการค้นคว้าจากหนังสือ เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนไปสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของพื้นที่ที่ศึกษา เพื่อสะท้อนฐานข้อมูลในด้านสถานการณ์ นโยบาย และกลยุทธ์ ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ตลอดจนองค์ความรู้เกี่ยวกับศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม อีกทั้งเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการประกอบการกำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาในหัวข้อดังกล่าว 2. ขั้นตอนในการดำเนินการวางแผนการเก็บรวบรวมข้อมูล และกำหนดเครื่องมือที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ชัดเจน ตรงตามกรอบแนวคิดที่คณะผู้วิจัยได้มีการกำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาวิจัยเอกสาร(Documentary Research) ซึ่งเป็นช่วงของการที่คณะผู้วิจัยได้มีการค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เพื่อนำไปสู่การตั้งประเด็นปัญหาในการศึกษา อีกทั้งเพื่อนำไปสู่การกำหนดกรอบในการศึกษาว่า ได้ศึกษาเกี่ยวกับใครและมีการศึกษาในประเด็นปัญหาใดบ้าง การที่คณะผู้วิจัยมีความจำเป็นที่ต้องมีการกำหนดกรอบในการศึกษานั้น ก็เพื่อเป็นการช่วยให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินการในงานวิจัยของคณะผู้วิจัย และเพื่อป้องกันความสับสนที่อาจจะเกิดขึ้นกับคณะผู้วิจัย เพราะถ้าไม่มีกรอบในการศึกษา เวลาที่คณะผู้วิจัยต้องเข้าไปเก็บข้อมูลภาคสนามนั้น จะทำให้คณะผู้วิจัยเกิดปัญหาในการเก็บข้อมูล เพราะไม่รู้จะเก็บข้อมูลในส่วนใด ส่งผลทำให้ข้อมูลปะปนกันไปหมดจนไม่สามารถจัดหมวดหมู่ได้ นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานต่างๆ สำหรับใช้ทำความเข้าใจ เพราะถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่งของการศึกษาวิจัยเอกสาร

2. การวิจัยภาคสนาม (Field Work) คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและเก็บข้อมูลจากพื้นที่ศึกษาทั้งในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม โดยคณะผู้วิจัยได้อาศัยเทคนิควิธีวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการดำเนินการวิจัยภาคสนามในครั้งนี้ กล่าวคือ การวิจัยภาคสนามที่อาศัยเทคนิควิธีวิจัยในเชิงปริมาณนั้น เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม จำนวนทั้งสิ้น 664 ท่าน สำหรับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ นั้น อาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ(Accidental Sampling) เหตุที่คณะผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดย

อาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญนั้น ก็เพราะด้วยการมีข้อจำกัดใน 3 ประการใหญ่ๆด้วยกัน คือ 1. **ข้อจำกัดของสิ่งที่ศึกษา** โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการเคลื่อนไหวไป-มาอยู่ตลอดเวลา เราไม่สามารถจำกัดหรือกำหนดหรือกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ในช่วงเวลานั้นว่าจะสัมภาษณ์แต่ละชาติจำนวนเท่าใด เพราะในแต่ละช่วงเวลานั้น อาจจะมีน้อย หรือ ไม่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาติใดชาติหนึ่งเลยก็ได้ ดังนั้นเราจึงไม่สามารถจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการสอบถามได้ 2. **ข้อจำกัดของคณะผู้วิจัย** เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานศึกษาวิจัยในพื้นที่ต่างประเทศ ในขณะที่คณะผู้วิจัยมีความรู้เกี่ยวกับภาษาเวียดนามค่อนข้างน้อย จึงส่งผลทำให้การเข้าถึงเอกสาร และฐานข้อมูลที่เป็นภาษาเวียดนาม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยได้ค่อนข้างน้อย 3. **ข้อจำกัดในพื้นที่ศึกษา** สืบเนื่องมาจากการที่ประเทศเวียดนามมีระบอบการเมืองที่ถูกผูกขาดโดยพรรคการเมืองพรรคเดียวที่ค่อนข้างจะมีการจำกัดสิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นหรือการทำการศึกษวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำวิจัยที่ต้องใช้แบบสอบถาม

สำหรับการวิจัยในเชิงคุณภาพนั้น คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเดินทางเข้าไปลงเก็บข้อมูลโดยอาศัยเทคนิควิธีวิจัยทั้งการพูดคุย สังเกต และการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการกับเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในระดับเอกชนและรัฐบาล กลุ่มผู้ประกอบการกิจการที่เกี่ยวเนื่องกับโรงแรม ร้านอาหารของที่ระลึก ร้านอาหาร ในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ อันประกอบไปด้วย พื้นที่การท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรุงเทพมหานคร และจังหวัดภูเก็ต 2. พื้นที่การท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม คือ ฮานอย ฮาลองเบย์ เว้ ดานัง โฮยอัน และโฮจิมินห์ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยพยายามสอดแทรกตัวเองให้กลายเป็นทั้งสมาชิกและนักท่องเที่ยวคนหนึ่งของพื้นที่การท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาประมาณ 3-6 เดือน

สำหรับการดำเนินการวิจัยภาคสนามในพื้นที่ของประเทศเวียดนามนั้น คณะผู้วิจัยได้สร้างความร่วมมือกับนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยวของสถาบันการศึกษาในแต่ละพื้นที่ของประเทศเวียดนาม อาทิเช่น อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยวจากมหาวิทยาลัย Hue University of Economics อาจารย์ประจำสาขาการพัฒนชุมชน คณะเศรษฐศาสตร์และการพัฒนาชนบท จากมหาวิทยาลัย Hanoi Agricultural University อาจารย์ประจำสถาบันวิจัยและพัฒนา จากมหาวิทยาลัย Binh Duong University นักวิจัยจากหน่วยงาน Social Work and Community Development Research & Consultancy ให้มีบทบาทในการเป็นพี่เลี้ยงที่ให้คำแนะนำปรึกษาแก่คณะผู้วิจัย ตลอดจนมีบทบาทในการให้ความช่วยเหลือติดต่อประสานงานให้คณะผู้วิจัยเดินทางเข้าไป

สัมภาษณ์กลุ่มเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในระดับเอกชนและรัฐบาล กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหารของที่ระลึก ร้านอาหาร อีกทั้งให้ความช่วยเหลือในการจัดหาบุคลากร หรือพนักงานสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศ เวียดนาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. การสัมภาษณ์ (Interview)

การสัมภาษณ์เน้นแบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) แต่มีจุดมุ่งหมายเค้าโครงในการสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์ไม่จำกัดคำตอบแบบเจาะจงเฉพาะเรื่อง นอกจากนี้ได้ใช้ลักษณะการพูดคุย การสนทนา อย่างไม่เป็นทางการเข้าช่วยตามแต่โอกาสอำนวย อีกทั้งยังใช้การสัมภาษณ์โดยอาศัยแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

2. การสังเกต (Observation)

เป็นการสังเกต อันเกิดจากมุมมองของตัวคณะผู้วิจัยที่มีการสังเกตเกี่ยวกับการปฏิบัติตามแผนและนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ ตลอดจนการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยว

3. เอกสาร (Document)

เอกสารที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเอกสารชั้นรอง เช่น วารสาร หนังสือพิมพ์ ตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งบุคคลอื่นได้ทำการศึกษา ค้นคว้าไว้แล้ว โดยได้ศึกษาเอกสารเหล่านี้ จากทั้งห้องสมุดในสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่างๆ เช่น หอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ห้องสมุดคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ห้องสมุดสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หอสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และห้องสมุดสถาบันเอเชียศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุด Hue University of Economics ห้องสมุด Hanoi Agricultural University เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้แยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นสองช่วงดังนี้ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกับช่วงที่ทำการเก็บข้อมูลตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกับการสังเกตและการสัมภาษณ์ ด้วยการพูดคุยกันไปพร้อมกับแสดงความคิดเห็นทั้งคณะผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูล โดยคณะผู้วิจัยได้นำแบบสร้างข้อสรุปเป็นแบบอุปนัยมาใช้ตีความปรากฏการณ์ต่างๆ ที่มองเห็น จากการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งข้อสรุปแบบอุปนัยที่คณะผู้วิจัยนำมาใช้ในการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย โดยคณะผู้วิจัยเริ่มทำพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูลและหลังการเก็บข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว
- เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากมุมมองของคนในพื้นที่ที่คณะผู้วิจัยลงเก็บข้อมูล
- เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยสมมุติฐานชั่วคราวที่คณะผู้วิจัยคิดขึ้นมาในขณะที่เข้าร่วมเหตุการณ์ต่างๆ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงที่ 2 คือ การวิเคราะห์จากมุมมองของคนในพื้นที่ หลังจากที่คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผลการศึกษาโดยอาศัยสถิติ SPSS SWOT และทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์การค้า แล้วนั้นได้นำผลการวิเคราะห์มาทำการตรวจสอบ ยืนยันจากผู้รู้หรือนักวิชาการในพื้นที่อีกครั้งหนึ่ง โดยบอกเล่าหรือพูดคุยให้ผู้รู้หรือนักวิชาการซึ่งเป็นคนในพื้นที่ฟังผลการวิเคราะห์ของคณะผู้วิจัยและแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นการตรวจสอบการวิเคราะห์ที่คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ไว้แล้ว เพื่อให้เกิดความชัดเจนของผลการวิจัยมากขึ้น คณะผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ด้วยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งอื่นและนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างหรือเหมือนกัน เพื่อให้เกิดความแน่ชัดและมีความน่าเชื่อถือ

3. ในขั้นสุดท้ายคณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่เลือกสรรแล้วและผลการวิเคราะห์ทั้งหมดรวมทั้งข้อคิดเห็นต่างๆ มาทำการเรียบเรียงเชิงพรรณนาเป็นข้อเขียนรายงานผลการศึกษาวิจัยตามรูปแบบของงานวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและผู้ใช้ประโยชน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. จะทำให้มีฐานข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ นโยบาย และกลยุทธ์ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ

ประเทศไทย รวมถึงการกำหนดนโยบายความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ฯลฯ

2. จะได้รับองค์ความรู้เกี่ยวกับศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญและมีศักยภาพในภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามทั้งในปัจจุบันและอนาคต ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อันจะนำไปสู่การดำเนินการคิดค้น ปรับเปลี่ยน ประยุกต์ กิจกรรมต่างๆของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และขีดความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งจะก่อให้เกิดความสมดุลและการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

3. จะทำให้มีฐานข้อมูลและองค์ความรู้สำหรับใช้ในการวางแผนดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนา ศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมทั้งการกำหนดท่าทีของประเทศไทยในการดำเนินนโยบายด้านการท่องเที่ยวต่อประเทศเวียดนาม ทั้งนี้เพื่อเป็นการเตรียมตัวและตั้งรับการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจากเวียดนามที่อาจมีขึ้นในอนาคต

ผู้ใช้ประโยชน์

1. หน่วยงาน องค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ในการที่จะวางแผนกำหนดนโยบาย ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับศักยภาพ มีความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

2. สถาบันการศึกษา ในการนำฐานข้อมูลและองค์ความรู้มาใช้ในการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการสู่สังคม

3. สาธารณชน เป็นการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนามในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม คณะผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิด ทฤษฎีการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์การค้า (Product Life Cycle : PLC) แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบ หรือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ทางคณะผู้วิจัยได้เน้นงานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยงานวิจัยชิ้นนี้ ดังมีรายละเอียดในแต่ละแนวคิดดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีการท่องเที่ยว

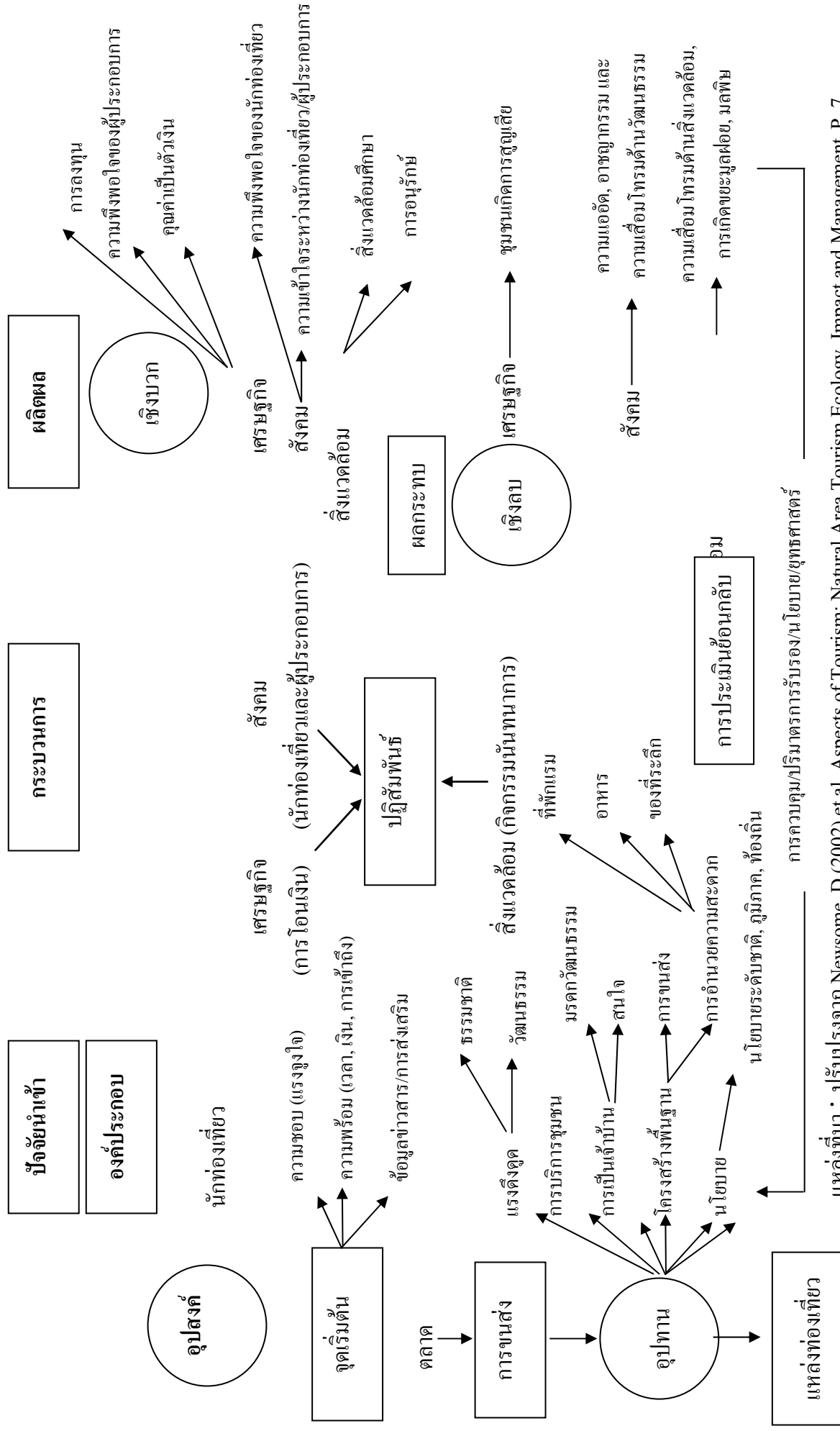
การท่องเที่ยว (Tourism) การพักผ่อน (Leisure) และสันทนาการ (Recreation) มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน คำนิยามการพักผ่อนของ Boniface และ Cooper (1987) หมายถึง เวลาของบุคคลในขณะที่ทำงาน นอนหลับและความต้องการจำเป็นอื่นๆ ได้รับการตอบสนอง ส่วนสันทนาการเกิดขึ้นในช่วงเวลาของการพักผ่อน Mathieson และ Wall (1982) ได้นิยามการท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายของคนไปยังแหล่งท่องเที่ยวไกลออกไปจากบ้านและที่ทำงานตามปกติ กิจกรรมที่เกิดขึ้น ระหว่างการพำนัก และอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ที่จัดขึ้นไว้สามารถรองรับความต้องการต่างๆ ได้ ดังนั้น ถ้าการพักผ่อนเป็นเรื่องของการกำหนดเวลา และสันทนาการเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายใต้เวลาของการพักผ่อน การท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเหล่านั้น กล่าวอีกนัยหนึ่งการท่องเที่ยวให้มีความสำคัญในการจัดกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน และสันทนาการ การท่องเที่ยวจึงมีองค์ประกอบของคุณลักษณะส่วนผสมของหลายมิติทั้งมิติกายภาพ สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง

ระบบการท่องเที่ยว (Tourism system) ได้นำมาอธิบายและจัดรูปแบบจากนักวิชาการต่างๆ ในหลายทศวรรษโดยเน้นอุปสงค์และอุปทานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในทุกด้าน Gunn (1988) อธิบายระบบการหน้าที่ของการท่องเที่ยว (Functioning Tourism System) ที่อุปสงค์การท่องเที่ยวประกอบด้วยตลาดนักท่องเที่ยว ความสนใจ และความสามารถในการท่องเที่ยว อุปทานการท่องเที่ยวประกอบด้วย การขนส่ง แหล่งท่องเที่ยว การจัดบริการและ ข้อมูลข่าวสาร ในองค์ประกอบย่อยของอุปทานการท่องเที่ยวด้านการขนส่ง จะประกอบด้วยปริมาณและคุณภาพของการขนส่งทุกประเภท แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดจะต้องประกอบด้วยทรัพยากรที่มีคุณภาพที่ได้รับการพัฒนาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวในการจัดบริการจะต้องรวมถึงคุณภาพในการบริการ อาหาร ที่พักแรม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ ในด้านข้อมูลข่าวสารต้องส่งเสริมความสำคัญให้นักท่องเที่ยวสนใจมาเยือน และซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับนักวิชาการท่านอื่นๆ ได้อธิบายองค์ประกอบ ของระบบการท่องเที่ยวที่ แตกต่างจากการอธิบายของ Gunn

แต่ไม่ได้มีความแตกต่างกันนัก ในด้านหน้าที่ของการท่องเที่ยว เช่น Mill และ Morrison (1985) ได้รวมจุดดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวและการจัดบริการไว้ในองค์ประกอบของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ส่วน Pearce (1989) ได้แยกสถานที่จัดออกจากการจัดบริการและการให้บริการข้อมูลข่าวสารเป็นเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน

ระบบการท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบหลายด้านหมายถึงความต่อเนื่องเชื่อมโยงที่มีองค์ประกอบของปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการ (Processes) ผลผลิต (Outputs) และการประเมินย้อนกลับ (Feed back) ปรากฏตามแผนภูมิที่ 2.1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

แผนภูมิที่ 2-1 ระบบการท่องเที่ยว

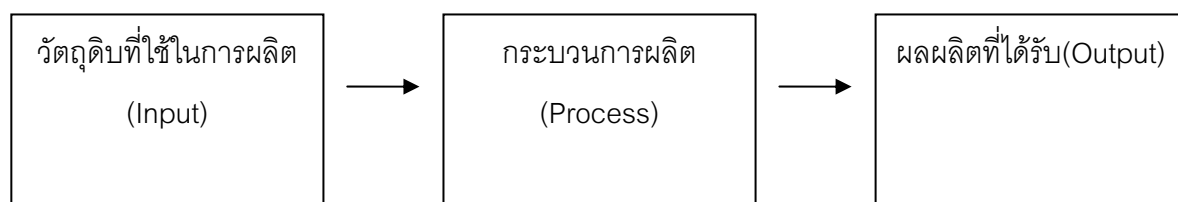


แหล่งที่มา : ปรับปรุงจาก Newsome, D (2002) et.al. Aspects of Tourism: Natural Area Tourism Ecology, Impact and Management, P. 7.

ปัจจัยนำเข้าหมายถึงองค์ประกอบด้านอุปสงค์การตลาดที่สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยว ขณะที่องค์ประกอบด้านอุปทานการตลาดได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ตลอดจนการบริการ โครงสร้างพื้นฐาน และการเป็นเจ้าบ้านให้กับผู้มาเยือน ส่วนกระบวนการจะประกอบด้วยองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจที่ปฏิสัมพันธ์ต่อนักท่องเที่ยวซึ่งอาจจะเกิดผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบ ส่วนการประเมินย้อนกลับ หมายถึงการประเมินการวางแผน นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หลีกเลี่ยงการเกิดผลกระทบหรือการสูญเสียที่น้อยที่สุด

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรม หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีระบบการจัดการอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีองค์ประกอบของการจัดการอุตสาหกรรมใน 3 องค์ประกอบด้วยกัน คือ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต(Input) กระบวนการผลิต(Process) และผลผลิตที่ได้รับ(Output) (ดูแผนผังที่ 2.2.1 ประกอบ)



แผนผังที่ 2.2.1 องค์ประกอบของการจัดการในอุตสาหกรรม

ส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูง ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน(Planning) การจัดองค์การ(Organizing) การควบคุม(Controlling) และการตลาด(Marketing) และครอบคลุมธุรกิจหลายประเภททั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม ซึ่งจำเป็นต้องใช้องค์ประกอบของการจัดการในอุตสาหกรรมใกล้เคียง(ดูแผนผังที่ 2.2.2 ประกอบ)

ภาพลักษณ์ของประเทศ

นักท่องเที่ยว

ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศ

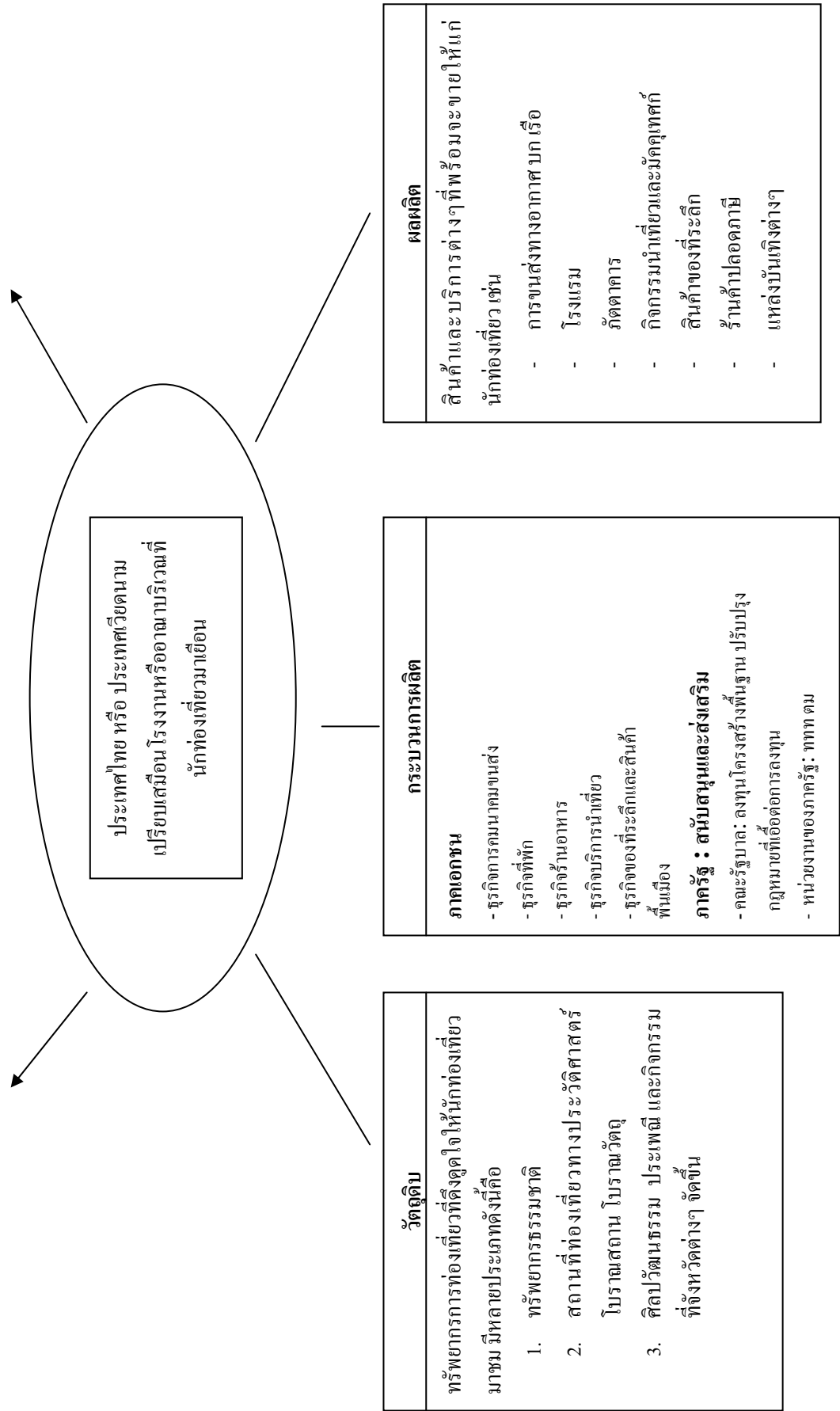
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและคุ้มค่าต่อการมาเยือน

แผนผังที่ 2.2.2 องค์ประกอบอุตสาหกรรม

* สร้างรายได้เข้าประเทศ

* กระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค

* ส่งเสริมการสร้างงานและอาชีพ



ลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับว่าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งในอุตสาหกรรมประเภทบริการที่มีการใช้วัตถุดิบ มีกระบวนการผลิต และมีผลผลิต ซึ่งมีองค์ประกอบที่เห็นได้ชัด 4 ประการ คือ โรงงาน สินค้า ลูกค้า และการขนส่ง เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทั่วไป ซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้ดังนี้

1. โรงงาน ซึ่งจะเป็นที่ผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ที่ใช้ประกอบการในการผลิตสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว พื้นที่ดังกล่าวอาจจะเป็นพื้นที่ที่เตรียมการผลิต หรือเป็นพื้นที่ผลิตและจำหน่ายในจุดเดียวกัน เช่น ขายสินค้าและบริการด้านอาหาร เครื่องดื่มในโรงแรม จำเป็นต้องใช้พื้นที่เพื่อเตรียมวัตถุดิบประกอบอาหาร เครื่องดื่ม และขายอาหารเครื่องดื่มภายในโรงแรม
2. สินค้าหรือบริการ สินค้าในสายอุตสาหกรรมบริการอาจไม่จำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์เสมอไป ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีทั้งที่เปลี่ยนกรรมสิทธิ์ได้ เช่น การซื้อขายอาหารและเครื่องดื่ม การซื้อขายสินค้าและของที่ระลึก แต่บางอย่างเช่น ความสวยงามทางธรรมชาติ โบราณสถาน ฯลฯ เป็นความพึงพอใจและประสบการณ์ที่มอบให้แก่ผู้ซื้อ สำหรับสินค้าทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างสามารถนำมาขายแล้วขายอีก จึงนับได้ว่าเป็นซื้อได้เปรียบ ตัวอย่างสินค้าทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ภูเขา ป่าไม้ และทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัด พระราชวัง หรือสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า ที่พัก และร้านอาหาร เป็นต้น
3. ผู้ซื้อหรือลูกค้า ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มาเที่ยวชมบ้านเมือง ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ
4. การขนส่งสินค้าและบริการ การขนส่งเป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมทุกประเภท คือ การขนส่ง ผู้ผลิตจะต้องส่งสินค้าไปให้ลูกค้า แต่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับตรงกันข้าม เพราะทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นโรงงานวัตถุดิบและสินค้าในตัวเองพร้อมสรรพไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ ผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการนั้น ณ แหล่งผลิต หรือ โรงงานเอง ซึ่งอาจจะไปโดยทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ ตามความสะดวกของเขาเอง

การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการ ที่เกี่ยวพันภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ทำให้เกิดธุรกิจอื่นๆมากมาย

ในเมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับว่าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งในอุตสาหกรรมประเภทบริการที่มีการใช้วัตถุดิบ มีกระบวนการผลิต และมีผลผลิตออกมาในรูปแบบของการเป็นสินค้าที่มีผลต่อการเกื้อหนุนทางด้านเศรษฐกิจของประเทศนั้น ย่อมมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการมีชีวิต ที่เรียกว่า **วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์การค้า(Product Life Cycle : PLC)** ซึ่งทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์การค้าได้อธิบายเกี่ยวกับวงจรของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ อันมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ

2.3 ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์การค้า (Product Life Cycle : PLC)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนาโดย Raymond Vernon ที่อธิบายถึงการค้าโลกสำหรับสินค้าอุตสาหกรรมภายใต้พื้นฐานของอายุของผลิตภัณฑ์ว่าสินค้าแต่ละชนิดอยู่ภายใต้กระบวนการของวงจร ซึ่งโดยทั่วไปจะมีสี่ขั้นตอน คือ ขั้นแนะนำ (Introduction) ขั้นเจริญเติบโต (Growth) ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity) และสุดท้าย คือ ขั้นตกต่ำ (Decline)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกันพบว่าในช่วงแรก คือ ขั้นแนะนำนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านการผลิตและการขายยังคงมุ่งเน้นกับกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศเดียวกัน อัตราการแข่งขันและการลงทุนยังไม่สูงมากนัก

เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพัฒนาสู่ขั้นที่สอง คือ ขั้นเจริญเติบโต พบว่าปัจจัยทางด้านการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น จำนวนอุปสงค์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันจำนวนของกลุ่มแข่งขันก็เพิ่มขึ้นด้วย กลุ่มแข่งขันบางรายเริ่มตัดราคา และสินค้ามีมาตรฐานมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น ปัจจัยทุนเริ่มเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น

ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ พบว่า อุปสงค์ของการท่องเที่ยวเริ่มเพิ่มเข้าเข้าสู่จุดอิ่มตัว มีการใช้ปัจจัยทุนมากขึ้น มีการแข่งขันด้านราคาเพิ่มสูงขึ้น

ส่วนขั้นสุดท้าย คือ ขั้นตกต่ำ พบว่า มีการมุ่งการผลิตเฉพาะกลุ่มมากขึ้น สินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในช่วงการผลิตลดลง เนื่องจากยอดขายลดลง การตลาดและต้นทุนเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดการคงอยู่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ตารางที่ 2-1 แสดงการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจระหว่างประเทศในช่วงอายุของวงจรผลิตภัณฑ์(International changes during a product's life cycle)

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์(Life cycle stage)				
	ขั้นแนะนำ(Introduction)	ขั้นเจริญเติบโต (Growth)	ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่(Maturity)	ขั้นตกต่ำ(Decline)
1. ทำเลที่ตั้งการผลิต	- มีนวัตกรรมเกิดขึ้นในประเทศอุตสาหกรรม	-ประเทศที่มีนวัตกรรมและประเทศอุตสาหกรรม	- มีหลายประเทศเข้ามาที่เกี่ยวข้อง	- โดยมากอยู่ในประเทศที่กำลังพัฒนา
2. ทำเลที่ตั้งของตลาด	- ส่วนมากเป็นประเทศที่มีนวัตกรรมและมีการส่งสินค้าออก	- โดยมากอยู่ในประเทศอุตสาหกรรม -เริ่มมีการผลิตในตลาดต่างประเทศทดแทนการส่งออกในประเทศ	- มีการเจริญเติบโตในประเทศกำลังพัฒนา -มีการลดลงในประเทศอุตสาหกรรม	- โดยมากอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา -ประเทศกำลังพัฒนาที่มีการส่งออก
3. ปัจจัยการแข่งขัน	- ใหม่มิเป็นผู้ผูกขาด - ยอดขายจะเกิดจากความเป็นเอกลักษณ์มากกว่าราคา - เกี่ยวข้องกับลักษณะของผลิตภัณฑ์	- อุปสงค์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว - จำนวนของผู้แข่งขันเพิ่มขึ้น - คู่แข่งขึ้นบางรายเริ่มลดราคา - สินค้ามีมาตรฐานมากขึ้น	- อุปสงค์ทั่วไปเริ่มคงที่ - จำนวนคู่แข่งลดลง - ราคามีความสำคัญมากในประเทศกำลังพัฒนา	- อุปสงค์โดยรวมลดลง - ราคาถือเป็นอาวุธที่สำคัญ - จำนวนผู้ผลิตเริ่มลดลง
4. เทคโนโลยีในการผลิต	- เป็นการผลิตในระยะสั้น - มีการพัฒนาวิธีการผลิต - ค่าจ้างแรงงานสูงและมีความชำนาญค่อนข้างมาก - ใช้อุปกรณ์เทียบกับปัจจัยทุน	- ปัจจัยทุนเพิ่มมากขึ้น - วิธีการผลิตมีมาตรฐานมากขึ้น	- การผลิตระยะยาวจะใช้ปัจจัยทุนมากขึ้น - สินค้ามีมาตรฐานสูง - ต้องการแรงงานที่มีทักษะลดลง	- แรงงานที่ขาดทักษะจะถูกทดแทนโดยเครื่องจักรสำหรับการผลิต

ที่มา: Daniels and Radebaugh, 2001:174

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบ หรือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

องค์ประกอบหรือส่วนผสมทางการตลาดได้รับการพัฒนาโดย Professor E Jerome McCarthy ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบหลายๆ อย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้เป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) ที่สามารถควบคุมหรือพัฒนาได้ เพื่อให้ธุรกิจการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ องค์ประกอบเหล่านี้ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product)

การท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มองไม่เห็น เป็นสินค้าที่มีคุณลักษณะเป็นพิเศษเฉพาะตัว การท่องเที่ยวมุ่งที่การขายและประสบการณ์ที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้สัมผัสมากกว่าตัวสินค้าที่มีรูปร่างลักษณะต่างๆ ไปในร้านค้าที่ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบตัวสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อได้ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวยังไม่สามารถที่จะเก็บไว้ เช่นสินค้าประเภทอื่นๆ ได้ เช่น จำนวนห้องพักในโรงแรม จำนวนตัวที่นั่งของสายการบิน เพราะการที่ห้องพักว่างหรือนั่งว่างในเครื่องบิน สะท้อนถึงรายได้ที่จะต้องสูญเสียทางธุรกิจของบริษัทนั้นๆ

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมักจะตั้งอยู่ในทำเลที่ห่างไกลจากลูกค้า จึงมีความจำเป็นต้องมีคนกลาง หรือ ผู้จัดหานักท่องเที่ยวในการขายการท่องเที่ยว บทบาทดังกล่าวนี้จะเป็นบทบาทของผู้ขายส่งธุรกิจการท่องเที่ยว (Tour Wholesalers) และตัวแทนการเดินทางท่องเที่ยว (Travel Agencies) ผลผลิตทางการท่องเที่ยวจะต้องจำหน่ายเกือบทั้งหมดให้แก่ลูกค้าหรือผู้ซื้อสินค้าโดยมองไม่เห็นสินค้า และเมื่อตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งหมายความว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าการท่องเที่ยวต้องใช้จ่ายทั้งเวลา และ เงินก่อนที่จะได้รับ หรือ ใช้บริการสินค้าที่ซื้อจริงๆ

ในประการสุดท้าย ความต้องการด้านการท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดจะมีความยืดหยุ่นค่อนข้างสูงมากกับสิ่งแวดล้อมต่อไปนี้ เช่น ถ้าราคาการท่องเที่ยวสูงก็จะลดจำนวนนักท่องเที่ยวให้น้อยลง ฤดูกาลท่องเที่ยว การแข่งขันในตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวที่สูงมาก และการเปลี่ยนแปลงอันขึ้นอยู่กับความนิยมเป็นครั้งคราวรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นผลผลิตทางการท่องเที่ยวจึงสามารถเป็นได้ทั้งตัวสินค้า หรือ การแนะนำด้านการตลาดในเวลาเดียวกัน

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วยสินค้าทั้งที่เป็นรูปธรรม นามธรรม และการบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากที่สุด มีลักษณะเด่นดังนี้

- มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ผสม ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจย่อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผสมกัน ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการขนส่ง และ ธุรกิจบันเทิง เป็นต้น
- ส่วนผสมบางส่วนของผลิตภัณฑ์เป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องหรือทดลองใช้ได้ เช่น บริการ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย
- อายุของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับฤดูกาล เนื่องจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่ใช่สินค้าจำเป็นต่อการบริโภคประจำวัน ลูกค้าต้องการบริโภคเมื่อต้องการเดินทางหรือหยุดพักผ่อน หรือฤดูกาลท่องเที่ยวอื่นๆ
- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีช่องทางการจำหน่ายมาก การจำหน่ายผ่านตัวแทน (Travel Agent) ทำให้ขายได้ในปริมาณมากกว่าการขายตรง ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงต้องลงทุนสูงเพื่อต้องการกระจายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เงินทุนกลับคืนหรืออยู่ในจุดคุ้มทุนให้รวดเร็วที่สุด ลูกค้าจะซื้อสินค้าได้ราคาถูกกว่าเมื่อซื้อผ่านตัวแทน
- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และ การบริการ

2. การกำหนดราคา (Price)

การกำหนดราคาสินค้าการท่องเที่ยว ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวแน่นอน กลยุทธ์ที่น่าจะเหมาะสมที่สุด คือการตั้งราคาตามคุณค่าของการบริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับ (Received Value Pricing) หรือการตั้งราคาโดยเปรียบเทียบกับคุณภาพของบริการ (Price Quality Effect) การกำหนดราคาสำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ นิยมใช้ 2 วิธีคือ การกำหนดราคาสูงที่สุด (Skimming Pricing) คือ การตั้งราคาให้สูงสุดที่ทำได้ในระดับที่ลูกค้าพอใจซื้อ เพื่อแสดงว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี มีการลงทุนสูง เป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเจาะตลาดผู้มีรายได้สูง และราคาไม่เป็นที่ปัญหาในการตัดสินใจซื้อ และ อีกวิธีคือ การกำหนดราคาต่ำกว่าราคาตลาด (Penetration Pricing) เป็นการกำหนดราคาต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งของตลาดและดึงดูดความสนใจของลูกค้ามากที่สุด

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Process of Delivery)

ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง วิธีการที่จะนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปเสนอขายให้แก่ผู้บริโภค หรือ นักท่องเที่ยวในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม ที่นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งวิธีการกระจายสินค้าให้ถึงนักท่องเที่ยวมีอยู่ 2 วิธีคือ การขายตรงและการขายโดยผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสามารถทำได้รวดเร็วที่สุด ผู้ผลิตจึงให้ราคาพิเศษแก่ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะตรงข้ามกับการซื้อ

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มักจะมีราคาสูงเมื่อผ่านตัวกลาง แต่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับมีราคาถูกลง จึงทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายในตลาดท่องเที่ยวมีหลากหลายมากขึ้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งกระบวนการขายโดยบุคคล และ ไม่ใช่บุคคลเข้าไปติดต่อลูกค้าเพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อติดต่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายและลูกค้า เครื่องมือเหล่านี้ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การขายโดยบุคคล (Personal Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการเน้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

มิ่งสรรค์ ขาวสะอาด และคณะ(2548) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยมองพัฒนาการการท่องเที่ยวในภูมิภาคแห่งนี้ในลักษณะที่บูรณาการอย่างยั่งยืน ซึ่งมองภาพตั้งแต่ระดับมหภาคของทั้ง 3 ประเทศ คือ ไทย ลาว และกัมพูชา จนถึงระดับในชุมชน ถึงแม้ว่าผลการวิจัยส่วนใหญ่จะเป็นการวิเคราะห์ในเชิงเศรษฐศาสตร์ แต่ก็ทำให้เห็นถึงพัฒนาการการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ตลอดจนศักยภาพและการคาดการณ์ในอนาคตของการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคแห่งนี้ นอกจากนี้งานวิจัยชิ้นนี้ยังได้ศึกษาถึงการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวของสามประเทศ เช่น การเปิดจุดผ่านแดนเส้นทางคมนาคมทั้งทางบก ทางเรือและทางอากาศ นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในแง่ของความเป็นเมืองมรดกโลกของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น นครวัด ในกัมพูชา หลวงพระบางในลาว และกรุงสุโขทัยในประเทศไทย อีกทั้งงานวิจัยชิ้นนี้ยังได้หยิบเอาประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตอย่างเช่น การระบาดของโรคซาร์(SARs) ตลอดจนยังได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน ในประเด็นเกี่ยวกับการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวและการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวที่อาจมีปัญหาในด้านความไม่เท่าเทียมกันเกิดขึ้น

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่(2549) เป็นงานวิจัยที่มุ่งศึกษาการท่องเที่ยวในฐานะเป็นยุทธศาสตร์ของการพัฒนา โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของภูมิภาค(Mingsarn Kaosa-ard, 2006) การกระจายความมั่งคั่งของการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนที่ด้วยโอกาสอย่างเช่น ผู้หญิงและเด็ก ตลอดจนปัญหาความขัดแย้ง การสูญเสียสิทธิตามประเพณี อันมี มณฑลยูนนาน ของประเทศจีน ประเทศไทย ลาว กัมพูชา และเวียดนามเป็นพื้นที่ในการศึกษา ผลการศึกษาจากแบบจำลองระดับมหภาค พบว่า แท้ที่จริงแล้วการขยายตัวของการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ ไม่ได้นำไปสู่การลดปัญหาความยากจนแต่อย่างใด ในระดับท้องถิ่น พบว่า รายได้ของชาวบ้านจากการท่องเที่ยวเพียงเล็กน้อย การศึกษาของชาวบ้านในหมู่บ้านมีผลต่อรายได้จากการท่องเที่ยว ส่งผลทำให้การกระจายรายได้ในหมู่บ้านแยลงไปกว่าเดิม เมื่อเทียบกับรายได้จากการเกษตรที่ชาวบ้านทำอยู่ก่อน จากผลการวิจัยดังกล่าวส่งผลทำให้งานวิจัยชิ้นนี้มีข้อสรุป ดังนี้ คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวมีการใช้ประโยชน์จากต้นทุนสังคมและต้นทุนสาธารณะอย่างมากมายมหาศาล ดังนั้นจึงไม่ควรปล่อยการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ตกอยู่ในมือของระบบตลาดอย่างเสรี โดยไร้การควบคุมจากรัฐและชุมชน

จุฑามาศ ลิ้มรัตนพันธ์ (2547) ได้ศึกษาวิจัยการท่องเที่ยวทางเลือกหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง โดยเน้นความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบชุมชน ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการผลิตการท่องเที่ยว บริบทของปัญหาการวิจัยมาจากการที่หลวงพระบางได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวไปเป็นการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ ผู้คนในชุมชนได้ตระหนักถึงความสำคัญ

ของการท่องเที่ยวว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตในท้องถิ่น จึงมองหาโอกาสในการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยรับเอาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมกับชุมชนของตนเอง ในระยะแรกจึงเป็นการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดหาหรือผลิตบริการการท่องเที่ยวตามศักยภาพของชุมชนตนเอง

ดังนั้น ในงานวิจัยเล่มนี้ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเรื่องการเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนามนั้น จึงได้นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่ได้อธิบายถึงองค์ประกอบหรือส่วนผสมทางการตลาด(Marketing Mix)ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ถูกพัฒนาโดย Professor E Jerome McCarthy และทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์การค้า(Product Life Cycle: PLC) ที่ได้รับการพัฒนาโดย Raymond Vernon มาใช้เป็นกรอบหลักในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม อีกทั้งคณะผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว มาร่วมปรับใช้ในการอธิบายและเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวระหว่างสองประเทศ ด้วย

บทที่ 3

พัฒนาการ กลยุทธ์ สถานการณ์

ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

ในบทนี้จะเป็นการกล่าวถึงพัฒนาการ กลยุทธ์ ตลอดจนสถานการณ์การท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการสร้างความเข้าใจถึงลำดับขั้นของพัฒนาการท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ อันจะนำไปสู่การวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจถึงสถานการณ์ และกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ ดังมีรายละเอียด ต่อไปนี้ คือ

3.1 พัฒนาการและกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย

3.1.1 พัฒนาการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1960 ใช้ชื่อว่าองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) มีบทบาทสำคัญในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ และพัฒนาการท่องเที่ยวให้เติบโตไปในทิศทางที่ถูกต้องและเหมาะสม โดยการศึกษาและจัดวางแนวทางการพัฒนาเป็นแผนแม่บทเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นกรอบทางนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเริ่มมีความชัดเจนอย่างเห็นได้ชัดในปี ค.ศ. 1976 โดย Netherlands Institute of Tourism Consultants และบริษัท เอส.จี.วี. ณ ถลาง แผนการท่องเที่ยวดังกล่าวเน้นการพัฒนาทางกายภาพ สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และในปี ค.ศ. 1980 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ทำการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยการจัดลำดับแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาได้จำแนกจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทยออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูง กลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพในการพัฒนาปานกลาง และกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพในการพัฒนาต่ำ

ดังนั้นตั้งแต่เริ่มมีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (ค.ศ. 1977 – 1981) เป็นต้นมา พบว่าพัฒนาการท่องเที่ยวมีเป้าหมายนำเงินตราต่างประเทศโดยสร้างงาน สร้างอาชีพให้เศรษฐกิจเจริญก้าวหน้าและเติบโตอย่างรวดเร็วนับจากปี ค.ศ. 1982 เรื่อยมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความ

เจริญทางเศรษฐกิจขึ้นเป็นลำดับ สร้างรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับหนึ่งมากกว่าสินค้าส่งออก ทั้งสินค้าส่งออกและสินค้าเกษตรกรรม ต่อมาในปี ค.ศ. 1987 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ประกาศเป็นปีท่องเที่ยวไทย (Visit Thailand Year)

แม้ว่า ททท. ได้วางแผนพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้ เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อาจเกิดคู่กัน โดยมีนโยบายหลักว่า “อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด” แต่ผู้ประกอบการหลายรายมิได้ปฏิบัติตามแผนฯ แต่กลับมุ่งใช้ทรัพยากรกันอย่างฟุ่มเฟือยขาดจิตสำนึกต่อการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม ขาดการรับผิดชอบการเสียสละต่อส่วนรวม ละเลย และละเมิดต่อกฎระเบียบ กฎหมาย ในที่สุดประมาณปี ค.ศ. 1985 – 1986 เมืองหลักทางการท่องเที่ยวหลายแห่ง ได้รับผลกระทบจากมลพิษทางสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาน้ำเสีย ปัญหาสาธารณสุขโลก (น้ำ ไฟ โทรศัพท์) ไม่เพียงพอในเมืองต่างๆ เช่น เมืองพัทยา เกาะเสม็ด เป็นต้น

ดังนั้นในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (ค.ศ. 1992 – 1996) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม เพื่อลดผลกระทบมลพิษทางสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับแผนแม่บทของโลก คือ แผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ที่กำหนดถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการบริโภค ประชากร และความสามารถในการรองรับของโลกต่อการค้าทุน สิ่งมีชีวิต (Earth's life Supporting Capacity) รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีและเทคนิคต่างๆ ที่จะตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ขณะเดียวกันนั้นได้มีการจัดการทรัพยากรอย่างระมัดระวัง การพัฒนาอย่างยั่งยืนมุ่งเน้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม ปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไปจากสังคมบริโภคนิยมสู่สมัยสังคมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

สำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (ค.ศ. 1997 – 2001) ได้กำหนดให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างเสรีภาพมั่นคงและสมดุลเสริมสร้างโอกาสการพัฒนาศักยภาพของคนในการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาและได้รับผลจากการพัฒนาที่เป็นธรรม อันเป็นการพัฒนาที่มุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างงานสร้างรายได้แล้วยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตามแผนฯ 8 จึงดำเนินการส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาวและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ และมรดกของชาติสืบไป

ส่วนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (ค.ศ. 2002 – 2006) ให้ความสำคัญการพัฒนาแบบองค์รวม การดำเนินงานแบบบูรณาการ มีคนเป็นศูนย์กลางเช่นเดียวกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 มุ่งการพัฒนาสู่สังคมที่เข้มแข็งและมีคุณภาพใน 3 ด้าน คือ สังคมคุณภาพ สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ สังคมสมานฉันท์และเอื้ออาทรต่อกัน ซึ่งแผนฯ 9 นี้มีวิสัยทัศน์ (Vision) ประชาชนทุกคนได้รับการคุ้มครองสิทธิและเข้าถึงระบบการคุ้มครองทางสังคมที่มีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐานอย่างทั่วถึงเสมอภาคและเป็นธรรม โดยคำนึงถึงศักดิ์ศรี คุณธรรม ความโปร่งใส ภูมิปัญญาท้องถิ่น การมีส่วนร่วม การบูรณาการทางสังคม และ การพัฒนาที่ยั่งยืน

โดยสรุปแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฯ ฉบับที่ 9 จะประกอบไปด้วยการพัฒนาคุณภาพคนและคุ้มครองทางสังคม การปรับโครงสร้างการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การบริหารเศรษฐกิจส่วนรวม การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ การพัฒนาความเข้มแข็งทางวิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยีการบริหารจัดการที่ดี

ดังนั้นการท่องเที่ยวไทยได้ปรับตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งโดยคุณแนวโน้มของค่านิยม พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะกลุ่ม พัฒนาการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล เน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน ขยายขอบเขตพื้นที่ท่องเที่ยวให้ไทยเป็นศูนย์กลางเพิ่มบทบาทขององค์กรระดับท้องถิ่น ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและฟื้นฟูทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นหลัก และมุ่งเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ

สรุปแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ประเทศไทยเน้นด้านความหลากหลายและแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Diversification) ได้ดี ไทยยังมีศักยภาพสูงที่จะขยายตัวได้ดีในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 โดยมีจุดอ่อนที่ต้องแก้ไข คือ การบริหารจัดการในภาครัฐ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรท่องเที่ยวและวงจรกับดักราคาค่ำ วัตถุประสงค์หลักของแผนฯ คือ สร้างให้ไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสูง (Quality Destination) การดำเนินงานจะต้องแบ่งออกเป็นการแก้ไขปัญหาเร่งด่วน เพื่อแสวงหารายได้เพื่อผู้วิฤต เศรษฐกิจ และการแก้ปัญหาโครงสร้างเพื่อแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการโดยกำหนดให้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นวาระแห่งชาติ ตั้งหน่วยประสานงานการปฏิบัติให้เป็นระบบ ตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสูง พัฒนากลุ่มธุรกิจเชิงพื้นที่ ลงทุนด้านความรู้และสารสนเทศ

สรุปแผนกลยุทธ์ 10 ประการในช่วงแผนฯ 9 คือ การบริหารแผนฯ และ ปรับโครงสร้าง การพัฒนาสมรรถนะการบริหารจัดการท่องเที่ยวขององค์กรท้องถิ่น การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การพัฒนาระบบสารสนเทศและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนการประชุมและนิทรรศการนานาชาติ การพัฒนาชุมชนท้องถิ่น และ SMEs การยกระดับคุณภาพสู่ความเป็นสากล การท่องเที่ยวเพื่อสังคมปัญญา ส่งเสริมและขยายบริการด้านการท่องเที่ยว และพัฒนาไทยเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวในภูมิภาค

นอกจากนั้นในช่วงปีแผนฯ 9 รัฐบาลได้ทำการปรับปรุงโครงสร้างของหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จึงมีการตั้งกระทรวงการท่องเที่ยว และ กีฬาขึ้น เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม ค.ศ. 2002 ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 หมวด 5 ตามมาตรา 14 โดยกำหนดให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การกีฬา การศึกษา ด้านกีฬานันทนาการ และราชการอื่นตามที่กฎหมายกำหนด โดยมีหน่วยงานหลักคือ การกีฬาแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งถือเป็นหน่วยงานที่สำคัญในด้านการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมทั้งการพัฒนาด้านกีฬาและนันทนาการ ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและกีฬามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและมีสังคมของประเทศเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยกำหนดให้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การกีฬา การศึกษาด้านกีฬา นันทนาการ และราชการอื่นตามที่กฎหมายกำหนด โดยมีหน่วยงานหลักคือ การกีฬาแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งถือเป็นหน่วยงานที่สำคัญในด้านการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาด้านกีฬาและนันทนาการ

ในส่วนของการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้วางนโยบายให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สร้างกลยุทธ์ทางการแข่งขันโดยชูความเข้มแข็งของแบรนด์ประเทศไทย และวางแผนเพื่อเจาะตลาดการท่องเที่ยวทั้งในเอเชีย ยุโรป และ อเมริกา โดยจะเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพมากกว่าปริมาณบนพื้นฐานที่ไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีหน้าที่หลักคือ “การทำตลาดท่องเที่ยว” ภายใต้นโยบายที่ได้รับมอบหมายมาจากกระทรวงฯ

นอกจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีหน้าที่ในการวางนโยบายให้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แล้วยังมีหน้าที่จัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยว 9 มาตรฐาน ได้แก่ มาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มาตรฐานเดินป่า มาตรฐานป็นหน้าผา มาตรฐานล่องแก่ง มาตรฐานคูนก และมาตรฐานคู่มือสื่อ ยิ่งไปกว่านั้นกระทรวงฯ ยังมีหน้าที่ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.1.2 แผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานการท่องเที่ยว

วิสัยทัศน์

1. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับโลก
2. อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ของประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันระดับ นานาชาติ และเป็น
หนทางสำคัญของการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ

พันธกิจ

1. สร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ พื้นฟู หรือ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน
2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วม และ เสริมสร้างขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวให้แก่ทุกภาคส่วน
3. พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ให้เป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน
4. พัฒนาระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
5. สร้างความมั่นใจ อำนวยความสะดวก และ ให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
6. พัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยว
7. ส่งเสริม สนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย
8. ส่งเสริม สนับสนุน อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การจัดการความยากจนระดับชุมชนด้วยการท่องเที่ยว
2. การปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้สมดุล และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
3. การต่างประเทศ และเศรษฐกิจระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยว
4. การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์

เป้าประสงค์

1. ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว
2. มีมาตรการส่งเสริมสนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย เพื่อนำรายได้
เข้าประเทศ
3. บทบาทของประเทศไทยในการเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในเวทีโลก
4. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องระหว่างส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น
(จังหวัดที่มีโอกาสทางการท่องเที่ยวสูง และกลาง 80% โอกาสน้อย 20%)
5. พัฒนามาตรฐานในด้านการบริการ (40%) ความปลอดภัย (20%) และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน(40%)

6. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อภารกิจทั้ง 3 ด้าน
7. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความยั่งยืนและสมดุลกับสภาพแวดล้อม

กลยุทธ์

1. พัฒนาขีดความสามารถของชุมชน และองค์กรปกครองท้องถิ่นให้สามารถพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้
2. สร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนมีคุณภาพ และได้มาตรฐานสากล
3. พัฒนาระดับมาตรฐาน การให้บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว
4. พัฒนาศูนย์บริการถ่ายทำภาพยนตร์ ให้มีศักยภาพ และส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย
5. ผลักดันความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
6. สร้างความมั่นใจ แก่นักท่องเที่ยวในการบริหารวิกฤติ อำนาจความสะดวกและให้ความปลอดภัย

3.1.3 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งแต่

ค.ศ.2007 – 2011

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยและเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ
2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างเสริมความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง
3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัว และ ต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักชาติ สิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุล ระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัด และข้ามภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้ หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการค้า

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e-Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ

8. ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กับ หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

3.1.4 แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี ค.ศ.2008

แผนการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี 2008 ดำเนินการภายใต้กรอบนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ ดังนี้

1) กรอบนโยบายรัฐบาล ซึ่งต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ มุ่งเน้นการนำสู่พัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นนอเอกลักษ์ณ์วัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ ธรรมชาติ

2) ความสำคัญต่อกรอบนโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งได้ให้บทบาทของการท่องเที่ยวเพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาค เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้ความเข้มแข็งของ Brand ประเทศไทย และจะต้องสร้างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประโยชน์ต่อสังคมภายใต้จิตสำนึกของการรักษาสิ่งแวดล้อม และความภูมิใจในชาติ

3) ยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะ 5 ปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ มุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ ธรรมชาติ เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

เป้าหมายตำแหน่งทางการตลาด ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น

“แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่หลากหลายให้ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า และประทับใจ”

เป้าหมายทางการตลาด

ตลาดต่างประเทศ สร้างรายได้จำนวน หกแสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละสิบ

ตลาดในประเทศ สร้างเงินตราหมุนเวียนภายในประเทศ สามแสนแปดหมื่นห้าพันล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ สอง

กลุ่มเป้าหมาย

ตลาดต่างประเทศ เน้นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป และ เอเชียตะวันออก ซึ่งเป็นตลาดหลัก(Key Markets) ในการสร้างรายได้ให้ประเทศไทย และมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด รวมทั้งรุกตลาดใหม่ (Emerging Markets) คือ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย รัสเซีย กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก และ ตะวันออกกลาง ซึ่งแม้ว่าตลาดเหล่านี้จะมีฐานตลาดขนาดเล็ก แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูงมาก

สินค้าทางการท่องเที่ยว

เพื่อสนับสนุนการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับBrand “Amazing Thailand” ที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องการจะต่อยอด และสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง การนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวสู่ตลาดโลก ในป็นี่จึงนำเสนอในลักษณะรวมกลุ่มของสินค้า และสร้าง Theme ให้กับแต่ละกลุ่ม เพื่อสื่อถึงประสบการณ์ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ และ เกิดความ “Amazing” ต่อประเทศไทย จากจุดแข็งของสินค้าที่มีอย่างหลากหลาย โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะนำเสนอจุดแข็งของสินค้าประเทศไทยเป็น 7 กลุ่ม หรือ 7 แนวทางที่จะสร้างความสุขให้กับนักท่องเที่ยวในปี 2008 ได้แก่

- วิถีไทย “หัวใจแผ่นดิน” (The World’s Friendliness Culture)
- มรดกแห่งแผ่นดิน (Land of Heritage and History)
- หลากหลายทะเลไทย (Sun Surf and Serenity)
- ชีวิตร่วมสมัย ความสุขใจที่แตกต่าง (Your Senses with Unique Trends)
- รักษ์ ห่วงใย ใส่ใจธรรมชาติ (The Beauty of Natural Wonders)
- สุขภาพนิยม (The Beauty of Wellness and Wellbeing)
- เทศกาลความสุข สีสันพรรณษา (The Land of Year Round Festivities)

กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

- สร้างความเข้มแข็งให้แบรนด์ “ประเทศไทย”
- ขยายตลาดกลุ่มคุณภาพ
- รักษาส่วนแบ่งทางการตลาด
- เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน

3.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000

ประเทศไทย เป็นประเทศที่สวยงามและมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและหลากหลายกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา ความสวยงามของทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวนมากถึง สิบล้านคนต่อปี นอกจากนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังจัดว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญและสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเฉลี่ยปีละ สามแสนล้านบาท ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ในปี ค.ศ. 2003 และ 2005 อัตราการขยายตัวดังกล่าวกลับมีการเติบโตลดลง นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลทางด้านรายได้จากการท่องเที่ยวที่มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามในช่วง ปี ค.ศ. 2003 และ 2005 พบว่าอัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวมีอัตราการปรับลดลง ซึ่งการปรับลดลงในปี ค.ศ. 2003 พบว่า เป็นผลมาจากการก่อการร้าย และการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส ส่วนในปี ค.ศ. 2005 พบว่าเป็นผลจากการเกิดเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย (TSUNAMI) ในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันในช่วงปลายเดือน ธันวาคม ปีค.ศ. 2004 และ ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทย และ รายได้จากการท่องเที่ยวของ

ประเทศไทยในช่วง ปี ค .ศ.2000 – 2007

ปี ค.ศ.	นักท่องเที่ยวต่างชาติ		รายได้จากการท่องเที่ยว	
	จำนวน (ล้านคน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2000	9.51	+10.82	285,272	+12.75
2001	10.06	+5.82	299,047	+4.83
2002	10.80	+7.33	323,484	+8.17
2003	10.00	-7.36	309,269	-4.39
2004	11.65	+16.46	384,360	+24.28
2005	11.52	-1.51	367,380	-4.42
2006	13.82	+20.01	482,319	+31.29
2007	14.46	+4.65	547,782	+13.57

ที่มา www.tat.or.th

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาพักในประเทศไทยในช่วงปี ค .ศ.2000 – 2007 มีวันพักเฉลี่ยที่ 7 – 9 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนที่ประมาณ 3,900 บาท ในปี ค .ศ.2004 พบว่าค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นเป็น 4,057.85 บาทต่อคนต่อวัน แต่ตัวเลขดังกล่าวกลับลดลงในปี 2005 เหลือเพียง 3,890.13บาทต่อคนต่อวัน ซึ่งสืบเนื่องมาจากการเกิดเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย (TSUNAMI) ในปี 2004 นั่นเอง แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลับเพิ่มสูงขึ้นเป็น 4,048.22 บาทต่อคนต่อวัน ในปี 2006 ดังตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 จำนวนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 - 2007

ปี ค.ศ.	นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	จำนวนวันพักเฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	
		ต่อคนต่อวัน (บาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2000	7.77	3,861.19	+4.23
2001	7.93	3,748.00	-2.93
2002	7.98	3,753.74	+0.15
2003	8.19	3,774.50	+0.55
2004	8.13	4,057.85	+7.51
2005	8.20	3,890.13	-4.13
2006	8.62	4,048.22	+4.06
2007	9.19 ^p	4,120.95 ^p	+1.80

ที่มา www.tat.or.th

P = Preliminary Data

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยตั้งแต่ปี ค.ศ.2000 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มเอเชียตะวันออกมีจำนวนมากที่สุด ซึ่งมีจำนวนมากถึง 5.782 ล้านคนในปี ค.ศ. 2000 และเพิ่มเป็น 7.981 ล้านคนในปี ค.ศ. 2007 อันดับสองได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยในปี ค.ศ. 2000 มีจำนวน 2.191 ล้านคน และเพิ่มเป็น 3.690 ล้านคนในปี ค.ศ.2007 ดังตารางที่ 3-3

ตารางที่ 3-3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย

หน่วย : ล้านคน

กลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
เอเชียตะวันออก	5.782	6.096	6.565	6.200	7.071	6.712	7.942	7.981
ยุโรป	2.191	2.328	2.475	2.284	2.648	2.708	3.322	3.690
อเมริกา	0.598	0.614	0.650	0.586	0.703	0.745	0.825	0.818
โอเชียเนีย	0.385	0.431	0.427	0.348	0.471	0.504	0.627	0.731
เอเชียใต้	0.340	0.334	0.391	0.391	0.469	0.519	0.605	0.686
ตะวันออกกลาง	0.202	0.239	0.275	0.206	0.293	0.306	0.406	0.454
แอฟริกา	0.081	0.091	0.090	0.067	0.083	0.073	0.094	0.105
รวมทั้งหมด	9.579	10.133	10.873	10.082	11.738	11.567	13.821	14.465

ที่มา www.tat.or.th

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยือนประเทศไทย ถ้าพิจารณาเป็นรายประเทศในแต่ละภูมิภาคพบว่า ในภูมิภาคเอเชียตะวันออก นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และ ชาวญี่ปุ่น เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยมากเป็นอันดับต้นๆ โดยในปี ค.ศ. 2000 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเข้ามาเยือนประเทศไทย เป็นอันดับหนึ่งมีจำนวนมากถึง 1,206,549 คน นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเข้ามาเยือนประเทศไทยเป็นอันดับที่สอง คิดเป็นจำนวน 1,055,933 คน แต่อย่างไรก็ตามในปี ค.ศ.2007 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเข้ามาเยือนประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่ง มีจำนวนมากถึง 1,551,959 คน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีการเข้ามาเยือนประเทศไทยเป็นอันดับสอง คิดเป็นจำนวน 1,248,700 คน นอกจากนี้สถิติตัวเลขนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาเยือนประเทศไทยก็มีจำนวนมากขึ้น คือ 1,033,141 คน สำหรับภูมิภาคยุโรป พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเข้ามาเยือนประเทศไทย มากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งในปี ค.ศ. 2007 มีจำนวนทั้งสิ้น 746,422 คน ดังตารางที่ 3-4

ตารางที่ 3-4 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยจำแนกตามภูมิภาค (รายประเทศ)

หน่วย : คน

ประเทศ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
มาเลเซีย	1,055,933	1,161,490	1,297,619	1,340,193	1,391,379	1,342,988	1,578,632	1,551,959
สิงคโปร์	659,539	669,166	687,982	633,805	737,677	797,782	818,162	799,100
สาธารณรัฐประชาชนจีน	704,463	695,372	763,708	624,923	780,050	762,388	1,033,305	1,003,141
ฮ่องกง	495,153	531,300	533,798	657,458	664,988	441,458	463,339	448,057
ญี่ปุ่น	1,206,549	1,179,202	1,233,239	1,026,287	1,194,480	1,188,871	1,293,313	1,248,700
เกาหลี	448,207	553,441	717,361	695,034	910,891	816,501	1,101,525	1,075,516
ไต้หวัน	711,702	728,953	678,511	525,916	560,198	378,047	472,851	427,033
ฝรั่งเศส	240,568	238,550	254,610	220,659	252,458	261,672	319,910	351,651
เยอรมนี	387,904	407,353	412,968	389,293	449,765	445,155	507,942	537,200
สวีเดน	210,504	224,268	222,154	210,882	223,031	223,484	307,284	374,320
สหราชอาณาจักร	480,303	522,117	574,007	550,087	634,750	685,077	745,525	746,422
สหรัฐอเมริกา	485,701	494,920	519,668	469,165	566,726	591,114	640,674	623,638
อินเดีย	203,221	206,541	253,475	230,790	300,634	352,965	429,732	506,237
ออสเตรเลีย	326,003	366,468	358,616	284,749	396,959	423,825	538,490	638,126

ที่มา www.tat.or.th

สำหรับการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยนั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถที่จะมาเยือนประเทศไทยได้ 3 ทางด้วยกัน คือ ทางอากาศ ทางบก และทางทะเล จากข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาโดยทางอากาศนั้นมีจำนวน 8,076,930 คน ในปี ค.ศ. 2000 และ เพิ่มขึ้นเป็น 11,975,492 คนในปี ค.ศ. 2007 ในขณะที่การเดินทางโดยทางบก และ ทางทะเลมีการเพิ่มขึ้นไม่มากนัก (ตารางที่ 3-5) สาเหตุหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางมาโดยทางอากาศนั้น อาจเป็นเพราะ ความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งการแข่งขันทางด้านราคาของธุรกิจสายการบิน จึงทำให้เกิด สายการบินต้นทุนต่ำขึ้น นอกจากนั้น การสร้างสนามบินสุวรรณภูมิ ภายใต้นโยบายการเป็นศูนย์กลางการบินที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย ทำให้ท่าอากาศยานของประเทศไทยสามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากขึ้น

ตารางที่ 3-5 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการเดินทาง

หน่วย : คน

ลักษณะการเดินทาง	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007*
ทางอากาศ	8,076,930	8,456,412	8,955,094	8,164,118	9,803,081	9,543,981	11,495,097	11,975,492
ทางบก	1,253,654	1,426,586	1,693,114	1,737,845	1,687,714	1,781,342	2,024,071	2,208,689
ทางทะเล	248,242	249,511	224,768	180,146	246,618	242,081	302,634	280,047
รวม	9,578,826	10,132,509	10,872,976	10,082,109	11,737,413	11,567,341	13,821,802	14,464,228

ที่มา www.tat.or.th

สำหรับวัตถุประสงค์ของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่านักท่องเที่ยวมากกว่า ร้อยละ 80 เลือกเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อพักผ่อน ส่วนอันดับสองคือ เดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจ ดังตารางที่ 3-6

ตารางที่ 3-6 แสดงวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

หน่วย : ร้อยละ

วัตถุประสงค์	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
เพื่อพักผ่อน	88.01	88.22	89.26	87.88	87.25	82.12	82.39	83.08
เพื่อธุรกิจ	9.05	8.73	7.64	8.53	8.38	7.97	8.67	8.77
อื่นๆ	2.94	3.05	3.10	3.59	4.37	9.91	8.94	8.15
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100

ที่มา www.tat.or.th

3.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ อูรยา กรุงเทพฯ และภูเก็ต

3.3.1 สถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่ หรือเวียงพิงค์ ก่อตั้งโดยพญามังรายมหาราชปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์มังรายเมื่อ ค.ศ. 1296 ราชวงศ์นี้ได้ปกครองนครเชียงใหม่ต่อมาอีก 200 ปี เมืองนี้จึงตกเป็นเมืองขึ้นของพม่าในปี ค.ศ. 1558 ต่อมาในปี ค.ศ. 1774 พระเจ้าตากสินมหาราชมาขับไล่พม่าจนพ่ายแพ้ไป เชียงใหม่จึงรวมเข้าในอาณาจักรสยามนับแต่นั้นมา ต่อมาในสมัยพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก เชียงใหม่มีฐานะเป็นเมืองประเทศราช

และเมื่อมีการปรับปรุงการปกครองส่วนภูมิภาคในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เชียงใหม่ได้เปลี่ยนฐานะเป็นมณฑลพายัพ และ เป็นจังหวัดในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว

จากประวัติศาสตร์ของนครเชียงใหม่ ทำให้จังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันเป็นเมืองที่ใหญ่ และเป็นหนึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย ซึ่งมีความสำคัญมากที่สุดในภาคเหนือ สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปกรรมและประวัติศาสตร์ เช่น วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร เวียงกุมกาม อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย เป็นต้น นอกจากนี้ เชียงใหม่ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ดอยอินทนนท์ เป็นต้น

จากความสำเร็จของทรัพยากรธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการจัดอันดับจากนิตยสาร Travel and Leisure ประเทศสหรัฐอเมริกา ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับ 1 ใน 5 ของโลก ดังนั้นตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มากถึง 1,311,856 คน และเพิ่มขึ้นเป็น 1,876,300 คนในปี ค.ศ. 2006 ส่วนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า จำนวนวันพักเฉลี่ย อยู่ที่ 3 – 4 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 3,176 บาทต่อคนต่อวัน แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ในปี ค.ศ. 2007 นักท่องเที่ยวต่างชาติกลับลดลงเหลือเพียง 1,583,837 คน ส่วนวันพักเฉลี่ย ยังคงอยู่ที่ 3-4 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 3,282 บาทต่อคนต่อวัน ดังตารางที่ 3-7

ตาราง 3-7 ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ตั้งแต่ปี 2000 -2007

ปี เชียงใหม่	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)	1,311,856	N/A	1,558,317	1,431,351	1,746,201	1,786,753	1,876,300	1,583,837
จำนวนวันพักเฉลี่ย (วัน)	4.41	N/A	4.21	4.11	3.86	3.32	3.42	3.42
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	3,294.74	N/A	2,214.84	2,334.83	3,570.09	3,179.69	3,141.02	3,282.28

ที่มา www.tat.or.th

สำหรับแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่พบว่าไม่มีแผนเป็นรูปธรรม แต่กิจกรรมส่วนใหญ่ที่จัดทั้งหมดจะสอดคล้องกับแผนการท่องเที่ยวจากส่วนกลางเป็นสำคัญ

วัตถุประสงค์สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มี 5 ประการ

1. เพื่อส่งเสริมให้ชาวเมืองเชียงใหม่พยายามรักษาสีธรรม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ให้คงสภาพดั้งเดิมให้มากที่สุด อันจะทำให้นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนให้ชื่นชมและประทับใจในบรรยากาศ ที่เพียบพร้อมไปด้วยสิ่งเหล่านี้ซึ่งหาชมได้ยากในภูมิภาคอื่นของโลก
2. เพื่อส่งเสริมให้มีการฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวเชียงใหม่และชาวเมืองเหนือขึ้นมาใหม่เท่าที่จะกระทำได้ ไม่ว่าจะเป็นประเพณีงานเลี้ยงขันโตก ประเพณีแต่งกายพื้นเมือง หรือการใช้เสื้อหม้อฮ่อม และอื่น ๆ
3. เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีอาชีพมีงานทำและมีรายได้จากการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ
4. เพื่อพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองประวัติศาสตร์ พยายามรักษาสภาพบรรยากาศอันสงบไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้ และจะไม่พัฒนาให้เปลี่ยนโฉมหน้าไปตามแบบฉบับวัฒนธรรมผสมอย่างกรุงเทพฯ พร้อมทั้งจะไม่สนับสนุนให้มีสถานที่ซึ่งอาจจะขัดต่อศีลธรรมและขนบธรรมเนียมของท้องถิ่น
5. เพื่อเผยแพร่และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เข้าใจถึงศีลธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น เพื่อจะได้ไม่กระทำในสิ่งที่ไม่ดีไม่งามให้กระทบกระเทือนจิตใจของชาวพื้นเมือง

3.3.2 สถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นราชธานีเก่าแก่ของสยามประเทศ มาเป็นเวลา 417 ปี ราชวงศ์ที่ปกครองอยุธยาประกอบด้วย ราชวงศ์อู่ทอง ราชวงศ์สุพรรณภูมิ ราชวงศ์สุโขทัย ราชวงศ์ปราสาททองและราชวงศ์บ้านพลูหลวง มีกษัตริย์ปกครองทั้งสิ้น 33 พระองค์ โดยมีปฐมกษัตริย์ คือ สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) พระนครศรีอยุธยาจึงนับเป็นราชธานีที่มีอายุยาวนานที่สุดในประวัติศาสตร์ของชาติไทย ตลอดระยะเวลาที่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีแห่งราชอาณาจักรไทย มิได้เป็นเพียงช่วงแห่งความเจริญสูงสุดของชนชาติไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างสรรค์อารยธรรมของหมู่ชนมนุษยชาติซึ่งเป็นที่ประจักษ์แก่นานาอารยประเทศอีกด้วย แม้ว่ากรุงศรีอยุธยาจะถูกทำลายเสียหายจากสงครามกับประเทศเพื่อนบ้านหรือจากการบุกรุกขูดคั้นของพวกเรากันเอง แต่สิ่งที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบันนี้ยังมีร่องรอยหลักฐานซึ่งแสดงอัจฉริยภาพและความสามารถอันยิ่งใหญ่ของบรรพบุรุษแห่งราชอาณาจักรผู้อุทิศตนสร้างสรรค์ความเจริญรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรม และความมั่งคั่งไว้ให้แก่ผืนแผ่นดินไทย หรือแม้แต่ชาวโลกทั้งมวล จึงเป็นที่น่ายินดีว่า องค์การยูเนสโก โดยคณะกรรมการมรดกโลกได้มีมติรับนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีอาณาเขตครอบคลุมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยาน

ประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1976 ไว้ในบัญชีมรดกโลก เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม ค.ศ. 1991 ณ กรุงคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย พร้อมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย-อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร โดยจะมีผลให้ได้รับความคุ้มครองตามอนุสัญญาที่ประเทศต่างๆ ได้ทำร่วมกัน จึงสมควรที่อนุชนรุ่นหลังจะได้ไปศึกษาเยี่ยมชมเมืองหลวงเก่าแห่งนี้ สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัด พระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นโบราณสถาน ได้แก่ วัด และพระราชวัง ได้แก่ พระราชวังบางปะอิน ในเขต อำเภอบางปะอิน ส่วนวัดที่สำคัญ ได้แก่ วิหารพระมงคลบพิตร วัดธรรมิกราช วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดพุทไธสวรรย์ วัดใหญ่ชัยมงคล เป็นต้น

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจำนวน 157,381 คน ในปี ค.ศ. 2000 และเพิ่มขึ้นเป็น 351,820 คนในปี ค.ศ. 2007 ส่วนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า จำนวนวันพักเฉลี่ย อยู่ที่ 2 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 2,317 บาทต่อคนต่อวัน ดังตารางที่ 3-8

ตาราง 3-8 ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ตั้งแต่ปี 2000 -2007

ปี อยุธยา	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
จำนวน นักท่องเที่ยว ต่างชาติ (คน)	157,381	N/A	213,898	121,029	168,735	170,374	209,765	351,820
จำนวนวันพัก เฉลี่ย (วัน)	1.97	N/A	1.99	1.98	2.42	2.58	2.44	2.34
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	1,339.09	N/A	1,251.43	2,241.51	1,479.93	2,308.31	2,257.64	2,317.59

ที่มา www.tat.or.th

จากข้อมูลในตารางที่ 3-8 พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่นิยมมาเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือผู้ที่มาเที่ยวในจังหวัดนี้ อาจจะเดินทางไป-กลับ อยุธยา กรุงเทพฯ มากกว่าที่จะพักอยู่ จังหวัดนครศรีอยุธยาจึงทำให้จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่เกิน 2 วัน สาเหตุสำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวไม่พักค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องมาจากระยะทางระหว่างกรุงเทพฯ และ อยุธยา ห่างกัน แค่ 79 กิโลเมตร อีกทั้งการคมนาคมขนส่งที่สะดวกจึงทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาพำนักที่จังหวัด กรุงเทพฯ มากกว่า แต่อย่างไรก็ตามสำนักงาน ททท. ภาคกลางเขต 6 ได้ตระหนักถึงข้อเท็จจริงข้างต้น จึงได้ กำหนดกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปี ค.ศ.2008

แผนการตลาด สำนักงาน ททท. ภาคกลางเขต 6

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างกระแสการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

1. โครงการเส้นทางท่องเที่ยวสุขใจ
2. โครงการเที่ยวเมืองไทย ใกล้กรุงเทพฯ
3. โครงการอยุธยาขำ นั่งสามล้อชมเมือง
4. โครงการมรดกโลกริมสายน้ำ

กลยุทธ์ที่ 2 รมรงค์ท่องเที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว

1. โครงการอยุธยาหมงคลปี 2008
2. โครงการสองมือ สร้างสรรเพื่อโลกสวย
3. โครงการประกวดถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้ สร้างประโยชน์แก่สังคม

1. โครงการส่งเสริมการจัดกิจกรรมเทศกาลประเพณีในท้องถิ่น
2. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่กลุ่มเยาวชน กิจกรรมเนื่องในวันเด็กแห่งชาติ ปี 2008
3. โครงการเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้
4. โครงการเปิดความรู้สู่โลกกว้าง
5. การศึกษาดูงานโครงการในพระราชดำริและฟาร์มตัวอย่างในพื้นที่รับผิดชอบ

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัด และภูมิภาค

1. การจัด การเข้าร่วมงาน Road Show ส่งเสริมการขายข้ามภูมิภาคในประเทศ และ ต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมให้เกิดการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

1. การจัดทัศนศึกษาสื่อมวลชน และ บริษัทนำเที่ยว (Media Fam Trip/Agent Fam Trip)
2. โครงการนำผู้ประกอบการในพื้นที่ร่วมงานส่งเสริมการขาย (Consumer Fair/Trade Fair/Table Top Sale) ทั้งในและต่างประเทศในฐานะผู้ขาย (Seller)
3. การทำจดหมายข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรมทางการท่องเที่ยว
4. การต้อนรับและอำนวยความสะดวกสื่อมวลชน และ บริษัทนำเที่ยวจากสำนักงานในประเทศ สำนักงานต่างประเทศ เข้ามาทัศนศึกษาในพื้นที่

5. โครงการล่องเจ้าพระยา
6. โครงการคาราวานท่องเที่ยวสุขใจ
7. การประชุมปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่
8. การสนับสนุนการจัดรายการโทรทัศน์วิทยุเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
9. การผลิตวัสดุอุปกรณ์สื่อโฆษณา

3.3.3 สถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครมีฐานะเป็นเมืองหลวงและเมืองศูนย์กลางความเจริญของประเทศไทย คือ เป็นทั้งศูนย์กลางการบริหารราชการแผ่นดิน การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ และการสื่อสาร ฯลฯ เช่นเดียวกับนครหลวงของประเทศอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตามกรุงเทพมหานคร ก็ยังคงมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และ วัฒนธรรมมากมายหลายแห่งด้วยกัน เช่น วัดอรุณราชวราราม วัดสระเกษ (ภูเขาทอง) วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และเสาชิงช้า เป็นต้น

กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นอันดับ “หนึ่ง” โดยในปี ค.ศ.2000 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยือนกรุงเทพมหานครมีมากถึง 8,070,786 คน และเพิ่มขึ้นเป็น 11,637,412 คน ในปี ค.ศ.2006 แต่อย่างไรก็ตามพบว่าในปี ค.ศ. 2007 นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเหลือ 10,843,548 คน กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีความได้เปรียบเนื่องจากเป็นประตูแรกที่สามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยได้สะดวกและมีความพร้อมในหลายๆ ด้าน อาทิ แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก อีกทั้งยังมีศูนย์การประชุมใหญ่ๆ หลายแห่ง ตลอดจนมีระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากมาย จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมายังกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก จึงส่งผลให้แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี สำหรับจำนวนวันพักเฉลี่ยและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติพำนักรวมในกรุงเทพฯ เฉลี่ย 2-3 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 3,771 บาทต่อคนต่อวันในปีค.ศ. 2007 ดังตารางที่ 3-9

ตาราง 3-9 ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ตั้งแต่ปี 2000 -2007

ปี กรุงเทพฯ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
จำนวน นักท่องเที่ยว ต่างชาติ (คน)	8,070,786	N/A	9,120,319	9,118,275	10,992,670	11,540,699	11,637,412	10,843,548
จำนวนวันพัก เฉลี่ย (วัน)	2.89	N/A	2.84	3.46	3.44	3.73	3.26	3.56
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	4,288.49	N/A	4,209.44	3,987.19	4,066.55	3,818.88	3,793.13	3,771.14

ที่มา www.tat.or.th

จากการสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร พบว่ามีความหลากหลาย สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น คลอง แหล่งดูนก ทะเล-ชายฝั่ง-ป่าชายเลน แหล่งศึกษาธรรมชาติ และ วังปลาเป็นต้น

- 1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา เช่น แหล่งประวัติศาสตร์การเมืองไทย พิพิธภัณฑ-หอสมุด โบราณสถาน-ซากปรักหักพัง-ป้อมปราการ ย่านอาคารเก่า-อาคารอนุรักษ์ อนุสาวรีย์ วัด-โบสถ์-สุเหร่า-ศาลเจ้า-สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และสถานปฏิบัติธรรม เป็นต้น
- 2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และ กิจกรรม หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวในลักษณะของวัฒนธรรมความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ซึ่งจำแนกดังนี้ ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ได้แก่ ประเพณีสำคัญประจำปี งานแสดง ย่านชุมชนเก่าแก่ และแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทกิจกรรม ได้แก่ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดขนาดใหญ่ ตลาดน้ำ เส้นทางสัญจรน้ำ เส้นทางรถไฟ แหล่งจับจ่ายสินค้า (Shopping) ห้างสรรพสินค้า ถนนคนเดิน โรงภาพยนตร์ โรงละคร โรงมหรสพ หอศิลป์ สวนสาธารณะ เส้นทางท่องเที่ยวด้วยจักรยาน สวนสัตว์ สวนสนุก สวนเกษตร แหล่งเพาะพันธุ์พืชหรือสัตว์ ศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้า และ เทคโนโลยี มหาวิทยาลัย สนามกีฬา ศูนย์กีฬา โรงพยาบาล คลินิกเสริมความงาม สถานเสริมสวย สปา ศูนย์สุขภาพ สถานเริงรมย์ แหล่งบันเทิง ร้านอาหาร สวนอาหาร แหล่งจำหน่ายอาหารขึ้นชื่อ

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังจัดแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตเมือง ตามลักษณะ ของความน่าสนใจและกิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ออกเป็น 7 ประเภทดังนี้

- 1) เป็นเมืองหลวง มักมีโบราณสถาน และประวัติความประเพณีโบราณสถาน เมืองใหญ่ที่เป็นมาที่น่าสนใจ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาความรู้ ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ พระราชวัง โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง และ สถาปัตยกรรมหรือ อาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น
- 2) ประเภทศาสนสถาน ได้แก่ วัด อุโบสถ มัสยิด โบสถ์
- 3) ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ชายทะเล ชายหาด ป่าไม้ ป่าชายเลน น้ำตก เป็นต้น
- 4) ประเภทศิลปวัฒนธรรมและ การศึกษา ความหมายโดยรวม หมายถึงวิถีชีวิต ชุมชน ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ยาวนาน เช่น กลุ่มชาวจีนย่านถนนเยาวราช กลุ่มชาวมอญเกาะเกร็ด เป็นต้น และยังรวมถึงงานประเพณีประจำปี พิธีกรรมทางศาสนา การละเล่น และ การแสดงต่างๆ นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรมท้องถิ่น อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถานต่างๆ เป็นต้น
- 5) ประเภทสถานที่เริงรมย์ ได้แก่ โรงละครไปถึงภัตตาคาร โรงภาพยนตร์ และอื่นๆ ที่ได้รับการอนุญาตอย่างถูกกฎหมาย
- 6) ประเภทอุตสาหกรรม หัตถกรรม สินค้าที่ระลึก ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดเล็ก กลุ่มทอผ้า กลุ่มทำเครื่องประดับต่างๆ กลุ่มแม่บ้านที่มีสินค้าหัตถกรรม สินค้าOTOP แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ ศูนย์การค้า ซึ่งมีกิจกรรมนันทนาการครบครัน เช่น สวนสนุก ลานสเก็ตน้ำแข็ง หรือ ตลาดนัด เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร เป็นต้น
- 7) ประเภทอื่นๆ ได้แก่ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนสนุก สวนน้ำ กีฬา และ นันทนาการต่างๆ

แผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครเริ่มมีแผนแม่บทฉบับที่ 1 เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ในปี ค.ศ. 2005 ซึ่งแผนดังกล่าวมีระยะเวลา 5 ปี โดยเริ่มจากปี 2005 และสิ้นสุดในปี 2009 แผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 1 มุ่งพัฒนาปัจจัยเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสร้างกรุงเทพมหานครให้เป็นมหานครที่น่าเที่ยว น่าอยู่ แผนแม่บท

ฉบับนี้ได้วางยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็นกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาอย่างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม

วิสัยทัศน์ “ กรุงเทพมหานครเป็นเมืองท่องเที่ยวสากลเพื่อคนทุกกลุ่ม ที่ดำรงเอกลักษณ์ทาง ศิลปวัฒนธรรม เคารพวิถีชีวิตพื้นถิ่น และพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. พัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับศักยภาพและขีดจำกัดของแต่ละพื้นที่
2. จัดบริการให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ มีความสะดวก และราคาเหมาะสมเป็นธรรม
3. รักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
4. พัฒนาการท่องเที่ยวโดยการพินเอกลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาพื้นถิ่น
5. พัฒนาการท่องเที่ยวโดยอนุรักษ์และพัฒนาสภาพนิเวศ สิ่งแวดล้อม พลังงาน และป้องกันผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรม
6. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนไว้ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว
7. ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยองค์กรชุมชน และเน้นการเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือ
8. จัดการการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงกลุ่มคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส เด็ก สตรี และ ผู้สูงอายุ
9. ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือยกระดับอาชีพ – รายได้ แก่ประชาชน และกระจายผลประโยชน์สู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม
10. บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ระบบการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี

ยุทธศาสตร์ และ แผนงานของกรุงเทพมหานคร

แผนแม่บทฉบับนี้มียุทธศาสตร์การพัฒนา 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.1 อนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น
 - 1.2 จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทุกกลุ่มอย่างเสมอภาค โดยเฉพาะกลุ่มคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ
 - 1.3 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่รองรับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
2. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
 - 2.1 ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยว
 - 2.2 ส่งเสริมและพัฒนาการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- 2.3 ส่งเสริมและพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
- 2.4 ส่งเสริมและพัฒนาเครื่องมือในการสื่อความหมายกับนักท่องเที่ยว
- 2.5 ยกระดับมาตรฐาน และเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ
3. ยุทธศาสตร์เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
 - 3.1 ปรับโครงสร้างองค์กรและอัตรากำลัง เพื่อรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
 - 3.2 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงบประมาณ การเงิน การคลัง ด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
 - 3.3 จัดให้มีแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระดับเขต
 - 3.4 พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ เอกชน และ ประชาชน
 - 3.5 ปรับแก้กฎหมายและกฎระเบียบให้เอื้อต่อกิจการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
 - 3.6 เพิ่มหลักประกันด้านสวัสดิภาพ และยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
 - 3.7 ติดตามประเมินผล
4. ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
 - 4.1 พัฒนาองค์ความรู้เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
 - 4.2 ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยชุมชน และองค์กรอื่นๆ
 - 4.3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือทุกภาคีเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.3.4 สถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ภูเก็ตได้ชื่อว่าเป็นไข่มุกแห่งอันดามัน เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกในด้านความสวยงามของทิวทัศน์ และ หาดทราย น้ำทะเลสีฟ้าใส พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวครบครัน แหล่งท่องเที่ยวของภูเก็ตที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดฉลอง วัดพระนางสร้าง หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน แหลมพรหมเทพ เป็นต้น

ความสวยงามตามธรรมชาติของภูเก็ตเป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมาพบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากถึง 2,443,871 คน และเพิ่มขึ้นเป็น 3,432,741 คนในปี ค.ศ. 2004 แต่อย่างไรก็ตามหลังจากเกิดเหตุการณ์ธรณีพิบัติ (TSUNAMI) ในปลายปี 2004 ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ภูเก็ต คือ ในปี ค.ศ. 2005 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเหลือเพียง 1,266,900 คน และกลับเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ในปี ค.ศ. 2006 และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มเป็น 2,827,852 คน และ 3,160,349 คนในปี ค.ศ. 2006 และ 2007 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พำนักอาศัยอยู่ในภูเก็ตประมาณ 5 วัน และมีค่าใช้จ่าย

เฉลี่ย 4,565 บาทต่อคนต่อวัน ในปี ค.ศ. 2007 ยกเว้นแต่เพียงปี 2005 เท่านั้นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีวันพักในภูเก็ตเพียง 3.89 วัน ดังตารางที่ 3-10

ตาราง 3-10 ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนวันพักเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ตั้งแต่ปี 2000 -2007

ปี ภูเก็ต	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
จำนวน นักท่องเที่ยว ต่างชาติ (คน)	2,443,871	N/A	2,766,350	2,688,499	3,432,741	1,266,900	2,827,852	3,160,349
จำนวนวันพัก เฉลี่ย (วัน)	5.38	N/A	5.43	5.44	5.20	3.89	5.29	5.57
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	4,029.34	N/A	4,066.52	4,082.27	4,038.42	3,838.42	4,349.38	4,565.74

ที่มา www.tat.or.th

แต่อย่างไรก็ตามสถานการณ์ท่องเที่ยวของภูเก็ตในช่วงปี 2005 เป็นต้นมา พบว่านอกเหนือจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติแล้ว เหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียซึ่งเดินทางผ่านมาทางด่านสะเดาที่เป็นด่านนักท่องเที่ยวเขาที่ใหญ่เป็นอันดับสาม รองจากท่าอากาศยานกรุงเทพฯ และ ท่าอากาศยานภูเก็ต มีจำนวนลดลงมากกว่าร้อยละ 10

สำหรับตลาดเอเชียโดยรวมแล้วถือว่าได้รับผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากเป็นตลาดระยะใกล้ที่มีความอ่อนไหวต่อสถานการณ์และการเกิดวิกฤติต่างๆ ค่อนข้างมาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในตลาดเอเชีย จึงตัดสินใจยกเลิกการเดินทางมายังประเทศไทยได้ในระยะเวลาอันสั้น สำหรับนักท่องเที่ยวระยะไกล โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ยังคงมีแนวโน้มในการเดินทางมาเยือนประเทศไทยอยู่ แต่นักท่องเที่ยวเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางจากอันดามันไปเป็นแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทดแทน จากปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้หน่วยงานที่รับผิดชอบร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวภูเก็ตและ ยุทธศาสตร์การตลาด การท่องเที่ยวภูเก็ต เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้นในพื้นที่อันดามัน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวภูเก็สู่ความยั่งยืน

1. จัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Zoning Management) เพื่อให้การใช้ประโยชน์เหมาะสมกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน โดยแบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว
 - พื้นที่ที่อนุญาตให้ใช้ประโยชน์ในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกประเภท
 - พื้นที่ที่อนุญาตให้ใช้ประโยชน์ในกิจกรรมการท่องเที่ยวบางประเภทที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
 - พื้นที่ที่ไม่อนุญาตให้ใช้ประโยชน์ในกิจกรรมการท่องเที่ยวใดๆ
2. วางแผนจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Landscape Management) ในจังหวัด โดยการอนุรักษ์ ซ่อมแซม และบำรุงรักษาสถาปัตยกรรมที่เป็นจุดเด่น พร้อมทั้งสร้างสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
3. พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย (Tourism Activity Management) สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม
 - สร้างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ นอกเหนือจากรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน
 - จัดการรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ
4. พัฒนาสุนทรียศาสตร์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Authenticity Management) ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัด
5. พัฒนาระบบคมนาคม (Tourism Track Management)
 - เชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว
 - พัฒนาระบบขนส่งมวลชนให้สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว
6. พัฒนาสาธารณูปโภคในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ (Tourism Facility Management)
7. พัฒนาระบบฐานข้อมูลและศูนย์รวมของข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (Tourism Information Management) โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาใช้บริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกสบาย และได้ข้อมูลที่ถูกต้อง

8. พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตให้เพียงพอและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกระดับ (Tourism Carrying Capacity Management)

ยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

1. สร้างมาตรฐานราคา (Price) สินค้าให้มีความเหมาะสมกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
2. พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลาย (Place)
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) ให้เกิดความหลากหลาย ทั้งด้านของรูปแบบ คุณภาพ และราคา เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกระดับ
4. พัฒนารูปแบบการวางแผนการตลาด (Promotion)
 - พัฒนาให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของกลุ่มอันดามัน และเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และ กระบี่
 - พัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการประชุมและสัมมนาระหว่างประเทศโดยใช้จุดเด่นของจังหวัดภูเก็ตที่มีความสวยงาม และหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และข้อได้เปรียบจากค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง
 - วางแผนการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการซื้อสูงให้มาท่องเที่ยวในจังหวัด
5. พัฒนาศักยภาพ (People) ให้มีทักษะด้านภาษาต่างประเทศ และ ทักษะในการให้บริการ
6. สนับสนุนการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) เชื่อมโยงกับจังหวัดกระบี่ และพังงา
7. พัฒนาแพคเกจทัวร์ (Package) ให้สอดคล้องกับศักยภาพในการท่องเที่ยวของจังหวัด และมีการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัด
8. ส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่มีจิตวิทยาการบริการ (Psychology)

3.4 พัฒนาการและกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย

3.4.1 พัฒนาการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการศึกษา พบว่า การจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีการพัฒนาที่แตกต่างกัน โดยสามารถจัดแบ่งพัฒนาการออกได้เป็น 2 ยุค ด้วยกันดังนี้ คือ

ยุคหลังสงครามสู่การรวมประเทศปีค.ศ 1975

ภายหลังจากการสิ้นสุดสงครามระหว่างเวียดนาม-สหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ 1975 เวียดนามได้ทำการรวมประเทศเป็นหนึ่งเดียวอย่างเป็นทางการ แต่ในขณะเดียวกัน เวียดนามต้องประสบกับปัญหาและวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจอยู่หลายครั้ง แผนพัฒนาเศรษฐกิจประสบความล้มเหลว เนื่องจากผู้นำยึดมั่นแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมหนักตามแบบโซเวียตซึ่งมีปัจจัยที่ต่างจากเวียดนามมาก ยิ่งไปกว่านั้น เวียดนามยังถูกซ้ำเติมด้วยภัยธรรมชาติ ส่งผลให้เวียดนามตกอยู่ในภาวะเงินเฟ้อ ปัญหาการว่างงาน การขาดดุลงบประมาณของรัฐ การขาดแคลนอาหารและเครื่องอุปโภค บริโภค

ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว จึงส่งผลทำให้รัฐบาลกลางของเวียดนามมุ่งเน้นที่การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และยังมีได้ให้ความสนใจต่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวภายในประเทศของตนเองแต่อย่างใด ตลอดจนยังไม่มีแนวความคิดในการปรับปรุง หรืออนุรักษ์สถาปัตยกรรม ศิลปะ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่ได้รับความเสียหายจากภัยสงคราม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีคุณค่าต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเวียดนามในอนาคต

ยุคปฏิรูปเศรษฐกิจ(นโยบาย Doi Moi)ของประเทศไทยปี ค.ศ 1986 –ปัจจุบัน

ภายหลังการผ่อนปรนทางเศรษฐกิจใน ปี ค.ศ 1986 โดยดำเนินการผ่านนโยบาย Doi Moi ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจของเวียดนามเป็นแบบแบบผสมระหว่างทุนนิยมและสังคมนิยม ซึ่งในระยะ 10 ปีแรก คือ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1986 - 1995 รัฐบาลเวียดนามได้เน้นการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม การสร้างงาน การลดความยากจนของประชาชน เน้นการสร้างความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจ ตลอดจนเน้นการสร้างความสะดวกให้แก่คนในสังคม อย่างไรก็ตามการดำเนินนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในช่วงระยะเวลา 10 ปีแรก ยังมีได้เน้นหนักหรือให้ความสำคัญในเรื่องของการพัฒนาทางการจัดการท่องเที่ยวภายในประเทศแต่อย่างใด เพราะยังอยู่ในช่วงของการพัฒนาหรือเตรียมความพร้อมให้แก่ด้านการ

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน การมีเสถียรภาพทางด้านเศรษฐกิจมากกว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ต่อมาในช่วงระยะ 10 ปีหลัง ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996 -2005 รัฐบาลเวียดนามเน้นการพัฒนาประเทศ จากสังคมเกษตรกรรมสู่สังคมอุตสาหกรรม และเริ่มที่จะให้ความสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2001 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวของเวียดนามเติบโตและได้รับการพัฒนาให้เป็นสาขาสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยในช่วงเวลาดังแต่ปี ค.ศ. 2001 – 2005 มีสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ดังตารางที่ 3-11

ตารางที่ 3-11 สถิติด้านการท่องเที่ยวของเวียดนามในช่วงปี ค.ศ. 2001 – 2005

รายการ	หน่วย	2001	2002	2003	2004	2005	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	พันคน	2,330.0	2,628.0	2,428.7	2,928.0	3,460.0	9.1
นักท่องเที่ยวภายในประเทศ	พันคน	11,700.0	13,000.0	13,500.0	14,500.0	16,100.0	8.1
รายได้จากการท่องเที่ยว	พันล้าน (ดอลลาร์สหรัฐ)	1.63	1.97	1.90	2.17	2.52	11.9
จำนวนห้องพักของโรงแรม	พันห้อง	74.5	78.8	82.0	85.4	112.0	11.2

ที่มา : Pham Trung Luong, 2006. Vietnam Tourism: Current Development and Strategies up to 2010. Seminar on “Mekong Tourism: Learning Across Border II”. Siem Reap, Cambodia, 1 – 3 June 2006.

จากตารางจะเห็นได้ว่า แม้ในช่วงเดือนแรกของปี ค.ศ. 2004 และปี ค.ศ. 2005 จะเกิดเหตุการณ์ใช้หัวคนกแพร่ระบาดในภูมิภาคซึ่งส่งผลกระทบในด้านลบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเยือนเวียดนามนั้นยังคงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและเมื่อสิ้นปี ค.ศ. 2005 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนเวียดนามถึง 3,460,000 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 91 จากปี ค.ศ. 2004) และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศกว่า 2.52 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยือนเวียดนามยังเป็นตัวเลขที่ต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน โดยในปี ค.ศ. 2005 เวียดนามมีส่วนแบ่งการตลาดจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่

เข้ามาเยือนในภูมิภาคในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับไทย คือ ร้อยละ 27.7 มาเลเซียมีนักท่องเที่ยวไปเยือนร้อยละ 20.9 และสิงคโปร์มีนักท่องเที่ยวไปเยือนร้อยละ 37.6 และในช่วงเดือนแรกของปี ค.ศ. 2006 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเยือนเวียดนาม 1,287,000 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.9 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (Pham Trung Luong, 2006)

เวียดนามได้มีการปรับปรุงการอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้ามาเยือนเวียดนามโดยการทำสัญญาสองฝ่ายเพื่อยกเว้นวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย สปป.ลาว กัมพูชา และสิงคโปร์ โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศเหล่านี้สามารถเดินทางเข้าไปเยือนเวียดนามได้โดยถือเพียงหนังสือเดินทางปกติ (Passport) เท่านั้น และสามารถอยู่ในเวียดนามได้นาน 30 วัน นอกจากนี้เวียดนามยังมีการยกเว้นวีซ่าให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และอีก 4 ประเทศในยุโรปเหนือ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศเหล่านี้จะสามารถอยู่ในเวียดนามได้ 15 วัน โดยหวังว่าจะทำให้มีนักท่องเที่ยวจากประเทศเหล่านี้เดินทางมาท่องเที่ยวในเวียดนามเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าหมายคือกลุ่มนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นและเกาหลีใต้

ในปี ค.ศ. 2005 มีการออกกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านการประชุมระดับชาติ ครั้งที่ 11 (สมัยการประชุมครั้งที่ 7) และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2006 กฎหมายดังกล่าวมีเนื้อหาพื้นฐานเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว และให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวในเวียดนามอย่างเต็มที่และดีที่สุด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันในระดับภูมิภาค นอกจากนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของเวียดนามได้รับการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่จากรัฐบาล มีการจัดกิจกรรมและนิทรรศการนานาชาติหลายครั้ง และมีการเดินสายเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยว อาทิ การเข้าร่วมงาน World Expo ที่ญี่ปุ่น โดยเฉพาะในการประชุมสภาด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน (ASEAN Tourism Forum: ATF 2005) และการประชุมต่าง ๆ เป็นต้น สำหรับภายในประเทศเวียดนามเองมีการจัดงานเทศกาลหรืองานรื่นเริงต่าง ๆ มากมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การจัดงานเทศกาลชายหาดนาตรัง (Nha Trang Beach Festival) Nghe An Visit Year 2005, การจัดงานเทศกาลวัฒนธรรม 3 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม – สปป.ลาว – ไทย ที่เว้ (Hue), การจัดงานเทศกาลดอกไม้ที่ดาลัด (Da Lat) เป็นต้น

เนื่องจากการท่องเที่ยวของเวียดนามมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปัจจุบันมีผู้เข้ามาลงทุนทำกิจการเกี่ยวกับที่พัก แหล่งบันเทิงและร้านอาหารในเวียดนามเพิ่มมากขึ้น และยังส่งผลต่อการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ธุรกิจด้านการขนส่ง โดยปัจจุบันมียานพาหนะสำหรับให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวกว่า 6,500 คัน มีเรือรับส่งและเรือท่องเที่ยวให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งเรือขนาดใหญ่และเรือขนาดเล็ก เนื่องจากในแต่ละปีจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการเหล่านี้เพิ่มขึ้นจาก 18 ล้านคน เป็น 20 ล้านคนทุกปี (นักท่องเที่ยวทั้งหมดทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ) มีโรงแรมและที่พักกว่า

1,652 แห่งทั่วประเทศ มีห้องพักทั้งหมดรวมกันกว่า 48,976 ห้อง เป็นห้องพักระดับ 5 ดาว 5,251 ห้อง ระดับ 4 ดาว จำนวน 5,797 ห้อง และระดับ 3 ดาว 8,724 ห้อง มีบริษัทที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการนำเที่ยวและการเดินทางกว่า 400 แห่ง นอกจากนี้ในเวียดนามยังมีโรงเรียนที่เปิดสอนและฝึกอบรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและศูนย์วิชาชีพที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งหมด 46 แห่ง ประกอบด้วย มหาวิทยาลัย 20 แห่ง วิทยาลัย 4 แห่ง และโรงเรียนสอนด้านการท่องเที่ยวและศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว 22 แห่ง (Pham Trung Luong, 2006)(ดูตารางที่ 3-12 ประกอบ)

ตารางที่ 3-12 ข้อมูลบางประการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม

รายละเอียด	จำนวน
1. ยานพาหนะรับ-ส่ง นักท่องเที่ยว	6,500 คัน
2. ผู้ให้บริการ(นักท่องเที่ยวภายใน-ต่างชาติ)	ประมาณ 18-20 ล้านคนต่อมียัตราการเพิ่มขึ้นประมาณ 2 ล้านคน ต่อ ปี
3. โรงแรมที่พักทั่วประเทศ	1,652 แห่ง (ห้องพักรวมทั้งหมด 48,976 ห้อง แยกเป็นห้องพักระดับห้าดาว 5,251 ห้อง, ระดับสี่ดาว 5,797 ห้อง, ระดับสามดาว 8,724 ห้องที่เหลือเป็นห้องพักทั่วไป)
4. บริษัท หรือตัวแทนการท่องเที่ยว	400 แห่ง
5. สถานเปิดสอนและฝึกอบรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	46 แห่ง(มหาวิทยาลัย 20 แห่ง, วิทยาลัย 4 แห่ง และโรงเรียน 22 แห่ง)

ภายใต้การดำเนินนโยบายในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวของเวียดนามส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สังเกตได้จากสถิติของนักท่องเที่ยวในระหว่างปี ค.ศ. 2001 ถึง 2005 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยือนเวียดนามมียัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 9.1 โดยมีความแตกต่างกันไปในแต่ละตลาดนักท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกตามภูมิภาค พบว่า ประเทศสำคัญที่นักท่องเที่ยวมีอัตราการเดินทางเข้ามาเยือนเวียดนามเพิ่มขึ้นมากที่สุดในแต่ละกลุ่มเป็นดังนี้ ในกลุ่มเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ในกลุ่มยุโรป ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์และเยอรมนี และในกลุ่มอเมริกา ได้แก่ แคนาดา(ดูตารางที่ 3-13 ประกอบ)

วัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเดินทางมายังเวียงคานามากที่สุด คือ เพื่อพักผ่อนในช่วงวันหยุด เหตุผลรองลงมา คือ เพื่อเดินทางเข้ามาลงทุนทำธุรกิจ อย่างไรก็ตามตลาดการท่องเที่ยวของเวียงคานในช่วงปี ค.ศ. 2001 – 2005 ยังไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เกิดขึ้นมากนัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเวียงคานโดยเครื่องบิน เนื่องจากการเดินทางโดยทางเรือและรถยนต์ยังคงทำได้ค่อนข้างลำบาก แต่มีบางเส้นทาง คือ เส้นทางหมายเลข 9 ที่เอื้อต่อการเดินทางให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาชนลาว สภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าหากเวียงคานต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนมากขึ้น เวียงคานจะต้องหันมาใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบด้านความยาวของชายฝั่งและต้องมีการเพิ่มในเรื่องของจุดเชื่อมโยงทางบก นอกจากนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนและจัดระบบการเดินทางทางรถไฟและแม่น้ำต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกด้วย (ดูตารางที่ 3-14 ประกอบ)

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนที่มาจากยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี มักให้ความสนใจหรือนิยมไปท่องเที่ยว คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาทิเช่น พิพิธภัณฑ์สงคราม อุโมงค์กู๋จี สุสานของโฮจิมินห์ รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิเช่น ฮาลองเบย์ ชายทะเลที่ดานัง Mekong Delta เป็นต้น แต่ถ้าเป็นแหล่งช้อปปิ้ง อาทิเช่น ตลาด Ben Than ที่โฮจิมินห์ หรือตลาด Dong Ha ที่ดานัง ต่างก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างความสนใจให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากเมืองไทยมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ

ตารางที่ 3-13 : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเยือนเวียดนามจำแนกตามตลาดนักท่องเที่ยว

ตลาด		2001	2002	2003	2004	2005	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
กลุ่มเอเชีย							
1	สาธารณรัฐประชาชนจีน	672.9	724.4	693.4	778.4	780.2	4.0
2	ญี่ปุ่น	204.9	279.8	209.7	267.2	312.3	13.9
3	เกาหลีใต้	75.2	105.1	130.1	233.0	298.7	42.7
4	ไต้หวัน	200.1	211.1	207.9	257.0	290.1	10.1
5	ประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน	240.9	269.4	327.0	390.0	498.2	20.1
กลุ่มยุโรป							
6	ฝรั่งเศส	99.7	111.5	86.8	104.0	120.3	6.3
7	เยอรมนี	39.1	46.3	44.6	56.6	75.8	18.8
8	อังกฤษ	64.7	69.7	63.3	71.0	87.2	8.4
9	สวิตเซอร์แลนด์	15.6	16.1	16.1	17.7	21.4	8.9
กลุ่มอเมริกาเหนือ							
10	สหรัฐอเมริกา	230.5	219.0	219.0	272.5	328.7	10.5
11	แคนาดา	36.0	43.6	40.1	53.8	64.2	18.4
กลุ่มคาบมหาสมุทร							
12	ออสเตรเลีย	84.1	96.6	93.3	128.7	139.8	14.4
13	นิวซีแลนด์	6.9	8.3	8.1	10.5	12.1	15.6
14	อื่น ๆ	259.4	384.1	279.3	287.6	431.0	8.1
รวม		2,330.0	2,628.0	2,428.7	2,928.0	3,460.0	9.1

ที่มา : Pham Trung Luong, 2006. Vietnam Tourism: Current Development and Strategies up to 2010. Seminar on “Mekong Tourism: Learning Across Border II”. Siem Reap, Cambodia, 1 – 3 June 2006.

ตารางที่ 3-14 จำนวนนักท่องเที่ยวในปี ค.ศ 2005

รายการ	จำนวน(คน)
วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	
ท่องเที่ยว	2,041,529
ประกอบธุรกิจ	493,335
เยี่ยมญาติ	505,327
อื่นๆ	427,566
กลุ่มนักท่องเที่ยว	จำนวน(คน)
จีน	752,576
อเมริกา	333,566
เกาหลีใต้	317,213
ไต้หวัน	286,324
ญี่ปุ่น	320,605
กัมพูชา	186,543
ออสเตรเลีย	145,359
ฝรั่งเศส	126,402
อังกฤษ	80,884
แคนาดา	63,431
ไทย	84,100
สิงคโปร์	77,676
มาเลเซีย	76,755
เยอรมัน	64,448
ลาว	44,462
อื่นๆ	507,413

ที่มา: www.vietnamtourism.com

จากสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี จึงส่งผลทำให้เวียดนามได้มีการวางแผนเป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จสมบูรณ์ภายในปี ค.ศ. 2010 ไว้ดังนี้ (Pham Trung Luong, 2006)

1. **เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว** โดยเวียดนามตั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปี ค.ศ. 2006 ไว้ที่จำนวน 3.0 – 3.5 ล้านคน และนักท่องเที่ยวในประเทศจำนวน 15.0 – 16.0 ล้านคน และในปี ค.ศ. 2010 ตั้งเป้าหมายไว้ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 5.5 – 6.0 ล้านคน และนักท่องเที่ยวในประเทศจำนวน 25.0 ล้านคน

เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ จึงมีการกำหนดแผนการระดับชาติสำหรับปี ค.ศ. 2010 โดยจะมีการพัฒนาสวนธรรมชาติ อุทยานและเมืองหลักด้านการท่องเที่ยว จำนวน 21 แห่ง โดยจะได้รับการสนับสนุนในเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ จากภาครัฐ ซึ่งเมืองท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นนี้ไม่เพียงแต่จะมีศักยภาพสูงในการแข่งขันระดับภูมิภาคเท่านั้น แต่จะสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก

สำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงนั้น เวียดนามมีเมืองท่องเที่ยวและอุทยานแห่งชาติที่สำคัญ 5 แห่ง ด้วยกัน ได้แก่ Long Hai Beach (Ba Ria – Vung Tau Province), Can Gio World Biosphere Site (Ho Chi Minh City), Ca Mau Mangrove National Park (Ca Mau Province), Wetland Ecosystem in Mekong Delta (Long An – Dong Thap – Tien Giang – Ben Tre Province) และ Phu Quoc Island (Kien Giang Province)

2. **เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว** โดยตั้งเป้าหมายว่าจะต้องมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2006 และเพิ่มขึ้นเป็น 4.0 – 4.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2010 โดยจะคิดเป็นร้อยละ 5.1 และ 6.5 ของ GDP ในประเทศ ในปี ค.ศ. 2006 และปี ค.ศ. 2010 ตามลำดับ และในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 2006 – 2010 จะต้องมียอดการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับ GDP ในประเทศ เท่ากับร้อยละ 11.0 – 11.2

3. **พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว** โดยทำการปรับปรุงและยกระดับด้านการเดินทาง สิ่งดึงดูดใจ เมืองท่องเที่ยว และยกระดับความสำคัญของท้องถิ่น สำหรับทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวจากต่างชาติ โดยคาดว่าจะความต้องการห้องพักของนักท่องเที่ยวในปี ค.ศ. 2006 และ 2010 จะอยู่ที่จำนวน 115,000 ห้อง และ 130,000 ห้อง ตามลำดับ

4. **เพิ่มการจ้างงาน** โดยในปี ค.ศ. 2010 คาดว่าการท่องเที่ยวจะสามารถสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมได้มากกว่า 1.4 ล้านคน โดยจะสามารถสร้างงานที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงได้ประมาณ 230,000 และ 350,000 คน ในปี ค.ศ. 2006 และ 2010 ตามลำดับ

5. **ร่วมมือในด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค** เวียดนามจะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในรายการท่องเที่ยวของภูมิภาค อาทิเช่น GMS, WEC (West East Corridors) สำหรับการท่องเที่ยวในภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงนั้น มีการวางแผนร่วมกันเกี่ยวกับการพัฒนาการเดินทางผ่านเส้นทางต่าง ๆ ในภูมิภาค ได้แก่ การเดินทางผ่านแม่น้ำโขงจากเมืองโฮจิมินห์ในเวียดนามไปยังกรุงเทพมหานครของกัมพูชา การเดินทางโดยรถยนต์ผ่านเส้นทาง WEC จากกลางเมืองเวียดนามเข้าสู่สหภาพพม่า สปป.ลาว และภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย การเดินทางโดยเครื่องบินเชื่อมต่อระหว่างศูนย์กลางของเวียดนาม สปป.ลาว กัมพูชา และไทย และการเดินทางโดยรถไฟจากเวียดนามสู่เมืองคุนหมิงของจีน

6. **จัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือและบรรเทาความยากจน** โดยมีการวางแผนมุ่งไปสู่การจัดการท่องเที่ยวแบบ ET (Eco-Tourism) และ CBT (Community Based Tourism) โดยพื้นที่ที่ยังมีความยากจนอยู่มาก ได้แก่ พื้นที่ภูเขาทางภาคตะวันตกเฉียงเหนือ พื้นที่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พื้นที่ทางตอนเหนือของภาคกลาง พื้นที่ราบสูงของภาคกลาง และพื้นที่ชายฝั่งทะเลทางตอนใต้ของภาคกลาง โดยภาครัฐจะให้การสนับสนุนการผลิตสินค้าด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาการให้บริการของชุมชนท้องถิ่นหรือรัฐวิสาหกิจในท้องถิ่นมากขึ้น

ภายใต้การวางแผนเป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวในกรอบใหญ่ของประเทศเวียดนามนั้น จึงส่งผลทำให้เมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิเช่น ฮานอย ดานัง ได้มีการกำหนดเป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้ คือ

- เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของฮานอย

เน้นในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในฮานอยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สืบเนื่องมาจากการที่ฮานอยมีจุดแข็งทางด้านการมีความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นรูปแบบทางด้านการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศ รูปแบบการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม รูปแบบการท่องเที่ยวในเชิงกีฬา สาเหตุที่ฮานอยได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น ก็สืบเนื่องมาจากรายได้ส่วนใหญ่ของฮานอยมาจากการท่องเที่ยว ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15-16 ของรายได้ทั้งหมดของฮานอย

- เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของดานัง

- มีเป้าหมายในการเพิ่มรายได้ของการท่องเที่ยวจากร้อยละ 13.3 ในปี ค.ศ. 2006 เป็นร้อยละ 16.5 ในปี ค.ศ. 2010

- สร้างดานังให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศ ตลอดจนสร้างดานังให้เป็นจุดดึงดูดการท่องเที่ยว

ของนักท่องเที่ยวจากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งมีเป้าหมายในการเชื่อมโยงหรือขยายการท่องเที่ยวตลอดจนการลงทุนทางด้านการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน

- วางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวจาก Ba Na Resort ถึง Son Tra Peninsula และตลอดลำแม่น้ำ Han

- พัฒนาการท่องเที่ยวของดานังเพื่อให้กลายเป็นตัวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่าง Hue-Danang-Quang Nam –Highlands และพัฒนาการท่องเที่ยวดานังให้มีความสัมพันธ์กับนานาชาติและอาเซียน

- พัฒนาทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น การประชุม การพบปะพูดคุยกัน Exhibition Fair

- เพิ่มความหลากหลาย ปรับปรุง ซ่อมแซม บุรณะเกี่ยวกับซากทางประวัติศาสตร์ ยกตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์จาม, Dien Hai citadel เป็นต้น

- ปรับปรุงคุณภาพของโรงแรมให้มีความเป็นสากล ตลอดจนสร้างความร่วมมือในการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมในดานัง

- สร้างวัฒนธรรมและสวนสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวใน Khue Trung- Hoa Cuong Ward, Maritime Museum, Han River

- การท่องเที่ยวในดานังจะต้องถูกพัฒนาภายใต้พื้นฐานของการมีศักยภาพของพื้นที่ ในขณะเดียวกัน การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องเป็นการพัฒนาที่ปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและไม่เป็นปัญหาที่กระทบต่อเสถียรภาพทางการเมือง

- วางแผนให้ Son Tra กลายเป็นโซนหรือพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยว เช่นพื้นที่ Bai But, Bai Nam, Bai Tien Sa และสร้างสวนสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวใน Tien Sa

- พัฒนาชายหาดที่ My Khe และ Nam Tho ให้เป็นพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนสร้างถนนเพื่อเชื่อมโยงชายหาดทั้งสอง

3.5 สถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ในประเทศเวียดนาม

3.5.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในฮานอย

ในยุคปัจจุบันนั้น ฮานอยมีสภาพของการเป็นเมืองหลวงที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมาย ภายใต้การดำเนินนโยบายเปิดประเทศ ตลอดจนการร่วมกลุ่มทางด้านเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ ซึ่ง ส่งผลทำให้นักลงทุนต่างชาติต่างหลั่งไหลเข้ามาดำเนินกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจในฮานอย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว จนสามารถกล่าวได้ว่ารายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของฮานอย

นอกจากฮานอยจะเป็นศูนย์กลางทางการบริหาร การเมือง เศรษฐกิจและวัฒนธรรมแล้ว ฮานอยยังเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวในฮานอยถือเป็นต้นทุนทางเศรษฐกิจที่สำคัญและเข้มแข็งของประเทศเวียดนาม(www.hanoi.gov.vn) จากการที่ฮานอยมีรากฐานทางด้านประวัติศาสตร์และทางด้านวัฒนธรรมมากกว่า 100 ปี อีกทั้งการมีถิ่นฐานตั้งอยู่ทางตอนเหนือของเวียดนาม และอยู่ทางตอนกลางของปากแม่น้ำที่มีความอุดมสมบูรณ์ ตลอดจนการมีโครงสร้างพื้นฐานที่เียบพร้อมนั้น กล่าวได้ว่าสิ่งเหล่านี้ถือเป็นทรัพยากรหรือต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีศักยภาพอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยวของฮานอย ถึงแม้ว่าฮานอยจะมีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการเมืองอยู่ตลอดเวลา แต่ฮานอยยังคงสามารถรักษาวัฒนธรรมและสถานที่ประวัติศาสตร์ที่มีค่าต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถสังเกตเห็นได้จาก

- สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ สถาปัตยกรรมของเวียดนามบางอย่างได้กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าทางด้านการเป็นมรดกโลก ปัจจุบันฮานอยมีสถานที่ประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่มากกว่า 300 แห่ง โดยที่ส่วนใหญ่นั้นต่างเป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นจากการต่อสู้ทางการเมืองในช่วงประธานาธิบดีโฮจิมินห์ ยกตัวอย่างเช่น (Co Loa Citadel Relics กับประวัติศาสตร์ An Duong Vuong , Soc Son Relics กับตำนานการต่อสู้กันระหว่าง Phu Dong Thien Vuong กับ An invader เป็นต้น) นอกจากนี้ฮานอยยังคงรักษาสถาปัตยกรรมโบราณ วัด 600 แห่งและ ถนนสายเก่าแก่อีก 1 สาย ตลอดจนสถานที่ทำงานที่สร้างขึ้นใหม่ อาทิเช่น (Ho Chi Minh President Mausoleum, Vietnam-Rusia Cultural Palace) อีกทั้งพิพิธภัณฑสถาน และโรงละคร อาทิเช่น(Ho Chi Minh Museum , Hanoi Museum, History Museum, Revolution Museum)

- กิจกรรมการแสดงที่เป็นศิลปะพื้นบ้านอันเป็นเอกลักษณ์ของฮานอย ยกตัวอย่างเช่น หุ่นกระบอกน้ำ(Water puppetry) ซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นจุดดึงดูดใจที่สำคัญให้แก่นักท่องเที่ยว

- ศิลปะดั้งเดิม ประเพณี หรือเทศกาลดั้งเดิม อาทิเช่น(Le Mat Festival, Trieu Khuc Festival) หมู่บ้านที่มีบทบาททางด้านการค้าขายในอดีต อาทิเช่น(Ngu Xa Brass Casting, Bat Trang Pottery, Vong Green Rice)

- ลักษณะอาหารเวียดนามซึ่งเป็นสิ่งที่มีคุณค่า และเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว อาทิเช่น (Noodle soup หรือ เฟอ, La Vong หมายถึง การผัดปลาใส่เส้นก๋วยเตี๋ยว และหัวหอมบนกระทะร้อน, Thanh Tri หมายถึง ขนมปังสอดไส้ด้วยหมู ไส้กรอก

- แม่น้ำและทะเลสาบในเวียดนาม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แม่น้ำแดง ซึ่งเป็นแม่น้ำที่ไหลผ่านเมืองฮานอย สองฝั่งของแม่น้ำแดงจะเป็นที่ตั้งของโบราณสถานและโบราณวัตถุเก่าแก่ ซึ่งขณะนี้ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในฮานอย สำหรับทะเลสาบของฮานอยนั้น ถูกขนานนามว่าเป็นทะเลสาบที่สวยงาม ซึ่งส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเวียดนาม อาทิเช่น ทะเลสาบฮวานเกียม และทะเลสาบโฮไต

- การมีทิวทัศน์ที่สวยงามและมีชื่อเสียง อาทิเช่น(Cuu Phuong Forest, Huong Tich Pagoda, Tam Dao Mountain, Hung Temple) ซึ่งถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวชม

- การเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศทั้งในประเทศและระหว่างประเทศของฮานอย คือ การมีเส้นทางรถไฟ 6 สาย ที่คอยเชื่อมเส้นทางระหว่างเมืองหลักๆ อาทิเช่น Hanoi-Hai Phong, Hanoi- Ho Chi Minh city, Hanoi-Long Son, Hanoi-Thai Nguyen, Hanoi-Lao Cai, Hanoi-Uong Bi ซึ่งการเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟเหล่านี้ต่างเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยในการกระจายความเจริญและการพัฒนาทางด้านสังคมและเศรษฐกิจให้แก่เมืองฮานอย อีกทั้งฮานอยยังมีการขนส่งทางน้ำโดยอาศัยแม่น้ำแดงและการมีเมืองท่าที่สำคัญถึง 8 แห่ง ซึ่งมีความสามารถในการขนส่งสินค้าได้ถึง 3 ล้านตัน นอกจากนี้ฮานอยยังเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงเส้นทางการบินทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งปัจจัยทางด้านการเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศนั้น ส่งผลทำให้กิจกรรมทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนภาคบริการมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้น

นอกจากนี้โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของโรงแรมยกตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 1999 ฮานอยมีโรงแรมเพียง 71 แห่ง ซึ่งมีห้องพักเพียง 1,000 ห้อง มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเพียง 47,000 คนต่อปี ปัจจุบัน ฮานอยมีโรงแรมถึง 331 แห่ง มีห้องพักถึง 9,396 ห้อง แบ่งเป็น โรงแรมที่รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการจำนวน 100 แห่ง มีจำนวนห้องพัก 3,359 ห้อง โรงแรมที่นักลงทุนต่างชาติเข้ามาร่วมลงทุน จำนวน 17 แห่ง และโรงแรมที่รัฐบาลมิได้เป็นผู้ดำเนินการจำนวน 214 แห่ง มีจำนวนห้องพัก 2,852 ห้อง นอกจากนี้โรงแรม 72 แห่งใน 331 แห่งในฮานอย สามารถจัดลำดับเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว จำนวน 4 แห่ง โรงแรมระดับ 4 ดาว จำนวน 3 แห่ง โรงแรมระดับ 3 ดาว จำนวน 18 แห่ง โรงแรมระดับ 2 ดาว จำนวน 32 แห่ง และโรงแรมระดับ 1 ดาว จำนวน 12 แห่ง หรือไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการเตรียมความพร้อมทางด้านบริษัทนำเที่ยว และไกด์นำเที่ยวที่มีจำนวนถึง 708 คน แต่มีเพียง 369 คนเท่านั้นที่เป็นไกด์นำเที่ยวซึ่งได้รับการอบรมและผ่านการรับรองจากหน่วยงานของรัฐ จากการเตรียมความพร้อมทางด้านบริษัทนำเที่ยว และไกด์นำเที่ยวของเมืองฮานอยนั้น จึงส่งผลทำให้ฮานอยกลายเป็นศูนย์กลางในการฝึกอบรมบุคลากรทางการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การเป็นต้นทุนที่จะนำไปสู่การขยายตัวทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในฮานอย

จากการมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในฮานอยนั้น จึงส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในฮานอยเป็นจำนวนมาก (ดูตารางที่ 3-15 ประกอบ)

ตารางที่ 3-15 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปี(ค.ศ)	นักท่องเที่ยวท้องถิ่น(คน)	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ(คน)
1996	700,000	352,000
1997	809,000	391,000
1998	937,000	352,000
1999	1,050,000	380,000
2000	2,000,000	450,000

ที่มา :General Statistics office 2005 , Vietnam National Administration of Tourism.

จากการขยายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศนั้น ส่งผลทำให้ทางรัฐบาลเวียดนามได้มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อดูแลและจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในฮานอย เช่น National Action Program For Tourism โดยมีเป้าหมายในการนำฮานอยให้กลายเป็นเป้าหมายหรือจุดหมายปลายทางในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3.5.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวในฮาลองเบย์

เมือง ฮาลอง เพิ่งสร้างขึ้นเพื่อตอบรับการท่องเที่ยวในปี ค.ศ 1994 เมื่อกล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังฮานอยส่วนใหญ่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักจะให้ความสนใจในการเดินทางมาเที่ยวที่ฮาลองเบย์ (Ha Long Bay) โดยอาศัยการซื้อทัวร์จากบริษัทนำเที่ยวในฮานอย ซึ่งจะมีทั้ง 1. ทัวร์ชนิดไปวันเดียว สามารถเดินทางไปเที่ยวชมได้ไม่เกิน 2 – 3 ถ้ำ หรือ 2. ทัวร์หลายวัน เป็นกรณีที่หากนักท่องเที่ยวมีเวลามากพอในการเดินทางหลายวัน สามารถติดต่อเช่าเรือโดยตรงกับกัปตันเรือแถวท่าเรือ หรืออาจจะติดต่อบริษัททัวร์ในเมืองฮานอยให้ช่วยดำเนินการและอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปฮาลองเบย์

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวยังฮาลองเบย์ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มประเทศยุโรปและอเมริกาเหนือ มากกว่าที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากเอเชีย สาเหตุที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกาเหนือต่างให้ความสนใจในการเดินทางมาเที่ยวยังสถานที่แห่งนี้ก็เพราะ การมีมนต์เสน่ห์ของหมู่เกาะต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหมู่เกาะกัคบา ที่แฝงไปด้วยความสวยงามและความเจียบสงบ

3.5.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวในนครดานัง

กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในนครดานัง พบว่า สืบเนื่องจากการที่นครดานังมีบทบาทในการเป็นเมืองท่าและศูนย์กลางการพาณิชย์ที่สำคัญที่สุดในภาคกลางของประเทศเวียดนามนั้น ส่งผลทำให้นครดานังกลายเป็นจุดดึงดูดทางด้านการค้าการลงทุนของกลุ่มนักธุรกิจมากกว่าเป็นจุดดึงดูดทางด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งสังเกตได้จากการที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังนครดานังนั้น มีเป้าหมายในการใช้นครดานังเป็นจุดเชื่อมโยงเส้นทางการเดินทางและเป็นจุดแวะพักของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อไปยังโฮอันและเว้ มากกว่าที่จะมีเป้าหมาย

โดยตรงในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังนครดานังเพียงแห่งเดียว ถึงแม้ว่าในนครดานังนั้นจะมีความเพียบพร้อมไปด้วยสาธารณูปโภค การคมนาคมขนส่งทั้งทางบก-ทางน้ำ- ทางอากาศ ก็ตาม

แต่ในขณะเดียวกัน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังนครดานังนั้น เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจาก ยุโรป อเมริกาเหนือ รัสเซีย(ข้อมูลจาก Danang government) โดยมีเป้าหมายในการเดินทางมาเที่ยวตามชายหาด ยกตัวอย่างเช่น หาดนอนเนือก หาดไบเบียนนอนเนือก เป็นต้น

3.5.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวในเว้

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวในเว้ นั้น นับตั้งแต่ในปี ค.ศ 1992 กล่าวได้ว่า เว้ ถือเป็นเมืองที่ประสบผลสำเร็จอย่างมากในเรื่องของการโฆษณาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมเวียดนาม ซึ่งประเพณีดังกล่าวได้สร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต่างที่ตัดสินใจเดินทางเข้ามาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวในเว้ สังเกตได้จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนสถิติของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ ปีค.ศ 1993 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาถึง 243,000 คน จากจำนวนดังกล่าวเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 94,000 คน ในปีถัดมาสถิติของนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นถึงเท่าตัว จนในปี ค.ศ 2003 ได้มีจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 1.33 ล้านคน จากจำนวนดังกล่าวเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 442,000 คน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังเว้

นอกจากนี้ เว้ ยังมีจุดดึงดูดที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังเว้ นั่นก็คือ การมีสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ของเวียดนาม อาทิเช่น พระราชวังโบราณ สุสาน ซึ่งทั้ง 2 สิ่งต่างช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงเรื่องราวทางด้านประวัติศาสตร์การเมืองของเวียดนาม

อีกทั้งการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการล่องเรือเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวสองฝั่งแม่น้ำหอม และกิจกรรมล่องเรือรับประทานอาหารค่ำ ฟังเพลงพื้นบ้านจากนักดนตรีชาวเวียดนามในเรือ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมทัศนียภาพในตอนกลางคืนของแม่น้ำหอม อีกทั้งยังเป็นช่วงที่ตรงกับเทศกาลลอยกระทง ทางบริษัทนำเที่ยวที่เว้จะจัดให้มีการลอยกระทงในเรือให้แก่ นักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวถือเป็นเอกลักษณ์ของเว้และเป็นกิจกรรมที่ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจในการใช้บริการของกิจกรรมการนำท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเป็นอย่างมาก สามารถสังเกตเห็นได้จากปริมาณที่หนาแน่นของนักท่องเที่ยว ณ บริเวณท่าเรือในเวลากลางคืนของแต่ละวันที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนต่างก็เข้าแถวเพื่อรอขึ้นเรือนำเที่ยวของบริษัทต่างๆ ที่ตนเองได้จัดการเลือกซื้อบริการการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวนั้น

ในขณะเดียวกัน กลับพบว่า แม่น้ำหอมซึ่งถือเป็นแม่น้ำที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวในเว้ โดยเป็นสถานล่องเรือ ชมการแสดงภายในเรือนั้น เริ่มมีกลิ่นเน่าเสียและมีเศษขยะและอาหารลอยอยู่ในแม่น้ำหอม อีกทั้งยังมีหนูอาศัยอยู่ตามเรือที่ใช้ในการนำเที่ยว ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติบางท่านถึงกลับไม่ค่อยให้ความไว้วางใจต่ออาหารและน้ำดื่มที่ทางบริษัทนำเที่ยวได้จัดเตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยวที่ได้เลือกซื้อบริการการนำเที่ยวจากทางบริษัท กล่าวได้ว่า สิ่งดังกล่าวได้ส่งผลกระทบในทางลบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อกิจกรรมการนำเที่ยวโดยอาศัยการล่องเรือ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์การท่องเที่ยวของเว้

3.5.5 สถานการณ์การท่องเที่ยวในโฮ้ยอัน

กล่าวสำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวในโฮ้ยอัน นั้น พบว่า จากการที่โฮ้ยอันเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์ทางด้านรากฐานทางประวัติศาสตร์ในฐานะของการเป็นอดีตเมืองท่าทางการค้าที่สำคัญ การมีสถาปัตยกรรม ประติมากรรมและการตกแต่งแบบจีนและญี่ปุ่น และในเวลากลางคืนมีร้านอาหารที่มีบรรยากาศโรแมนติกแบบตะวันตกบริการ ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในย่านเมืองเก่าที่ถึงแม้จะหลงเหลืออยู่เพียงน้อยนิดนั้น แต่ก็ได้สร้างแรงจูงใจไม่น้อยในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้ง การสร้างสีสันยามค่ำคืนของโฮ้ยอันด้วยโคมไฟสีต่าง ๆ นั้น ต่างก็เป็นสิ่งที่ช่วยแต่งแต้มสีสันให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวชมเมืองโฮ้ยอันมากยิ่งขึ้น ซึ่งการมีต้นทุนทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในลักษณะดังกล่าวของโฮ้ยอัน จึงส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวในโฮ้ยอันอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ การที่เมืองโฮ้ยอันได้มีการจัดเตรียมความพร้อมทางด้านเส้นทางคมนาคม โรงแรม ร้านค้า และร้านอาหาร ตลอดจนการให้บริการทางด้านบริษัทนำเที่ยว ก็ยังเป็นต้นทุนที่ช่วยส่งเสริมต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในโฮ้ยอัน

ในขณะเดียวกัน พบว่า เมืองโฮ้ยอันต้องเผชิญกับปัญหาน้ำท่วมทุกปี ซึ่งในปีที่ผ่านมาเราจะสังเกตเห็นได้จากการรายงานข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ที่รายงานเกี่ยวกับปัญหาน้ำท่วมที่โฮ้ยอัน จนส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 2,000 คน ติดค้างอยู่ในเมืองโฮ้ยอัน ไม่สามารถเดินทางออกจากเมืองโฮ้ยอันได้ นอกจากนี้ยังได้สร้างความเสียหายให้แก่บ้านเรือน ตลอดจนโบราณสถานที่สำคัญในย่านเมืองเก่า ซึ่งปัญหาดังกล่าวถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองโฮ้ยอัน

3.5.6 สถานการณ์การท่องเที่ยวในโฮจิมินห์

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวของโฮจิมินห์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต่างให้ความสนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในโฮจิมินห์ เนื่องจากโฮจิมินห์เป็นเมืองที่มีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเส้นทางคมนาคมขนส่ง โรงแรม ร้านค้า ร้านอาหาร ศูนย์การค้า ความทันสมัย ความเจริญ ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ที่ถือเป็นเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของโฮจิมินห์ คือ พิพิธภัณฑ์ต่างๆ และ อุโมงค์กู๋จี นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในกลุ่มยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี ต่างให้ความสนใจในการเที่ยวชมสถานที่ที่เป็นรากฐานทางประวัติศาสตร์ของโฮจิมินห์มากกว่าการเที่ยวชมตามศูนย์การค้า ตลาด เพื่อเลือกซื้อหาสินค้า ซึ่งต่างไปจากนักท่องเที่ยวคนไทยที่มักให้ความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามตลาดเบนແ່ງ (Ben Thanh) มากกว่าที่จะเดินเที่ยวชมตามสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของโฮจิมินห์ ในปัจจุบันเมืองโฮจิมินห์พยายามพัฒนาเรื่องบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การตั้งศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว และอาสาสมัครที่ช่วยรักษาความปลอดภัย และให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

จากรายละเอียดที่ได้กล่าวถึงพัฒนาการ กลยุทธ์ ตลอดจนสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวของทั้งสองในข้างต้นไปแล้วนั้น คณะผู้วิจัยได้นำเอาพัฒนาการทางการท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศมาทำการเปรียบเทียบ เพื่อจะนำไปสู่การวิเคราะห์ให้เห็นถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของทั้งสองประเทศว่าเหตุใดการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามถึงมีอัตราการขยายตัวที่สูงกว่าประเทศไทย

ตารางที่ 3-16 เปรียบเทียบพัฒนาการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

ประเทศไทย	ประเทศเวียดนาม
- ค.ศ.1960 ก่อตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) - ค.ศ.1977-1981 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 ระบุถึงความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจไทยในการสร้างงาน สร้างรายได้ - ค.ศ.1986 แหล่งท่องเที่ยวได้รับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวที่มีมากขึ้น - ค.ศ.1992-1996 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 เริ่มเน้นการท่องเที่ยวให้ปลอดภัยสิ่งแวดล้อม การศึกษาแหล่งท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน - ค.ศ.1997 หลังจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 เป็นต้นมาประเทศไทยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	- ค.ศ.1975 รัฐบาลเวียดนามมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการรวมประเทศ - ค.ศ.1986 การปฏิรูปทางเศรษฐกิจ Doi Moi ส่งผลให้เริ่มมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในเวียดนามแต่เป็นจำนวนน้อย - ค.ศ.1996 นักท่องเที่ยวเข้ามาประเทศเวียดนามมากขึ้น รัฐบาลเวียดนามมุ่งเน้นที่จะให้การท่องเที่ยวช่วยจัดปัญหาความยากจนของประชาชน - ค.ศ.2006-2010 รัฐบาลเวียดนามได้เริ่มการกำหนดเป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

จากการวิเคราะห์ผ่านตารางที่ 3-16 พบว่า ประเทศไทยมีพัฒนาการทางด้านการท่องเที่ยวที่ก้าวกระโดดมากกว่าประเทศเวียดนาม อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่ประเทศไทยเป็นประเทศเสรีนิยมและสังคมเปิด ทำให้มีการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวมาก่อนถึง 26 ปี ซึ่งสังเกตได้จากพัฒนาการทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี ค.ศ 1960 โดยเป็นการเริ่มตั้งองค์กรที่จะเข้ามามีบทบาทในการดำเนินการหรือรับผิดชอบทางด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่ประเทศเวียดนามยังอยู่ในช่วงของการทำสงครามอุดมการณ์ภายในประเทศ ยิ่งกว่านั้นในระยะต่อมาช่วง ค.ศ 1977-1981 ประเทศไทยได้มีการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยได้มีการระบุถึงความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย เพื่อเป็นการสร้างงาน และ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 4 ในขณะที่ เวียดนามยังอยู่ในช่วงของการดำเนินการในการแก้ไขปัญหาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ ต่อมาในค.ศ 1986 พบว่า การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ถูกพัฒนาจนนำไปสู่การเกิดผลกระทบต่อนสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่ประเทศเวียดนามเพิ่งเริ่มต้นให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศของตนเอง จากการที่สถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ส่งผลทำให้ในช่วงปีค.ศ 1992 เป็นต้นมา ประเทศไทยมีนโยบายในการแก้ไขสิ่งแวดล้อม การรักษาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมากกว่าเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ แต่ถ้าหันกลับมาดูถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม พบว่าในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น เวียดนามได้มีนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นให้เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนและประเทศ โดยอาศัยการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด

นอกจากนี้การอยู่ภายใต้กรอบความคิดของการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจึงนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายหรือกลยุทธ์ทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปด้วย สังเกตได้จากตารางที่ 3-17 ซึ่งในกรณีของประเทศไทย มีเป้าหมายและกลยุทธ์ทางด้านการท่องเที่ยวที่เน้นการเป็นผู้นำทางด้านการท่องเที่ยว พัฒนามาตรฐานในด้านการให้บริการ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน ในขณะที่ประเทศเวียดนามเน้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศ ตลอดจนเป็นการเพิ่มการจ้างงานให้แก่ประชาชนภายในประเทศของตน อีกทั้งยังเน้นพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางด้านการท่องเที่ยวและหันมาสร้างความร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวกับประเทศอื่นๆ

ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลทำให้ สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามตั้งแต่ค.ศ 2000 ถึงปัจจุบัน ได้มีอัตราการขยายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเวียดนามเป็นจำนวนมาก ถ้าเทียบกับอัตราการขยายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวประเทศไทยค่อนข้างน้อย อาจกล่าวได้ว่าการวิเคราะห์ในช่วงนี้ถือ

เป็นการวิเคราะห์ที่อยู่ภายใต้กรอบพัฒนาการและกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศที่แตกต่าง
กัน

ตารางที่ 3-17 เปรียบเทียบเป้าหมาย และกลยุทธ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

ประเทศไทย	ประเทศเวียดนาม
- เพิ่มรายได้ให้ประชาชน - ไทยเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในเวทีโลก - พัฒนามาตรฐานในด้านการให้บริการ - พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความยั่งยืน	- เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว - เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว - พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว - เพิ่มการจ้างงาน - ร่วมมือในด้านการท่องเที่ยวกับประเทศอื่นๆในภูมิภาค - จัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือและบรรเทาความยากจน

บทที่ 4

ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ในแต่ละพื้นที่ของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละพื้นที่ การท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ใช้องค์ประกอบหลักๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อันหมายถึง

1. สถานที่ท่องเที่ยวทั้งที่เป็น **สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น คลอง แหล่งดูนก ทะเล ชายฝั่ง ป่าชายเลน เป็นต้น , **สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา เช่น แหล่งประวัติศาสตร์การเมือง พิพิธภัณฑสถาน – หอสมุด โบราณสถาน-ซากปรักหักพัง-ป้อมปราการ ย่านอาคารเก่าแก่-อาคารอนุรักษ์ อนุสาวรีย์ วัด-โบสถ์-สุเหร่า-ศาลเจ้า-สถานที่ศักดิ์สิทธิ์และสถานที่ปฏิบัติธรรม เป็นต้น, **สถานที่ท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม** หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวในลักษณะของวัฒนธรรมความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ซึ่งจำแนกดังนี้ ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ได้แก่ ประเพณีสำคัญประจำปี งานแสดง ย่านชุมชนเก่าแก่ และ แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทกิจกรรม ได้แก่ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดขนาดใหญ่ ตลาดน้ำ แหล่งจับจ่ายสินค้า (Shopping) ห้างสรรพสินค้า ถนนคนเดิน โรงภาพยนตร์ โรงละคร โรงมหรสพ หอศิลป์ สวนสาธารณะ เส้นทางท่องเที่ยวด้วยจักรยาน สวนสัตว์ สวนสนุก สวนเกษตร

2. โรงแรม 3. ร้านอาหาร 4. ธุรกิจนำเที่ยว 5. ระบบการคมนาคมขนส่ง มาเป็นกรอบในการอธิบายให้เห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ อันจะนำไปสู่การใช้เป็นฐานข้อมูลในการประกอบการวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศในบทต่อไป

4.1 ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศไทย

กล่าวถึงศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศไทย อันประกอบไปด้วย พื้นที่การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.1 สถานที่ท่องเที่ยว

- กรุงเทพมหานคร จากการที่กรุงเทพมหานครมีฐานะเป็นเมืองหลวงและเมืองศูนย์กลางความเจริญของประเทศไทย คือ เป็นทั้งศูนย์กลางการบริหารราชการแผ่นดินทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ และ การสื่อสาร ฯลฯ เช่นเดียวกับนครหลวงของประเทศอื่นๆ ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลทำให้กรุงเทพมหานครยังคงถือเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จัดอยู่ในขั้นที่ดีเยี่ยมกว่าพื้นที่การท่องเที่ยวอื่นๆ ในประเทศไทย กล่าวในแง่ของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า กรุงเทพมหานครยังคงมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และ ศาสนา ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม มากมายหลายแห่งด้วยกัน เช่น วัดอรุณราชวราราม วัดสระเกศ (ภูเขาทอง) วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ย่านชุมชนคนจีน(สำเพ็ง เขาวราช) ย่านชุมชนคนอินเดีย(พาหุรัด) และเสาชิงช้า เป็นต้น(ดูรายละเอียดภาคผนวก ข ประกอบ) ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวถือเป็นจุดเด่นหรือปัจจัยดึงดูดที่สำคัญที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร สังเกตได้จากพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพฯ ส่วนใหญ่จะให้ความสนใจกับสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม มากกว่าที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

- สำหรับ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถือเป็นราชธานีเก่าแก่ของสยามประเทศ มาเป็นเวลา 417 ปี ราชวงศ์ที่ปกครองอยุธยาประกอบด้วย ราชวงศ์อู่ทอง ราชวงศ์สุพรรณภูมิ ราชวงศ์สุโขทัย ราชวงศ์ปราสาททองและราชวงศ์บ้านพลูหลวง มีกษัตริย์ปกครองทั้งสิ้น 33 พระองค์ โดยมีปฐมกษัตริย์ คือ สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) พระนครศรีอยุธยาจึงนับเป็นราชธานีที่มีอายุยาวนานที่สุดในประวัติศาสตร์ของชาติไทย ตลอดระยะเวลาที่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีแห่งราชอาณาจักรไทย มิได้เป็นเพียงช่วงแห่งความเจริญสูงสุดของชนชาติไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างสรรค์อารยธรรมของมนุษยชาติซึ่งเป็นที่ประจักษ์แก่นานอารยประเทศอีกด้วย แม้ว่ากรุงศรีอยุธยาจะถูกทำลายเสียหายจากสงครามกับประเทศเพื่อนบ้านหรือจากการบุกรุกขูดคั้นของพวกเราตนเอง แต่สิ่งที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบันนี้ยังมีร่องรอยหลักฐานซึ่งแสดงอัจฉริยภาพและความสามารถอันยิ่งใหญ่ของบรรพบุรุษแห่งราชอาณาจักรผู้อุทิศตนสร้างสรรค์ความเจริญรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรม และความมั่งคั่งไว้ให้แก่ผืนแผ่นดินไทย หรือแม้แต่ชาวโลกทั้งมวล จึงเป็นที่น่ายินดีว่า องค์การยูเนสโก โดยคณะกรรมการมรดกโลกได้มีมติรับนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีอาณาเขตครอบคลุมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1976 ไว้ในบัญชีมรดกโลก เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม ค.ศ. 1991 ณ กรุงคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย พร้อมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-อุทยาน ประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย-อุทยาน

ประวัติศาสตร์กำแพงเพชร โดยจะมีผลให้ได้รับความคุ้มครองตามอนุสัญญาที่ประเทศต่างๆได้ทำร่วมกัน จึงสมควรที่อนุชนรุ่นหลังจะได้ไปศึกษาเยี่ยมชมเมืองหลวงเก่าแห่งนี้

จากการที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้กลายเป็นเมืองมรดกโลกและเป็นเมืองที่มีบทบาทสำคัญทางประวัติศาสตร์การเมืองของประเทศไทยนั้น จึงส่งผลทำให้สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ อาทิเช่น พระราชวังบางปะอิน วิหารพระมงคลบพิตร วัดธรรมิกราช วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดพุทไธสวรรย์ วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดหน้าพระเมรุ(ดูรายละเอียดในภาคผนวก ข ประกอบ) กลายเป็นจุดเด่นที่สำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่ในขณะเดียวกัน กลับพบว่า ในขณะนี้ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ทรุดโทรม ขาดการดูแลเอาใจใส่จากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไปได้ในอนาคต

- **จังหวัดเชียงใหม่** นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่ หรือเวียงพิงค์ ก่อตั้งโดยพญามังรายมหาราชปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์มังรายเมื่อ ค.ศ. 1296 ราชวงศ์นี้ได้ปกครองนครเชียงใหม่ต่อมาอีก 200 ปี เมืองนี้จึงตกเป็นเมืองขึ้นของพม่าในปี ค.ศ. 1558 ต่อมาในปี ค.ศ. 1774 พระเจ้าตากสินมหาราชมาขับไล่พม่าจนพ่ายแพ้ไป เชียงใหม่จึงรวมเข้าในอาณาจักรสยามนับแต่นั้นมา ต่อมาในสมัยพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก เชียงใหม่มีฐานะเป็นเมืองประเทศราช และเมื่อมีการปรับปรุงการปกครองส่วนภูมิภาคในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เชียงใหม่ได้เปลี่ยนฐานะเป็นมณฑลพายัพ และ เป็นจังหวัดในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว

จากประวัติศาสตร์ของนครเชียงใหม่ ทำให้จังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันเป็นเมืองที่ใหญ่ และเป็นหนึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย รองจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีความสำคัญมากที่สุด ในภาคเหนือ ด้วยการเป็นจังหวัดที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ จึงส่งผลทำให้สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ เช่น วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร เวียงกุมกาม อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย เป็นต้น และสถานที่ท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม อาทิเช่น งานร่มบ่อสร้าง งานประเพณีสงกรานต์ จัดกิจกรรมถนนคนเดิน เป็นต้น นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ดอยอินทนนท์ เป็นต้น(ดูรายละเอียดในภาคผนวก ข ประกอบ) ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวถือเป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

- **จังหวัดภูเก็ต** ได้ชื่อว่าเป็นไข่มุกแห่งอันดามัน เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกในด้านความสวยงามของทิวทัศน์ หาดทราย เกาะ น้ำทะเลสีฟ้าใส แหล่งท่องเที่ยวของภูเก็ตที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่จะ

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ อันได้แก่ หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน แหลมพรหมเทพ เป็นต้น ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวถือเป็นจุดเด่นที่สำคัญทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต หรืออาจกล่าวได้ในอีกแง่หนึ่งว่าเป็นเป้าหมายหลักของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกัน จังหวัดภูเก็ตยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา ที่สำคัญหลายแห่งด้วยกัน อาทิเช่น วัดฉลอง หรือ วัดไชยธาราราม วัดพระนางสร้าง เป็นต้น (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ข ประกอบ)

ถ้าทำการวิเคราะห์ถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวมีจุดเด่นหรือศักยภาพในเชิงสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนี้ คือ กรุงเทพมหานครและจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจุดเด่น ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา เป็นหลัก ในขณะที่ จังหวัดเชียงใหม่ มีจุดเด่นในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานประเพณีสงกรานต์ของ จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับจังหวัดภูเก็ตนั้น มีจุดเด่นในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หาด และหมู่เกาะต่างๆ

4.1.2 โรงแรม ที่พักและการให้บริการ

โรงแรม ที่พักในที่นี้มีนัยยะหมายถึงทั้งโรงแรมตั้งแต่ระดับ 1-5 ดาว Guesthouse รีสอร์ท ซึ่งในประเด็นนี้ คณะผู้วิจัยได้นำเอาราคาและคุณภาพของที่พักมาทำการเปรียบเทียบเพื่อประกอบการวิเคราะห์จากการศึกษา พบว่า ทั้งในพื้นที่การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต ต่างประกอบไปด้วยโรงแรม Guesthouse รีสอร์ท เป็นจำนวนมากที่มีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องของระดับราคาของห้องพักและคุณภาพของห้องพัก เหตุที่ทั้งสามพื้นที่มีจำนวนโรงแรม ที่พัก เป็นจำนวนมากนั้น ก็เป็นผลมาจากการเป็นเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่และมีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้ กลับมีความแตกต่างไปจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีจำนวนที่พัก โรงแรม เพียง 5-6 แห่ง เท่านั้น เหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะ เป็นจังหวัดที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร ส่งผลทำให้ความเจริญจึงถูกดึงไปอยู่ที่กรุงเทพฯมากกว่า, การเดินทางไป-มาระหว่างสองจังหวัดค่อนข้างสะดวก ดังนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงตัดสินใจเลือกที่พักอยู่ที่กรุงเทพมหานครมากกว่าพระนครศรีอยุธยา

การมีจำนวนโรงแรม ที่พักเป็นจำนวนมากนั้น ถือเป็นสิ่งที่ช่วยเอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ ทำให้นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกในการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น เพื่อจะนำไปสู่การทำให้เกิดการตอบสนองที่ตรงกับความต้องการของตนเอง และเมื่อคณะผู้วิจัยนำเอาราคาและระดับคุณภาพของห้องพักในพื้นที่การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต มาทำการเปรียบเทียบกัน พบว่า ทั้งสอง

ตัวแปรมีความสอดคล้องและสัมพันธ์กัน อย่างเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ ห้องพักรที่มีราคาแพง คุณภาพของห้องพักอยู่ในมาตรฐานที่ดีเยี่ยม มีเครื่องใช้สอยครบครัน ในขณะที่ห้องพักที่มีราคาถูก คุณภาพของห้องพักก็อยู่ในมาตรฐานที่ลดหลั่นกันไปตามราคาที่พักท่องเที่ยวจ่ายไป

สำหรับการให้บริการของพนักงานโรงแรมในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้ง 4 จังหวัดนั้น พบว่า พนักงานโรงแรมต่างคอยดูแลเอาใจใส่ในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี อีกทั้งการมีอัธยาศัยในการพูดคุยด้วยวาจาที่สุภาพ กิริยาที่อ่อนน้อม และคอยให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวตลอดเวลา นั้น จัดได้ว่าเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

4.1.3 ร้านอาหารและการให้บริการ

การมีร้านอาหารที่มีความหลากหลายของอาหารนานาชาติไม่ว่าจะเป็นทั้งร้านอาหารไทย ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารจีน ร้านอาหารอินเดีย ร้านอาหารเกาหลี ร้านอาหารตะวันตก ฯลฯ ในพื้นที่การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต นั้น ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกหาอาหารตามความต้องการของตนเองได้อย่างสะดวก โดยไม่ได้ถูกจำกัดการรับประทานอาหารให้อยู่ภายใต้บริบทของอาหารท้องถิ่นในพื้นที่การท่องเที่ยวต่างๆ เท่านั้น ตลอดจนไม่ได้เป็นการสร้างความจำใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

อีกทั้ง การมีอาหารที่หลากหลายชนิดนั้น ยังส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างแดนเกิดความรู้สึกเสมือนว่าตนเองอยู่ในประเทศของตนเอง ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวมีผลต่อการกำหนดระยะเวลาในการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วย

นอกจากนี้ ไม่เพียงแต่การมีร้านอาหารจำนวนมากและความหลากหลายของอาหารนานาชาติเท่านั้น ร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต ยังมีมาตรฐานในเรื่องของความสะดวกที่สามารถเป็นเครื่องยืนยัน หรือ ความน่าเชื่อถือ ในเรื่องความปลอดภัยทางด้านสุขภาพของนักท่องเที่ยวได้ ตลอดจนการให้บริการของพนักงานในร้านอาหารที่สามารถสื่อสาร โดยใช้ภาษาต่างประเทศได้นั้น อีกทั้งการให้บริการที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว ถือเป็นจุดเด่นอย่างหนึ่งที่ช่วยสร้างความประทับใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว

สำหรับร้านอาหารและการให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้น พบว่า ร้านอาหารมีจำนวนน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารที่จำกัดให้อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของโรงแรม ลักษณะของอาหารจะ

เน้นความเป็นไทยมากกว่าความหลากหลายของอาหารนานาชาติ เหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพื่อให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของพื้นที่

4.1.4 ธุรกิจนำเที่ยวและบริการ

สืบเนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองใหญ่ที่มีอัตราการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่การท่องเที่ยวที่ใกล้เคียง จึงส่งผลทำให้เกิดกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวขึ้นมาเป็นจำนวนมาก ซึ่งการที่มีกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวจำนวนมาก อีกทั้งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินการโดยเอกชน ส่งผลทำให้เกิดการแข่งขันกันทั้งทางด้านราคาและการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้า ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลดีต่อกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวมีโอกาสในการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวได้ตรงตามความต้องการของตนเอง ตลอดจนได้รับการบริการที่ดีเยี่ยมคุ้มค่ากับเม็ดเงินที่จ่ายไป

นอกจากนี้การที่จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต จัดได้ว่าเป็นเมืองการท่องเที่ยวขนาดรองลงมาจากกรุงเทพมหานครนั้น ส่งผลทำให้เกิดกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวขึ้นมาในลักษณะเช่นเดียวกับกรุงเทพมหานคร แต่สำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เกิดกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวขึ้นในพื้นที่ค่อนข้างน้อยถ้าเทียบกับอีกสามพื้นที่ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ ก็เพราะเป็นผลสืบเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ใช้บริการกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวจากกรุงเทพมหานครมากกว่าที่จะใช้กลุ่มธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่ ดังนั้นกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวในพระนครศรีอยุธยาจึงอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของโรงแรมเป็นส่วนใหญ่

จากการศึกษาของคณะผู้วิจัยเกี่ยวกับการให้บริการของกลุ่มธุรกิจนำเที่ยว พบว่า สืบเนื่องมาจากการที่ธุรกิจนำเที่ยวของทั้ง 4 พื้นที่ในประเทศไทย ต่างก็มีการบริหารจัดการหรือดำเนินการโดยเอกชน ซึ่งมีได้ถูกควบคุมโดยรัฐ ส่งผลทำให้มีระบบการดำเนินงานที่คล่องตัว ตลอดจนมีการจัดระบบการนำเที่ยวอย่างเป็นระบบแบบแผน ไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มระหว่างการเดินทางจากนักท่องเที่ยว ซึ่งต่างก็ถือได้ว่าเป็นจุดเด่นในการสร้างความประทับใจให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อบริการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย

4.1.5 ระบบการคมนาคมขนส่ง

จากการที่กรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ถือเป็นเมืองการท่องเที่ยวขนาดใหญ่และหนาแน่น ส่งผลทำให้มีระบบการคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ที่สมบูรณ์ สามารถรองรับและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

กล่าวในประเด็นของการคมนาคมขนส่งทางบก พบว่า ทั้ง กรุงเทพมหานคร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ต่างก็มีเส้นทางคมนาคมทางบกที่สามารถเชื่อมโยงเข้าหากันได้ นอกจากนี้ในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวยังมีการจัดเตรียมทั้งรถโดยสารประจำทางและรถไฟ ซึ่งมีหลากหลายประเภทให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการตามความต้องการของตนเอง ในขณะเดียวกันกลับพบว่า จังหวัดภูเก็ต มีข้อจำกัดในการคมนาคมขนส่งทางบก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยรถประจำทางได้เท่านั้น เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตไม่มีสถานี่รถไฟเปิดให้บริการ

การคมนาคมขนส่งทางน้ำ พบว่า ในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวต่างก็มีความพร้อมในการรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวโดยทางน้ำ แต่เราจะสังเกตได้ว่า การคมนาคมทางน้ำส่วนใหญ่จะจำกัดอยู่ภายใต้กิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวเท่านั้น ซึ่งมีได้เป็นเส้นทางคมนาคมหลักของนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจากจังหวัดหนึ่งไปยังจังหวัดหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น ในกรุงเทพมหานครได้มีการจัดกิจกรรมล่องเรือไหว้พระเก้าวัดให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งต้องอาศัยเรือเป็นพาหนะในการเดินทาง หรือแม้กระทั่งการเดินทางไปตามเกาะและชายหาดของจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

การคมนาคมขนส่งทางอากาศ พบว่า พื้นที่การท่องเที่ยวในสามจังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต ต่างก็มีสนามบินที่มีความพร้อมทั้งทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนเทคโนโลยีในการรองรับสายการบินทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่า สนามบินของทั้งสามจังหวัดยังเป็นชุมทางการคมนาคมของสายการบินต่างๆในการเชื่อมโยงเส้นทางทั้งภายในและต่างประเทศ อีกทั้งยังมีความหลากหลายของสายการบินที่มิได้มีการผูกขาดอยู่กับสายการบินใดการบินหนึ่ง ค่อยเอื้ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความหลากหลายของสายการบินยังถือเป็นจุดเด่นอย่างหนึ่งในการเป็นทางเลือกในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่สามจังหวัดมากยิ่งขึ้น

ในขณะเดียวกัน กลับพบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีข้อจำกัดในการเดินทางด้วยสายการบิน เพราะเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวแห่งเดียวที่ไม่มีสนามบิน สืบเนื่องมาจากการเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร อันเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศ

4.2 ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม

กล่าวถึงศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ต่างๆของประเทศเวียดนาม อันประกอบไปด้วย พื้นที่การท่องเที่ยวในฮานอย ฮาลองเบย์ เว้ ดานัง โฮยอัน และโฮจิมินห์ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.1 สถานที่ท่องเที่ยว

จากการศึกษาถึงสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม พบว่า ในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวนั้นมีจุดเด่นหรือศักยภาพในเชิงสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนี้ คือ

ฮานอย มีจุดเด่นในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา ยกตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของฮานอยได้แก่ ทาพ-ริว หรือหอคอยเต่า วัดหวิอกเซิน พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์(Bao Tang Lich Su) พิพิธภัณฑสถานปฎิวัติเวียดนาม โบสถ์เซนต์โยเซฟ เจดีย์หลิเตรีย วร็อกสือ คุกฮวาโล พิพิธภัณฑสถานศิลปกรรม บ่าวตางมีทวด พิพิธภัณฑสถานทหาร พิพิธภัณฑสถานโฮจิมินห์ สุสานโฮจิมินห์ เป็นต้น ตลอดจนมีจุดเด่นในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงละครหุ่นกระบอกน้ำที่ได้สร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังฮานอยเป็นอย่างมาก(ดูรายละเอียดประกอบในภาคผนวก ก ประกอบ)

ฮาลองเบย์ มีจุดเด่นในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติอันประกอบไปด้วยหมู่เกาะ ถ้าเป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น หมู่เกาะกักบา ถ้ำตริงห์เหินือ ถ้ำฮังเด่าโก้ และถ้ำฮังแสงห์ เป็นต้น (ดูรายละเอียดประกอบในภาคผนวก ก ประกอบ)

เว้ มีจุดเด่นในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา ยกตัวอย่างเช่น นครจักรพรรดิไคไนย พิพิธภัณฑสถานศิลปะหลวง เจดีย์เทียนหมุ สุสานราชวงศ์เหวียน สุสานพระเจ้ายาลอง สุสานพระเจ้ามินห์หม่าง สุสานพระเจ้าเถี่ยวตรี สุสานพระเจ้าตือคี้ สุสานพระเจ้าไคดิงห์ เป็นต้น (ดูรายละเอียดประกอบในภาคผนวก ก ประกอบ) ตลอดจนมีจุดเด่นในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจกรรมล่องเรือแม่น้ำหอม ที่ขณะนี้ได้กลายเป็นจุดดึงดูดใจให้แก่ักท่องเที่ยว

ดานัง มีจุดเด่นในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หาด Son Tra ซึ่งเป็นหาดที่มีดินทรายที่สวยงามและสะอาด ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังดานังมักจะนิยมเดินทางไปเที่ยวหาดทรายแห่งนี้

โฮ้ยอัน มีจุดเด่นในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม ที่เน้นให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่อาศัยอยู่ในเมืองโฮ้ยอัน (ดูรายละเอียดประกอบในภาคผนวก ก ประกอบ)

โฮจิมินห์ มีจุดเด่นในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา ยกตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของโฮจิมินห์ ได้แก่ โบสถ์ Notre Dame พิชิภักซ์อนุสรณ์สงคราม หรือ ยาดรงเปย์โตยอ๊กเจียนตรันห์ (Nha Trung Bay Toi Ac Chien Tranh) พิชิภักซ์ปฏิวัติ หรือ เวียนบ่าวตางแก๊กหม่าง อุโมงค์กูจี้ (Cu Chi) เป็นต้น (ดูรายละเอียดประกอบในภาคผนวก ก ประกอบ)

เราจะสังเกตเห็นว่า ในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวของเวียดนามต่างก็มีจุดเด่นเป็นของตนเอง ซึ่งจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่นั้น ได้กลายเป็นจุดขายที่สำคัญในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศเวียดนาม นอกจากนี้ยังพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ยังมีความสด ใหม่ สมบูรณ์ สวยงาม และไม่ทรุดโทรมเหมือนสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทยที่มีแต่ความทรุดโทรมสืบเนื่องมาจากการเปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวมาเป็นเวลานานและขาดการดูแลเอาใจใส่ อีกทั้งการที่ประเทศเวียดนามปิดประเทศมาเป็นระยะเวลายาวนานและเพิ่งเปิดประเทศให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวเพียง 5 ปีนั้น ก็ยังเป็นการดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศเวียดนามมากยิ่งขึ้น

4.2.2 โรงแรม ที่พักและการให้บริการ

พื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามไม่ว่าจะเป็นฮานอย ฮาลองเบย์ เว้ ดานัง โฮ้ยอัน และโฮจิมินห์ ต่างก็ประสบกับปัญหาการมีพื้นที่ค่อนข้างจำกัดในการก่อสร้างโรงแรม ที่พัก เพื่อรองรับกับการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ภายหลังการเปิดประเทศของเวียดนาม ด้วยเหตุนี้ส่งผลทำให้จำนวนโรงแรมและที่พักมีไม่เพียงพอต่อการขยายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศเวียดนาม และด้วยการมีพื้นที่จำกัดในการก่อสร้างโรงแรม ที่พัก จึงส่งผลทำให้ขนาดห้องพักของโรงแรมในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวมีพื้นที่ใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวค่อนข้างจำกัด สังเกตได้จาก บางโรงแรมในฮานอยหรือโฮจิมินห์ มีพื้นที่เพื่อใช้เป็นล๊อบบี้ในการรับรองแขกผู้มาพักเพียงน้อยนิด หรือ การมี

ขนาดของห้องพักที่ค่อนข้างจำกัด ส่งผลทำให้ในห้องพักมีเครื่องอำนวยความสะดวกที่ไม่ครบครันในการเอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

กล่าวถึงระดับราคาและระดับคุณภาพของห้องพักในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม พบว่า ราคาห้องพักในฮานอย และโฮจิมินห์ อยู่ในอัตราที่ค่อนข้างสูง ถ้านำมาเปรียบเทียบกับอัตราค่าห้องพักในฮาลองเบย์ เว้ ดานัง โฮอัน เหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะทั้งสองเมืองต่างก็มีสถานภาพของการเป็นเมืองหลวงที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมายภายใต้การดำเนินนโยบายเปิดประเทศ ตลอดจนการร่วมกลุ่มทางด้านเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ ซึ่งส่งผลทำให้นักลงทุนต่างชาติต่างหลั่งไหลเข้ามาดำเนินกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจทั้งในฮานอย โฮจิมินห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และเมื่อนำเอาระดับราคาของห้องพักมาทำการเปรียบเทียบกับระดับคุณภาพของห้องพักในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม พบว่า ระดับราคาของห้องพักไม่มีความสอดคล้องกับคุณภาพของห้องพักที่นักท่องเที่ยวได้รับ ยกตัวอย่างเช่น ราคาห้องพักที่นักท่องเที่ยวจ่ายไปคือ 50 ดอลลาร์ ต่อ ห้อง ต่อ คืน ถ้านำมาเทียบกับเงินไทยแล้วราคาห้องพักจะอยู่ประมาณ 1,650 บาท ซึ่งถ้าเป็นประเทศไทยถือว่าห้องพักในราคานี้จะเป็นห้องพักในระดับที่ดีมากในโรงแรม คือ มีพื้นที่ใช้สอยมาก มีเครื่องอำนวยความสะดวกที่ครบครัน แต่สำหรับในประเทศเวียดนาม ห้องพักในราคานี้ กลับเป็นห้องพักที่มีขนาดเล็ก มีเครื่องอำนวยความสะดวก คือ เตียงนอน โต๊ะเครื่องแป้ง โทรทัศน์ เท่านั้น

จากอัตราค่าห้องพักและคุณภาพของห้องพักที่นักท่องเที่ยวได้รับถือว่า ไม่มีความสอดคล้องและไม่คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวจ่ายไป ซึ่งประเด็นดังกล่าวถือเป็นจุดอ่อนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม ไม่เพียงแต่ที่อัตราค่าห้องพักและคุณภาพของห้องพักที่นักท่องเที่ยวได้รับจะเป็นจุดอ่อนต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามเท่านั้น ยังมีเรื่องของความไม่สะอาดของห้องพักและการให้บริการของพนักงานโรงแรม ที่มีทำที่ไม่เป็นมิตรต่อผู้มาใช้บริการ อีกทั้งภาษาที่ใช้การสื่อสารของพนักงานโรงแรม ส่วนใหญ่ยังใช้ภาษาเวียดนามในการสื่อสาร ซึ่งถือเป็นอุปสรรคหรือข้อจำกัดอย่างยิ่งในการติดต่อของนักท่องเที่ยว เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นในโรงแรม ที่พัก ซึ่งทั้งสองเรื่องถือเป็นจุดอ่อนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม

4.2.3 ร้านอาหารและการให้บริการ

ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารที่เน้นลักษณะอาหารท้องถิ่น ยกตัวอย่างเช่น ร้านเฟอ ร้านอาหารเวียดนาม มากกว่าอาหารนานาชาติ เช่น ร้านอาหารตะวันตก ร้านอาหารนานาชาติส่วนใหญ่จะหาได้ตามพื้นที่หรือเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ อาทิเช่น ฮานอย โฮจิมินห์ เว้ แต่ก็มิได้มีจำนวนมากนักในแต่ละพื้นที่ หรือ ตามโรงแรม เหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เป็น

ผลสืบเนื่องมาจากการพึ่งเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยวของเวียดนาม ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารในประเทศเวียดนามยังมิได้มีการเตรียมการหรือคำนึงในประเด็นดังกล่าว เพื่อรองรับกับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวหลากหลายชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศเวียดนามมีตัวเลือกในการรับประทานอาหารน้อยลง และมักจะเจอแต่ร้านอาหารเวียดนามเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านเฟอ 24 ชั่วโมง เป็นต้น

นอกจากนี้ ร้านอาหารเวียดนามส่วนใหญ่จะตั้งขายอยู่ตามริมฟุตบาท บางร้านใช้ฟุตบาทเป็นที่นั่งสำหรับรับประทานอาหาร ถึงแม้ว่าการขายอาหารในลักษณะเช่นนี้จะถือเป็นเอกลักษณ์หรือวิถีชีวิตของคนเวียดนาม แต่ในขณะเดียวกันกลับกลายเป็นปัญหาในการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยว เพราะ 1. นักท่องเที่ยวต้องเผชิญกับการเดินพลุกพล่านไปมาของผู้คน 2. นักท่องเที่ยวต้องเผชิญกับความพลุกพล่านของการจราจรบนท้องถนน โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่सानอย และโฮจิมินห์ ซึ่งประเด็นนี้ถือเป็นจุดอ่อนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม

กล่าวถึงความสะอาดของร้านอาหารและการให้บริการของพนักงานในร้านอาหารในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของเวียดนาม พบว่า ความสะอาดในร้านอาหารยังอยู่ในระดับปานกลางถ้าเทียบกับความสะอาดของร้านอาหารในประเทศไทย กล่าวสำหรับการให้บริการของพนักงานในร้านอาหารของประเทศเวียดนามยังมีข้อจำกัดในเรื่องของภาษาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ตลอดจน พนักงานยังขาด Service mind ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในร้านอาหาร

ในอนาคตถ้าร้านอาหารในเวียดนามสามารถปรับปรุงข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นเหล่านี้ได้ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของร้านอาหาร ลักษณะของอาหาร ความสะอาดของร้านอาหาร ตลอดจนการให้บริการของพนักงานในร้านอาหาร ก็จะกลายเป็นปัจจัยในการช่วยเพิ่มศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามได้

4.2.4 ธุรกิจนำเที่ยวและการให้บริการ

เนื่องจากประเทศเวียดนามพึ่งเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยว จึงส่งผลทำให้กลุ่มธุรกิจนำเที่ยวยังเป็นธุรกิจที่มีการดำเนินการหรือบริหารจัดการโดยรัฐมากกว่าที่จะมีการดำเนินการโดยภาคเอกชน สังเกตได้จากเมืองท่องเที่ยวของเวียดนาม อาทิเช่น สานอย โฮจิมินห์ เว้ คานัง จะมีกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวของรัฐที่มีชื่อว่า Vietnam Tourism Information Center เป็นหลักคอยเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยตั้งสำนักงาน office หรือ บูธติดต่ออยู่ตามสนามบิน โรงแรม หรือในย่านที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยว อีกทั้งจากการที่ประเทศเวียดนามพึ่งเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยว ส่งผลทำให้การอัตราขยายตัว

ตลอดจนการแข่งขันในด้านราคาและคุณภาพของกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวเกิดขึ้นน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศไทย เพราะเมื่อใดที่กลุ่มธุรกิจนำเที่ยวในเวียดนามมีการแข่งขันกันนั้น จะส่งผลดีต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในฐานะของผู้รับบริการ ทั้งทางด้านราคา(ความคุ้มค่าที่ตนเองได้รับ เมื่อเทียบกับจำนวนเงินที่สูญเสียไป)และคุณภาพของการบริการที่ตนเองได้รับ ในขณะที่เดียวกันก็ได้สร้างผลดีต่อกลุ่มธุรกิจนำเที่ยว คือ ทำให้กลุ่มธุรกิจนำเที่ยวมีการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการของตนเองให้มีคุณภาพอยู่ตลอดเวลา

จากการศึกษาการให้บริการของกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวทั้งที่เป็นของรัฐและเอกชนในเวียดนาม พบว่า กลุ่มธุรกิจนำเที่ยวทั้งที่เป็นของรัฐและเอกชนต่างก็มีข้อบกพร่องในเรื่องของการจัดระบบการบริหารจัดการ และการประสานงาน ตลอดจน การกำหนดราคา ในการนำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ

ยกตัวอย่างเช่น “มีนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งได้ซื้อบริการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวในฮานอย เพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวยังฮาลองเบย์และหมู่เกาะกั๊ดบา โดยไกด์จากบริษัทนำเที่ยวได้นำหมายในการมารับนักท่องเที่ยวเพื่อเดินทางต่อไปยังฮาลองเบย์-หมู่เกาะกั๊ดบา ในเวลา 08.00 น. (ตอนเช้า) แต่ไกด์กลับมารับนักท่องเที่ยวในเวลา 10.00 น. นอกจากนี้ยังแะรับนักท่องเที่ยวในที่ต่างๆอีก ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวต้องนั่งยัดกันอยู่ในรถจนไม่สามารถยับตัวได้ และเมื่อไปถึงท่าเรือที่เมืองฮาลองเบย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องนั่งเรือต่อไปยังหมู่เกาะกั๊ดบา แต่นักท่องเที่ยวต้องเสียเวลาอยู่บริเวณท่าเรือนานถึง 1 ชั่วโมง สืบเนื่องมาจากไกด์จากบริษัทนำเที่ยวที่ฮานอยไม่มีการประสานงานกับเจ้าของเรือที่จะต้องใช้ในการเดินทางต่อไปยังหมู่เกาะกั๊ดบา นอกจากนี้ไกด์ยังมีการเรียกเก็บค่าบริการเพิ่มจากนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา”

ภายใต้ปรากฏการณ์ดังกล่าว ถือได้ว่าสิ่งที่เกิดขึ้น ถือเป็นจุดอ่อนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในประเทศเวียดนาม ซึ่งทางการเวียดนาม หรือ หน่วยงานที่รับผิดชอบควรที่จะต้องเร่งแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น ถ้าทางการเวียดนามยังปล่อยให้อุปสรรคดังกล่าวเกิดขึ้นอย่างเรื้อรัง อาจกลายเป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเวียดนามในอนาคตได้

4.2.5 ระบบการคมนาคมขนส่ง

จากการศึกษาระบบคมนาคมขนส่งในประเทศเวียดนาม พบว่า ในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของเวียดนามต่างก็มีความพร้อมทางด้านการคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ

กล่าวในประเด็นของการคมนาคมขนส่งทางอากาศ พบว่า ตามเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ไม่ว่าจะเป็นฮานอย โฮจิมินห์ เว้ ดานัง ต่างได้มีการจัดเตรียมสนามบินให้มีความทันสมัยและมีการจัดเตรียมจำนวนเที่ยวบินทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกและรองรับการเดินทางของกลุ่ม

นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกัน กลับพบว่า การคมนาคมขนส่งทางอากาศในแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวของประเทศ เวียดนามกลับมีปัญหาในเรื่อง

1. การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในสนามบิน ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของการใช้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว
2. ระบบที่ใช้ในการดำเนินการจองตั๋วเครื่องบินของสายการบินเวียดนามผ่านเว็บไซต์ที่ได้มีการอธิบายรายละเอียดการเดินทางเป็นภาษาเวียดนาม ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการไม่สามารถเข้าถึงรายละเอียดดังกล่าวได้
3. การผูกขาดในการดำเนินการทางธุรกิจการบินของรัฐ ภายใต้สายการบิน Vietnam Airline นั้น ได้ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีตัวเลือกในการใช้บริการของสายการบิน
4. ระบบการจัดการในเรื่องของการเช็คตั๋วและเช็คกระเป๋าของนักท่องเที่ยวยังไม่เอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวมากนัก ยกตัวอย่างเช่น ในกรณีที่นักท่องเที่ยวนำตั๋วเครื่องบินหาย เมื่อนำกรณีดังกล่าวไปปรึกษากับทางเจ้าหน้าที่สายการบิน สายการบินกลับไม่แก้ปัญหาดังกล่าวให้แก่นักท่องเที่ยว ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวต้องซื้อตั๋วเครื่องบินใหม่ หรือ ในกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางจากเว้ ไป ฮานอย และต่อเครื่องจากฮานอย ไปยังกรุงเทพมหานคร โดยใช้บริการของสายการบิน Vietnam Airline ซึ่งเจ้าหน้าที่ของสายการบินสามารถเปิดให้บริการในการเช็คอินจากเว้ไปยังกรุงเทพมหานครได้ แต่ในความเป็นจริง เจ้าหน้าที่สายการบินกลับไม่ให้บริการในเรื่องดังกล่าว ซึ่งได้สร้างความลำบากในการโยกย้ายสำภาระของนักท่องเที่ยว

การคมนาคมขนส่งทางบก พบว่า ทั้ง ฮานอย ฮาลองเบย์ โฮจิมินห์ เว้ ดานัง โฮ้ยอัน ต่างได้มีเส้นทางคมนาคมทางบกที่สามารถเชื่อมโยงเข้าหากันได้ นอกจากนี้ในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวยังมีการจัดเตรียมทั้งรถโดยสารประจำทางและรถไฟหลากหลายประเภทให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการตรงตามความต้องการของตนเอง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อตั๋วเดินทางได้ตามสำนักงานของธุรกิจนำเที่ยว หรือ ที่โรงแรม ยกเว้นในพื้นที่ ฮาลองเบย์ และ โฮ้ยอันที่ไม่มีการเปิดให้บริการการเดินทางโดยเส้นทางรถไฟ แต่ในขณะที่เดียวกันกลับพบว่า การคมนาคมขนส่งทางบกในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของเวียดนามยังมีข้อจำกัดในเรื่องของ

1. การให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการรถไฟในการเดินทางจากโฮจิมินห์ไปดานัง โดยซื้อตั๋วรถไฟจากสถานีรถไฟของโฮจิมินห์ ในขณะที่เจ้าหน้าที่ขายตั๋วไม่สามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ว่ารถไฟมีกี่ประเภท และแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันในเรื่องใดบ้าง ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ไม่ตรงกับความต้องการของตนเอง
2. ความสะอาดบนรถไฟ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของที่นั่ง ที่นอน ห้องน้ำ

3. การให้บริการของพนักงานบรรณารักษ์ ที่มีข้อจำกัดในเรื่องของการใช้ภาษาในการติดต่อกับนักท่องเที่ยว

4. ระบบการบริหารจัดการบรรณารักษ์ โดยเฉพาะในเรื่องการจัดตำแหน่งที่นั่งให้แก่นักท่องเที่ยวและการอนุญาตให้ผู้โดยสารท่านอื่น ซึ่งเป็นคนเวียดนามเข้ามาอยู่ร่วมในตู้นอนของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้โดยสารท่านนั้นไม่ได้ซื้อตั๋วได้สร้างความอึดอัดให้แก่นักท่องเที่ยว ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวจะมีการอธิบายให้แก่เจ้าหน้าที่ได้รับทราบว่า ตู้นอนนี้ นักท่องเที่ยวได้ซื้อตั๋วมาทั้งตู้ 4 คน แต่มีผู้โดยสารไปจริง 3 คน ดังนั้นเจ้าหน้าที่ไม่มีสิทธิที่จะอนุญาตให้ผู้โดยสารท่านอื่นเข้ามาอยู่ร่วมได้ แต่ก็ไม่สามารถสื่อสารกันได้ เพราะเจ้าหน้าที่ใช้ภาษาเวียดนาม แต่นักท่องเที่ยวใช้ภาษาอังกฤษ

การคมนาคมขนส่งทางน้ำ พบว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ดานังและฮาลองเบย์ ต่างก็มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยทางน้ำ แต่เราจะสังเกตได้ว่า การคมนาคมทางน้ำส่วนใหญ่จะจำกัดอยู่ภายใต้กิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากฮาลองเบย์ไปยังหมู่เกาะกัคบา มีความจำเป็นที่จะต้องใช้เรือเป็นพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น ซึ่งมีได้เป็นเส้นทางคมนาคมหลักของนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจากจังหวัดหนึ่งไปยังจังหวัดหนึ่ง

จากรายละเอียดข้างต้นที่ได้มีการกล่าวถึงศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ตามองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเมื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พบว่า พื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีศักยภาพทางด้านโรงแรม ที่พัก และการให้บริการ, ร้านอาหารและการให้บริการ, ธุรกิจนำเที่ยวและการให้บริการ ตลอดจนระบบการคมนาคมขนส่ง มากกว่าประเทศเวียดนาม เหตุที่เป็นเช่นนั้น ก็เพราะประเทศไทยได้มีการเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยวมาก่อนประเทศเวียดนามนานถึง 26 ปี อีกทั้งประเทศไทยมีระบบการเมือง และเศรษฐกิจที่มีได้ผูกขาดอยู่กับรัฐบาลเพียงฝ่ายเดียวเหมือนกับประเทศเวียดนาม จึงส่งผลทำให้กลุ่มธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวสามารถดำเนินการได้อย่างคล่องตัว อีกทั้งยังทำให้เกิดการแข่งขันกันขึ้นในเรื่องของราคาและคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งสิ่งดังกล่าวต่างก็เป็นผลดีต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในขณะเดียวกัน เรากลับพบว่า ประเทศเวียดนามมีศักยภาพทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา และสถานที่ท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม มากกว่าประเทศไทย เป็นเพราะประเทศเวียดนามเพิ่มเริ่มเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยว ส่งผลทำให้สถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวของเวียดนามยังมีความสด ใหม่ ไม่ทรุดโทรมเหมือนสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ถึงแม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวของเวียดนาม โดยเฉพาะที่เว้ จะประสบกับปัญหาอุทกภัยตลอดเวลา แต่เวียดนามก็ยังรักษา

สถานที่ดังกล่าวไว้ได้ ซึ่งถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศเวียดนาม

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามนั้น เวียดนามควรเร่งปรับปรุงทางด้านโรงแรม ที่พัก และการให้บริการ, ร้านอาหารและการให้บริการ, ธุรกิจนำเที่ยวและการให้บริการ ตลอดจนระบบการคมนาคมขนส่ง เพื่อจะช่วยเพิ่มศักยภาพทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเวียดนามให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันเวียดนามก็ไม่ควรปล่อยประละเลยในเรื่องของการทำนุบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ เพราะสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวถือเป็นจุดดึงดูดสำคัญต่อการท่องเที่ยวของเวียดนาม

บทที่ 5

การเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย และ ประเทศเวียดนาม

จากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ในการศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย และ ประเทศเวียดนามจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้น ได้แบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ส่วน คือ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว และการให้บริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยได้ใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวนทั้งสิ้น 664 ราย แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศเวียดนามจำนวน 300 ราย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 364 ราย ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้ คือ

5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย

จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำการสำรวจทั้งหมด 364 ราย ในปี ค.ศ. 2007 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ชายมีจำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.82 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้หญิงมีจำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.18 (ตารางที่ 5-1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.57 ลำดับสองคือ นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและอเมริกาเหนือ ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีจำนวนเท่ากันคือ 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.03 (ตารางที่ 5-2) จากข้อมูลยังพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 216 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.34 เป็นผู้ที่เคยมาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก ส่วนอีก 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.11 เป็นผู้ที่เคยมาเที่ยวเมืองไทยมากกว่าหนึ่งครั้ง (ตารางที่ 5-3)

ตารางที่ 5-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	185	50.82
หญิง	179	49.18
รวม	364	100.00

ตารางที่ 5-2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามทวีป

ทวีป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอเชีย	62	17.03
เอเชียแปซิฟิก	38	10.45
อเมริกาเหนือ	62	17.03
ยุโรป	195	53.57
อเมริกาใต้	1	0.27
ไม่ระบุ/อื่นๆ	6	1.65
รวม	364	100.00

ตารางที่ 5-3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว

จำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	216	59.34
มากกว่าหนึ่งครั้ง	146	40.11
ไม่ระบุ/อื่นๆ	2	0.55
รวม	364	100.00

จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำการสำรวจทั้งหมด 364 ราย แบ่งตามพื้นที่พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติใน จังหวัดเชียงใหม่ 65 ราย จังหวัด อูฐยา 100 ราย จังหวัดกรุงเทพมหานคร 99 ราย และ จังหวัด ภูเก็ต 100 ราย โดยในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพศชายเพียง 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.46 ส่วนนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.54 ในขณะที่จังหวัดอูฐยามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายมากถึง 63 ราย คิดเป็น ร้อยละ 63.0 และนักท่องเที่ยวเพศหญิงจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 ส่วนจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่ามีนักท่องเที่ยวเพศชายจำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.43 นักท่องเที่ยวเพศหญิงจำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.57 จังหวัดภูเก็ตพบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเพศชายจำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.0 นักท่องเที่ยวเพศหญิงจำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.0 (ตารางที่ 5-4)

ตารางที่ 5-4 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามเพศ

เชียงใหม่		อูฐยา		กรุงเทพมหานคร		ภูเก็ต	
ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
25	40	63	37	43	56	54	46
(38.46%)	(61.54%)	(63.0%)	(37.0%)	(43.43%)	(56.57%)	(54.0%)	(46.0%)

จากข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คือนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.92 ส่วนอันดับสองได้แก่นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเหนือ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.23 ในจังหวัดอยุธยาพบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปยังคงมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 และอันดับสอง ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.0 ในจังหวัดกรุงเทพมหานครพบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.72 และอันดับสอง ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเหนือ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.18 ส่วนจังหวัดภูเก็ตพบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปยังคงมีมากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 และ อันดับสองได้แก่นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.0 (ตารางที่ 5-5)

ตารางที่ 5-5 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามทวีป

เชียงใหม่		อยุธยา		กรุงเทพมหานคร		ภูเก็ต	
ยุโรป	อเมริกาเหนือ	ยุโรป	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกาเหนือ	ยุโรป	เอเชีย
24	19	50	23	71	18	50	23
(36.92%)	(29.23%)	(50.0%)	(23.0%)	(71.72%)	(18.18%)	(50.0%)	(23.0%)

ในส่วนของการจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวตามจำนวนครั้งที่เข้ามาเที่ยวประเทศไทยพบว่า ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.23 เพิ่งเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก และนักท่องเที่ยวจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.77 เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่าหนึ่งครั้ง ในจังหวัดอยุธยาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกมีจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้ง พบว่ามีจำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.0 ในจังหวัดกรุงเทพฯ พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกมีจำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.65 และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งมีจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.35 ในจังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเป็นครั้งแรกมีจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งมีจำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.0 (ตารางที่ 5-6)

ตารางที่ 5-6 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว

เชียงใหม่		อยุธยา		กรุงเทพมหานคร		ภูเก็ต	
ครั้งแรก	มากกว่า 1 ครั้ง	ครั้งแรก	มากกว่า 1 ครั้ง	ครั้งแรก	มากกว่า 1 ครั้ง	ครั้งแรก	มากกว่า 1 ครั้ง
58	7	52	47	64	35	42	57
(89.23%)	(10.77%)	(52.0%)	(47.0%)	(64.65%)	(35.35%)	(42.0%)	(57.0%)

5.1.2 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในประเทศเวียดนาม

จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำการสำรวจทั้งหมด 300 ราย ในปี ค.ศ. 2007 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ชายมีจำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.33 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้หญิงมีจำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 (ตารางที่ 5-7) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 159 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.0 ลำดับสองคือ นักท่องเที่ยวชาวเอเชียแปซิฟิก และเอเชีย ซึ่งมีจำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.67 และ 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ (ตารางที่ 5-8) จากข้อมูลยังพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 262 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.34 เป็นผู้ที่เพิ่งเคยมาเที่ยวประเทศเวียดนามเป็นครั้งแรก ส่วนอีก 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.33 เป็นผู้ที่เคยมาเที่ยวประเทศเวียดนามมากกว่าหนึ่งครั้ง (ตารางที่ 5-9)

ตารางที่ 5-7 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	160	53.33
หญิง	140	46.67
รวม	300	100.00

ตารางที่ 5-8 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามทวีป

ทวีป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอเชีย	39	13.00
เอเชียแปซิฟิก	74	24.67
อเมริกาเหนือ	24	8.00
ยุโรป	159	53.00
อเมริกาใต้	4	1.33
ไม่ระบุ/อื่นๆ	0	0.00
รวม	364	100.00

ตารางที่ 5-9 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว

จำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	262	87.34
มากกว่าหนึ่งครั้ง	34	11.33
ไม่ระบุ/อื่นๆ	4	0.55
รวม	300	100.00

จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำการสำรวจทั้งหมด 300 ราย แบ่งตามพื้นที่พบว่า ทั้งสามพื้นที่ คือ โสจิมินห์ ซานอย ฮาลองเบย์ และ เว้ ดานัง ฮอยอัน มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติพื้นที่ละ 100 คน โดยใน โสจิมินห์มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพศชาย 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.00 ส่วนนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีจำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.00 ในขณะที่ซานอย ฮาลองเบย์มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายจำนวน 53 ราย คิดเป็น ร้อยละ 53.0 และนักท่องเที่ยวเพศหญิงจำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.0 ส่วนเว้ ดานัง ฮอยอัน พบว่ามีนักท่องเที่ยวเพศชายจำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.00 นักท่องเที่ยวเพศหญิงจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.00 (ตารางที่ 5-10)

ตารางที่ 5-10 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามเพศ

โสจิมินห์		ซานอย ฮาลองเบย์		เว้ ดานัง และ ฮอยอัน	
ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
52	48	53	47	55	45
(52.0%)	(48.0%)	(53.0%)	(47.0%)	(55.0%)	(45.0%)

จากข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในโสจิมินห์มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คือ นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.0 ส่วนอันดับสองได้แก่นักท่องเที่ยวจากเอเชียแปซิฟิก จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0 ในกรุงซานอย และ ฮาลองเบย์พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปยังคงมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.0 และอันดับสอง ได้แก่นักท่องเที่ยวจากเอเชียแปซิฟิก จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 ในพื้นที่เว้ ดานัง และ ฮอยอัน พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.0 และอันดับสอง ได้แก่นักท่องเที่ยวจากเอเชียแปซิฟิก จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 (ตารางที่ 5-11)

ตารางที่ 5-11 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามเพศ

โฮจิมินห์		ฮานอย ฮาลองเบย์		เว้ ดานัง และ ฮอยอัน	
ยุโรป	เอเชียแปซิฟิก	ยุโรป	เอเชียแปซิฟิก	ยุโรป	เอเชียแปซิฟิก
45	27	45	28	69	19
(45.0%)	(27.0%)	(45.0%)	(28.0%)	(69.0%)	(19.0%)

ในส่วนของการจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวตามจำนวนครั้งที่เข้ามาเที่ยวประเทศเวียดนามพบว่า ในนครโฮจิมินห์มีนักท่องเที่ยวจำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.0 เพิ่งเคยมาเที่ยวโฮจิมินห์เป็นครั้งแรก และนักท่องเที่ยวจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 เคยมาเที่ยวโฮจิมินห์ มากกว่าหนึ่งครั้ง ในกรุงฮานอย และฮาลองเบย์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกมีจำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้ง พบว่ามีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.0 ในพื้นที่เว้ ดานัง และฮอยอัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกมีจำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.0 และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งมีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 (ตารางที่ 5-12)

ตารางที่ 5-12 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว

โฮจิมินห์		ฮานอย ฮาลองเบย์		เว้ ดานัง และ ฮอยอัน	
ครั้งแรก	มากกว่า 1 ครั้ง	ครั้งแรก	มากกว่า 1 ครั้ง	ครั้งแรก	มากกว่า 1 ครั้ง
85	15	89	11	88	8
(85.0%)	(15.0%)	(89.0%)	(11.0%)	(88.0%)	(8.0%)

ตารางที่ 5-13 เปรียบเทียบ จำนวนครั้งของการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย
และประเทศเวียดนาม

จำนวนครั้งที่เข้ามาท่องเที่ยว	ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	ไทย	216	59.34
	เวียดนาม	262	87.34
มากกว่าหนึ่งครั้ง	ไทย	146	40.11
	เวียดนาม	34	11.33
ไม่ระบุ/อื่นๆ	ไทย	2	0.55
	เวียดนาม	4	0.55

เมื่อนำเอาจำนวนครั้งของการเข้ามาท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนามของนักท่องเที่ยวต่างชาติดมาทำการเปรียบเทียบกัน พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวประเทศเวียดนามเป็นครั้งแรกมากกว่าประเทศไทย เหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะ ประเทศเวียดนามเพิ่งเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยว จึงทำให้กลายเป็นจุดสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาเที่ยวยังประเทศเวียดนามเป็นครั้งแรกมากกว่าประเทศไทย

ในขณะเดียวกัน พบว่า นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่าหนึ่งครั้ง ในจำนวนที่มากกว่าการเดินทางเข้ามาในประเทศเวียดนาม เหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะ ประเทศไทยได้มีการเปิดการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลานานถึง 26 ปี ในขณะที่ประเทศเวียดนามเพิ่งมีการเปิดการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเพียง 5 ปี

5.2 การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ผ่านองค์ประกอบหรือส่วนผสมทางการตลาด(Marketing Mix)

นอกจากนี้ในบทนี้ผู้ศึกษาพยายามที่จะวิเคราะห์ถึงศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศเวียดนามโดยอาศัยองค์ประกอบหรือส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ผ่านแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยได้ใช้สอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มนักท่องเที่ยว ในประเด็นดังกล่าว ตามรายละเอียดดังนี้

5.2.1 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) ของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สินค้า และการบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการ และ สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากที่สุด

สินค้า หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก และ ทะเล สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

บริการ หมายถึง ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจบันเทิง

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่มีชื่อเสียง เช่น ทะเล ซึ่งจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางด้านนี้ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต มีชายหาดที่สำคัญ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้มากถึงปีละอย่างน้อย สองล้านคน สถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว ได้แก่ หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน และหมู่เกาะพีพี นอกจากนี้แล้วประเทศไทยยังมีชื่อเสียงในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยโบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ วัดอรุณราชวราราม วัดสระเกศ (ภูเขาทอง) วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และ เสาชิงช้า เป็นต้น สำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ประกอบด้วยโบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพุทไธสวรรย์ วัดพระมงคลบพิตร และวัดธรรมิกราช เป็นต้น ส่วนจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย วัดพระธาตุคอกสุเทพราชวรวิหาร อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย เวียงกุมกาม วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร และวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร เป็นต้น

ในส่วนของการบริการพบว่า ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยโรงแรมทั้งหมด 358 แห่ง ร้านอาหาร 115 ร้าน ร้านค้าและร้านขายของที่ระลึก 14 ร้าน ส่วนในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยโรงแรมทั้งหมด 447 แห่ง ร้านอาหาร 126 ร้าน ร้านค้าและร้านขายของที่ระลึก 65 ร้าน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาประกอบด้วยโรงแรมทั้งหมด 70 แห่ง ร้านอาหาร 66 ร้าน ร้านค้าและร้านขายของที่ระลึก 3 ร้าน สำหรับจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวมากที่สุด ประกอบด้วยโรงแรมทั้งหมด 695 แห่ง ร้านอาหาร 43 ร้าน ร้านค้าและร้านขายของที่ระลึก 14 ร้าน (www.tat.or.th)

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จำนวน 364 คน ถึงสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งสถานที่ออกเป็น 6 ประเภทตามความน่าสนใจของสถานที่ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา การผจญภัย และ สถาบันเทিং พบว่า ถ้าทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมากที่สุดต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.16 รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.62 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา การผจญภัย 105 รายคิดเป็นร้อยละ 28.85 สถาบันเทিং 105 รายคิดเป็นร้อยละ 28.85 สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 101 รายคิดเป็นร้อยละ 27.75 และ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 96 รายคิดเป็นร้อยละ 26.37 ตามลำดับ (ตารางที่ 5-14)

ตารางที่ 5-14 ระดับความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย

ระดับความ พึงพอใจ	สถานที่ท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	สถานที่ท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ	สถานที่ ท่องเที่ยวเชิง นิเวศ	สถานที่ท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	สถานที่ท่องเที่ยว เชิงกีฬา การผจญ ภัย	สถานบันเทิง
มากที่สุด	101 (27.75%)	126 (34.62%)	96 (26.37%)	128 (35.16%)	105 (28.85%)	105(28.85%)
มาก	139 (38.19%)	82 (22.53%)	42 (11.54%)	80 (21.98%)	13 (3.57%)	48(13.19%)
ปานกลาง	56 (15.39%)	61 (16.75%)	28 (7.70%)	26 (7.14%)	25 (6.87%)	27 (7.42%)
น้อย	7 (1.92%)	5 (1.37%)	11 (3.02%)	1 (0.27%)	12 (3.30%)	19 (5.21%)
น้อยที่สุด	0 (0%)	6 (1.65%)	4 (1.10%)	3 (0.83%)	21 (5.76%)	20 (5.49%)
ไม่ระบุ	61 (16.75%)	84 (23.08%)	183 (50.27%)	126 (34.62%)	188 (51.65%)	145(39.84%)
รวม	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364(100.0%)

เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย ภายใต้สถานที่ท่องเที่ยว (Tourist Attractive) ทั้ง 6 สถานที่โดยนำมาหาค่ากลางเลขคณิต (X) แล้วพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา การผจญภัย และสุดท้ายคือ สถานบันเทิง แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยว ภายใต้สถานที่ท่องเที่ยวในระดับจังหวัด พบว่า จังหวัดเชียงใหม่ มีศักยภาพทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ สถานที่ท่องเที่ยวการกีฬา การผจญภัย มีศักยภาพน้อยที่สุด ส่วนพื้นที่จังหวัดอยุธยาพบว่า มีศักยภาพทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาได้แก่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวการกีฬา การผจญภัย และ สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการบันเทิงพบว่า มีศักยภาพน้อยที่สุด ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครพบว่า มีศักยภาพสูงเกือบทุกสถานที่ท่องเที่ยว โดยสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีศักยภาพมากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับจังหวัดภูเก็ตพบว่า มีศักยภาพสูงทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวการกีฬา การผจญภัยมากที่สุด และอันดับสองได้แก่ ศักยภาพทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการบันเทิง ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่ามีศักยภาพน้อยที่สุด (ตารางที่ 5-14)

เมื่อทำการเปรียบเทียบศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด พบว่า จังหวัดกรุงเทพมหานครมีศักยภาพด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากที่สุด รองลงมาคือ อยุธยา และอันดับสามคือ จังหวัดเชียงใหม่ ในขณะที่จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์น้อยที่สุด เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวภูเก็ตส่วนใหญ่ได้รับข้อมูล ข่าวสารทั้งจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ จากคำบอกเล่าของคนที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมาแล้ว ยิ่งไปกว่านั้น การมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ ของจังหวัดภูเก็ตที่ล้อมรอบไปด้วยทะเลและหมู่เกาะต่างๆ ซึ่งถือเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ในทำนองตรงข้ามพบว่าจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพด้านสถานที่ท่องเที่ยวการกีฬา การผจญภัยมากกว่าจังหวัดอื่นๆ เพราะจังหวัดภูเก็ตมีการนำเสนอรูปแบบทางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ได้แก่ กิจกรรม การปีนหน้าผาตามเกาะต่างๆ และ การดำน้ำดูปะการัง เป็นต้น

สำหรับในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากตาราง 5-15 พบว่า จังหวัดอุรยามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุรยา มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองคือกรุงเทพฯ และอันดับสามคือ จังหวัดเชียงใหม่ เหตุที่จังหวัดอุรยามีศักยภาพทางด้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่ เพราะว่าอุรยาถูกจัดให้เป็นเมืองมรดกโลก และมีความสำคัญในฐานะเมืองหลวงเก่า ตลอดจนการส่งเสริมการตลาดจากหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขต 6 ที่มีการจัดกิจกรรมที่สำคัญภายใต้โครงการต่างๆ อาทิ เช่น โครงการอุรยามหามงคลปี 2008 โครงการมรดกโลกริมสายน้ำ โครงการล่องเจ้าพระยา และโครงการเที่ยวเมืองไทยใกล้กรุงเทพฯ เป็นต้น ซึ่งโครงการต่างๆถือเป็นจุดขายที่สำคัญที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่อุรยา

ตารางที่ 5 – 15 ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งตามจังหวัด

พื้นที่	สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สถานที่ท่องเที่ยวการกีฬา การผจญภัย	สถานที่ท่องเที่ยวการบันเทิง
ภาพรวมประเทศไทย	4.10	4.13	4.19	4.38	3.96	3.91
เชียงใหม่	3.93	3.57	3.49	3.90	2.69	2.90
อุรยา	4.21	3.61	2.50	4.80	1.00	1.00
กรุงเทพฯ	4.54	4.34	4.23	4.47	4.27	4.26
ภูเก็ต	3.67	4.82	4.84	3.44	5.00	4.86

หมายเหตุ:ตัวเลขในตารางแสดงถึงค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ประเมินโดยนักท่องเที่ยวจำนวน 364 ราย
คะแนนต่ำสุดคือ 1 และคะแนนสูงสุดคือ 5

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จำนวน 364 คน ถึงธุรกิจการบริการภายในประเทศไทย โดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งการบริการออกเป็น 6 ประเภทตาม ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว และศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า ถ้าทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อธุรกิจบริการพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อธุรกิจนำเที่ยว คือ 188 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.65 รองลงมาคือ ธุรกิจร้านอาหาร 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.44 ธุรกิจการขนส่ง 125 รายคิดเป็นร้อยละ 34.34 ธุรกิจขายของที่ระลึก 123 รายคิดเป็นร้อยละ 33.79 ธุรกิจโรงแรม 114 รายคิดเป็นร้อยละ 31.32 และ ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว 101 รายคิดเป็นร้อยละ 27.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 5-16)

ตารางที่ 5-16 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการในประเทศไทย

ระดับความพึงพอใจ	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจขายของที่ระลึก	ธุรกิจการขนส่ง	ธุรกิจนำเที่ยว	ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว
มากที่สุด	114 (31.32%)	129 (31.32%)	123 (33.79%)	125 (34.34%)	188 (51.65%)	101 (27.75%)
มาก	146 (40.11%)	116 (31.87%)	101 (27.75%)	101 (27.75%)	70 (19.23%)	115 (31.59%)
ปานกลาง	35 (9.62%)	80 (21.98%)	69 (18.96%)	44 (12.09%)	12 (3.30%)	71 (19.51%)
น้อย	5 (1.37%)	12 (3.29%)	11 (3.02%)	21 (5.77%)	2 (0.55%)	14 (3.85%)
น้อยที่สุด	10 (2.75%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4 (1.09%)	0 (0.00%)	1 (0.27%)
ไม่ระบุ	54 (14.83%)	27 (7.42%)	60 (16.48%)	69 (18.96%)	92 (25.27%)	62 (17.03%)
รวมทั้งหมด	364 (100.00%)	364 (100.00%)	364 (100.00%)	364 (100.00%)	364 (100.00%)	364 (100.00%)

เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย ภายใต้บริการท่องเที่ยวทั้ง 6 ธุรกิจโดยนำมาหาค่ากลางเลขคณิต (X) แล้วพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพทางด้านการบริการท่องเที่ยวสูงมากในทุกๆด้าน โดยเฉพาะด้านธุรกิจนำเที่ยวมีศักยภาพมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร และลำดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยว

ภายใต้ธุรกิจบริการในระดับจังหวัด พบว่า จังหวัดเชียงใหม่ มีศักยภาพด้านธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจโรงแรม และ มีศักยภาพน้อยที่สุดด้านธุรกิจการขนส่ง ส่วนพื้นที่จังหวัดอยุธยาพบว่า มีศักยภาพทางด้านธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุดเช่นเดียวกัน รองลงมาได้แก่ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจขายของที่ระลึก ส่วนธุรกิจโรงแรม พบว่ามีศักยภาพน้อยที่สุด ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครฯ พบว่า มีศักยภาพด้านธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือธุรกิจโรงแรม และธุรกิจการขนส่งมีศักยภาพน้อยที่สุด สำหรับจังหวัดภูเก็ตพบว่ามีศักยภาพสูงในธุรกิจบริการทุกด้าน โดยธุรกิจนำเที่ยวมีศักยภาพมากที่สุด และอันดับสองได้แก่ ศักยภาพทางด้านธุรกิจการขนส่ง และธุรกิจโรงแรม ส่วนศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวพบว่ามีศักยภาพน้อยที่สุด (ตารางที่ 5-17)

จากตารางที่ 5-17 พบว่า ในจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพด้านธุรกิจโรงแรมมากที่สุด รองลงมาคือ กรุงเทพฯ และ เชียงใหม่ ตามลำดับ ในขณะที่จังหวัดอยุธยามีศักยภาพด้านธุรกิจโรงแรมน้อยที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวในอยุธยา ไม่ได้มาค้างแรมที่อยุธยา ส่วนใหญ่แล้ว เป็นการเดินทางไปกลับระหว่าง กรุงเทพฯ – อยุธยา จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ไม่มีแรงจูงใจในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของห้องพักและบริการให้ดีขึ้น

ในขณะเดียวกัน พบว่าจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพมากที่สุดด้านธุรกิจร้านอาหาร รองลงมาคือ จังหวัด พระนครศรีอยุธยา กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ตามลำดับ เหตุที่ทำให้ธุรกิจร้านอาหารในอยุธยามีศักยภาพสูง เพราะ ผู้ประกอบการร้านอาหารในอยุธยา พยายามสร้างจุดขายโดยผ่านเอกลักษณ์ความเป็นไทยเพื่อให้สอดคล้องกับพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์

ในส่วนของธุรกิจขายของที่ระลึก พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพมากที่สุดเช่นเดียวกัน รองลงมาคือ จังหวัด อยุธยา กรุงเทพฯ และ เชียงใหม่ ตามลำดับ สาเหตุที่ทำให้ธุรกิจขายของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ เนื่องมาจากปัจจัยที่สำคัญคือ นโยบายของรัฐโดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบาย หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ก่อให้เกิดการลอกเลียนแบบของผลิตภัณฑ์ จนทำให้สินค้าไม่สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อีกต่อไป นอกจากนั้นรูปแบบการขายสินค้ามีการพัฒนาขึ้นซึ่งสามารถอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ ผลิตภัณฑ์ หัตถกรรม สิ่งทอ และ อาหาร (ท้องถิ่น) ได้ถูกนำมาขายภายในห้างสรรพสินค้า ในลักษณะของ “กาดมั่ว” (The Northern Village) ซึ่งลักษณะดังกล่าวก่อให้เกิดสภาพ one stop service ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

อย่างรวดเร็วและทั่วถึง จึงส่งผลให้แหล่งผลิตสินค้าซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากในลำดับต้นๆ จากนักท่องเที่ยว อยู่ในสภาพซบเซา เช่น ศูนย์หัตถกรรมทำร่มบ่อสร้าง และ หมู่บ้านแกะสลักถวาย จากสภาวะดังกล่าวจึงทำให้แต่ละพื้นที่พยายามกระตุ้นให้เกิดการกลับมาของนักท่องเที่ยว โดยผ่านการจัดกิจกรรม “ถนนคนเดิน”

ในส่วนของการบริการขนส่ง ผู้วิจัยเน้นศึกษา ทางด้านการให้บริการรถเช่า (car rent) พบว่าจังหวัดภูเก็ต มีศักยภาพด้านธุรกิจการขนส่ง (รถเช่า) มากที่สุดรองลงมาคือ จังหวัดอยุธยา ในขณะที่เดียวกันพบว่า ศักยภาพของธุรกิจการขนส่ง (รถเช่า) ในจังหวัดเชียงใหม่ มีน้อยที่สุด เพราะว่า ความแตกต่างทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวสามารถขับรถเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ในภูเก็ตได้ นอกจากนั้นราคาในการเช่ารถ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาในการใช้รถโดยสารสาธารณะ พบว่ามีราคาใกล้เคียงกัน ส่วนในเชียงใหม่พบว่าลักษณะทางภูมิศาสตร์ไม่เอื้อให้นักท่องเที่ยวเช่ารถ ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อเปรียบเทียบราคาในการเช่ารถกับราคาในการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ พบว่า การใช้บริการรถโดยสารสาธารณะมีราคาถูกกว่า

ในส่วนของการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าจังหวัดภูเก็ตและอยุธยามีศักยภาพด้านธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ กรุงเทพฯ และ เชียงใหม่ ตามลำดับ เหตุผลที่ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีศักยภาพมากที่สุด เพราะว่า การบริหารจัดการที่ดี เช่น การตรงต่อเวลา การดูแลเอาใจใส่ให้นักท่องเที่ยวที่ดี ดังนั้นพบว่ามีนักท่องเที่ยวบางคนต้องไปเรียนภาษาอิตาเลียน เพื่อตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวชาวอิตาเลียนที่ไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ ในส่วนของจังหวัดอยุธยา สาเหตุที่ธุรกิจนำเที่ยวเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นผลสืบเนื่องมาจาก การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวจากตัวแทนธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพฯ ในขณะที่เชียงใหม่ และ กรุงเทพฯ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีความจำเป็นต้องพึ่งบริการของธุรกิจนำเที่ยว เพราะสามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้เอง ในส่วนของการศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวพบว่า จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพด้านศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ กรุงเทพฯ อยุธยา และ เชียงใหม่

ตารางที่ 5 – 17 ศักยภาพของการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งตามจังหวัด

พื้นที่	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจขายของที่ระลึก	ธุรกิจการขนส่ง	ธุรกิจนำเที่ยว	ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว
ภาพรวมประเทศไทย	4.13	4.07	4.11	4.09	4.63	4.00
เชียงใหม่	3.77	3.45	3.34	2.87	4.00	3.40
อยุธยา	3.73	4.09	4.36	4.59	4.82	3.92
กรุงเทพฯ	4.25	4.19	4.02	3.70	4.37	4.17
ภูเก็ต	4.67	4.39	4.41	4.68	4.83	4.32

หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางแสดงถึงค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ประเมินโดยนักท่องเที่ยวจำนวน 364 ราย
คะแนนต่ำสุดคือ 1 และคะแนนสูงสุดคือ 5

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่มีชื่อเสียงโดยอาศัยความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ เช่น อ่าวฮาลอง (Ha Long Bay) และหมู่เกาะกัตบา (Cat Ba) ซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของประเทศเวียดนาม ในตอนกลางของประเทศบริเวณเส้นทางระหว่างดานัง-เว้ จะประกอบไปด้วยทัศนียภาพของชายหาด My Khe หรือหาดจิน และภูเขาที่กั้นระหว่างดานังและเว้ นอกจากนี้ บริเวณเส้นทางระหว่างดานัง-ฮอยอัน จะมีภูเขาหินอ่อน (Ngu Hanh Son) เป็นจุดแวะพักของนักท่องเที่ยว ทางตอนใต้ของโฮจิมินห์ซิตี้แม่น้ำโขงที่ไหลผ่านมาจากหลายประเทศได้แตกสาขาออกเป็นเก้าสาย และกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งทางตอนใต้ นอกจากนี้แล้วประเทศเวียดนามยังมีชื่อเสียงในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ศูนย์ราชการ และบ้านเรือนที่รับอิทธิพลของฝรั่งเศสในเมืองสำคัญต่างๆ เช่น ฮานอย และโฮจิมินห์ซิตี้ ในตอนกลางของประเทศจะเป็นกลุ่มโบราณสถานที่ได้รับอิทธิพลจีน เช่น เมืองโบราณฮอยอัน พระราชวัง และสุสานที่เมืองเว้

ในส่วนของการบริการพบว่า ในเมืองใหญ่ๆ ของประเทศเวียดนาม เช่น กรุงเทพมหานคร หมู่เกาะกั๊ดบา อ่าวฮาลอง ดานัง เว้ ฮอยอัน และ โฮจิมินห์ ต่างก็มีธุรกิจบริการทั้งธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านค้าและร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนธุรกิจนันทนาการ

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จำนวน 300 คน ต่อสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศเวียดนาม โดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งสถานที่ออกเป็น 6 ประเภทตามความน่าสนใจของสถานที่ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา การผจญภัย และ สถานบันเทิง พบว่า ถ้าทำการเปรียบเทียบความสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุดจำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.67 รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติจำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 สถานที่ท่องเที่ยวบันเทิงจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.33 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.0 และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา การผจญภัย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0 (ตารางที่ 5-18)

ตารางที่ 5-18 ระดับความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม

ระดับความพึงพอใจ	สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา การผจญภัย	สถานบันเทิง
มากที่สุด	90 (30.0%)	48 (16.0%)	33 (11.0%)	95 (31.67%)	15 (5.0%)	37 (12.33%)
มาก	150 (50.0%)	126 (42.0%)	128 (42.67%)	153 (51.0%)	136 (45.33%)	101 (33.67%)
ปานกลาง	25 (8.33%)	46 (15.33%)	15 (5.0%)	19 (6.33%)	61 (20.33%)	71 (23.67%)
น้อย	9 (3.0%)	3 (1.0%)	3 (1.0%)	3 (1.0%)	11 (3.67%)	11 (3.67%)
น้อยที่สุด	6 (2.0%)	6 (2.0%)	3 (1.0%)	4 (1.33%)	11 (3.67%)	8 (2.66%)
ไม่ระบุ	20 (6.67%)	71 (23.67%)	118 (39.33%)	26 (8.67%)	66 (22.0%)	72 (24.0%)
รวม	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)

เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม ภายใต้สถานที่ท่องเที่ยว (Tourist Attractive) ทั้ง 6 สถานที่ที่ได้นำมาหาค่ากลางเลขคณิต (X) แล้วพบว่าประเทศเวียดนามมีศักยภาพทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานบันเทิง และสุดท้ายคือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา การผจญภัย แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยว ภายใต้สถานที่ท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ พบว่า พื้นที่ฮานอย ฮาลองเบย์ มีศักยภาพทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ สถานที่ท่องเที่ยวการกีฬา การผจญภัย มีศักยภาพน้อยที่สุด ส่วนพื้นที่เว้ ดานัง และฮอยอัน พบว่า มีศักยภาพทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาได้แก่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวการกีฬา การผจญภัย พบว่ามีศักยภาพน้อยที่สุด ในพื้นที่โฮจิมินห์ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีศักยภาพมากที่สุด รองลงมาคือสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวการกีฬา การผจญภัย พบว่ามีศักยภาพน้อยที่สุด (ตารางที่ 5-19)

เมื่อทำการเปรียบเทียบศักยภาพทั้ง 3 พื้นที่ พบว่า ประเทศเวียดนามมีศักยภาพสูงมากด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เพราะประเทศเวียดนามมีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์โลก ซึ่งเป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของเวียดนาม เช่น สุสานโฮจิมินห์ และ ทำเนียบรวมชาติ (Reunification Palace) เป็นต้น ได้กลายเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้าสู่ประเทศเวียดนาม อีกทั้งการที่ประเทศเวียดนามเพิ่งเริ่มเปิดประเทศเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 22 ปี จึงทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังไม่ทรุดโทรมและยังไม่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวมากนัก ผลคือทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้นยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ให้คงอยู่

จากผลการศึกษาพบว่า ทั้ง 3 พื้นที่ ในประเทศเวียดนาม มีศักยภาพด้านสถานที่ท่องเที่ยวการกีฬา การผจญภัย และ สถานที่ท่องเที่ยวการบันเทิงน้อยที่สุด เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูล ข่าวสารทั้งจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากหน่วยงานของรัฐคือ Vietnam National Authority Tourism และ จากคำบอกเล่าของคนที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และความเป็นมรดกโลก ของโบราณสถานต่างๆ เช่น สุสานจักรพรรดิ และ เมืองโบราณฮอยอัน เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น การมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ และรากฐานทางประวัติศาสตร์ จึงเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้าสู่ประเทศเวียดนาม

ตารางที่ 5 – 19 ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม แบ่งตามพื้นที่

พื้นที่	สถานที่ประวัติศาสตร์	สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สถานที่ท่องเที่ยวการกีฬา การผจญภัย	สถานที่บันเทิง
ภาพรวมเวียดนาม	4.10	3.90	4.02	4.21	3.57	3.65
ฮานอย ฮาลองเบย์	4.13	4.08	4.02	4.27	3.72	3.73
เว้ คานัง ฮอยอัน	4.10	3.70	4.01	4.27	3.44	3.76
โฮจิมินห์	4.08	4.07	4.02	4.10	3.65	3.80

หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางแสดงถึงค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ประเมินโดยนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย คะแนนต่ำสุดคือ 1 และคะแนนสูงสุดคือ 5

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จำนวน 300 คน ถึงธุรกิจการบริการภายในประเทศเวียดนาม โดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งการบริการออกเป็น 6 ประเภทตาม ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว และศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า ถ้าทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อธุรกิจบริการพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อธุรกิจโรงแรม คือ 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ ธุรกิจนำเที่ยว 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.33 ธุรกิจร้านอาหาร 53 รายคิดเป็นร้อยละ 17.67 ธุรกิจขายของที่ระลึก 20 รายคิดเป็นร้อยละ 6.67 ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว 20 รายคิดเป็นร้อยละ 6.67 และพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อธุรกิจการขนส่งเป็นลำดับสุดท้าย คือ 3 รายคิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 5-20)

ตารางที่ 5-20 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการในประเทศเวียดนาม

ระดับความ พึงพอใจ	ธุรกิจ โรงแรม	ธุรกิจ ร้านอาหาร	ธุรกิจขาย ของที่ระลึก	ธุรกิจการ ขนส่ง	ธุรกิจนำ เที่ยว	ศูนย์บริการ ข้อมูลการ ท่องเที่ยว
มากที่สุด	72 (24.0%)	53(17.67%)	20(6.67%)	3(1.0%)	58(19.33%)	20(6.67%)
มาก	145(48.33%)	164(54.67%)	145(48.33%)	56(18.67%)	105(35.0%)	91(30.33%)
ปานกลาง	61(20.33%)	53(17.67%)	60(20.0%)	68(22.67%)	55(18.33%)	42(14.0%)
น้อย	8(2.67%)	12(4.0%)	21(7.0%)	24(8.0%)	16(5.33%)	17(5.67%)
น้อยที่สุด	6(2.0%)	8(2.66%)	9(3.0%)	47(15.66%)	5(1.67%)	15(5.0%)
ไม่ระบุ	8(2.67%)	10(3.33%)	45(15.0%)	102(34.0%)	61(20.34%)	115(38.33%)
ร ว ม ทั้งหมด	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)

เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม ภายใต้บริการท่องเที่ยวทั้ง 6 ธุรกิจโดยนำมาหาค่ากลางเลขคณิต (X) แล้วพบว่าประเทศเวียดนามมีศักยภาพทางด้านการบริการท่องเที่ยวไม่สูงมากนัก ด้านธุรกิจร้านอาหาร และ ธุรกิจนำเที่ยวมีศักยภาพมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ธุรกิจขายของที่ระลึก ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และลำดับสุดท้ายคือ ธุรกิจการขนส่ง แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยว ภายใต้ธุรกิจบริการในระดับพื้นที่ พบว่า พื้นที่ฮานอย และ ฮาลองเบย์ มีศักยภาพด้านธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจขายของที่ระลึก ส่วนธุรกิจการขนส่งพบว่ามีศักยภาพน้อยที่สุด สำหรับพื้นที่เว้ ดานัง และ ฮอยอัน พบว่า มีศักยภาพทางด้านธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ธุรกิจขายของที่ระลึก ส่วนธุรกิจการขนส่งพบว่ามีศักยภาพน้อยที่สุดในพื้นที่โฮจิมินห์ พบว่า มีศักยภาพด้านศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายของที่ระลึก และธุรกิจการขนส่งมีศักยภาพน้อยที่สุด เช่นเดียวกัน (ตารางที่ 5-21)

จากตารางที่ 5-21 พบว่า ศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ ทั้ง 3 อยู่ในระดับพอๆ กัน คือมีค่ากลาง เลขคณิตที่ 3.90 – 3.95 ในขณะเดียวกัน พบว่าศักยภาพของธุรกิจนาเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร ฮาลองเบย์ มีมากกว่าโฮจิมินห์ และ เมืองเว้ ดานัง ฮอยอัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ทางตอนกลางของเวียดนาม ได้แก่ เว้ ดานัง และ ฮอยอัน พบว่าการบริหารจัดการบางอย่างยังมีข้อบกพร่อง อาทิเช่น ในเรื่องของการเรียกเก็บ ค่าใช้จ่ายส่วนเกินนอกเหนือจากที่นักท่องเที่ยวได้ทำการตกลงไว้ ตลอดจน เรื่องของการบริหารจัดการ การ ตรงต่อเวลา เป็นต้น ในส่วนของธุรกิจร้านอาหาร พบว่า ทั้ง 3 พื้นที่ที่มีศักยภาพใกล้เคียงกัน สาเหตุที่ทำให้ ธุรกิจ เพราะทั้งสามพื้นที่ เป็นเมืองศูนย์กลางการปกครอง และ ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ จึงก่อให้เกิดความ หลากหลายของธุรกิจร้านอาหาร เช่น ร้านเฟอ 24 และ ร้าน Highlands Coffee เป็นต้น

สำหรับธุรกิจขายของที่ระลึก พบว่าพื้นที่โฮจิมินห์ มีศักยภาพมากที่สุด รองลงมาคือเมืองภาคกลาง ได้แก่ เว้ ดานัง และฮอยอัน ส่วนลำดับสุดท้ายคือ ฮานอย และ ฮาลองเบย์ ในกลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกทั้ง 3 พื้นที่พบว่าในตลาดค้าส่งซึ่งเป็นแหล่งค้าส่งขนาดใหญ่ อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมทางการค้า ที่มีความหลากหลาย ของสินค้า และเอื้ออำนวยต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาจับจ่ายซื้อสินค้าต่างๆ อีกทั้งการที่แม่ค้าในตลาด ทั้ง 3 พื้นที่สามารถใช้ภาษาไทยได้ดี ตลอดจน การค้าขายที่ใช้เงินสกุลบาทเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวไทย หลังไหลเข้าสู่ประเทศเวียดนามมากขึ้น ในด้าน ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่าพื้นที่โฮจิมินห์มีศักยภาพมากที่สุด ส่วนอีก 2 พื้นที่ คือ ฮานอย ฮาลองเบย์ และ เว้ ดานัง ฮอยอัน มีศักยภาพน้อยกว่าโฮจิมินห์

ในส่วน of ธุรกิจการขนส่ง ผู้วิจัยเน้นศึกษา ทางด้านการให้บริการรถเช่า (car rent) พบว่าศักยภาพ ด้านธุรกิจการขนส่ง (รถเช่า) ทั้ง 3 พื้นที่อยู่ในระดับต่ำ เพราะข้อจำกัดในเรื่องของการจราจรของเวียดนาม จึงทำให้ ธุรกิจการให้บริการ รถเช่า มีไม่มากนักเนื่องจากก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วข้อจำกัดอีกประการหนึ่งก็คือ ข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งรถยนต์ส่วนใหญ่มีราคาแพงมาก จนกระทั่งไม่สามารถซื้อมาเพื่อใช้ในการบริการประกอบธุรกิจรถเช่าได้

ตารางที่ 5 – 21 ศักยภาพของการบริการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม แบ่งตามพื้นที่

พื้นที่	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจขายของที่ระลึก	ธุรกิจการขนส่ง	ธุรกิจนำเที่ยว	ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว
ภาพรวมเวียดนาม	3.10	3.83	3.57	2.72	3.82	3.45
ฮานอย	3.95	3.82	3.54	2.91	4.03	3.45
ฮาลองเบย์						
เว้ ดานัง	3.90	3.85	3.62	2.92	3.63	3.46
ฮอยอัน						
โฮจิมินห์	3.91	3.83	3.83	2.38	3.86	4.45

หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางแสดงถึงค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ประเมินโดยนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย คะแนนต่ำสุดคือ 1 และคะแนนสูงสุดคือ 5

เมื่อทำการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย และประเทศเวียดนาม พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ของประเทศเวียดนามมากกว่าของประเทศไทย เหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในแต่ละพื้นที่ของประเทศเวียดนามที่ยังมีความสด ใหม่ สมบูรณ์ สวยงาม และไม่ทรุดโทรมเหมือนสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย อีกทั้งเป็นเพราะประเทศเวียดนามเพิ่งมีการเปิดประเทศทำให้สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ได้รับความบอบช้ำจากการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากนัก(ดูตารางที่ 5-22 ประกอบ)

ในขณะเดียวกัน คณะผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดต่อการให้บริการของธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว และศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว เหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะประเทศไทยได้มีการเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยวมานานกว่าประเทศเวียดนาม อีกทั้งมีการพัฒนาเกี่ยวกับการให้บริการตลอดเวลา

ตารางที่ 5-22 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

ระดับความพึงพอใจ	ประเทศ	สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา การผจญภัย	สถานบันเทิง
มากที่สุด	ประเทศไทย	101 (27.75%)	126 (34.62%)	96 (26.37%)	128 (35.16%)	105 (28.85%)	105(28.85%)
	ประเทศเวียดนาม	90 (30.0%)	48 (16.0%)	33 (11.0%)	95 (31.67%)	15 (5.0%)	37 (12.33%)
มาก	ประเทศไทย	139 (38.19%)	82 (22.53%)	42 (11.54%)	80 (21.98%)	13 (3.57%)	48(13.19%)
	ประเทศเวียดนาม	150 (50.0%)	126 (42.0%)	128 (42.67%)	153 (51.0%)	136 (45.33%)	101(33.67%)
ปานกลาง	ประเทศไทย	56 (15.39%)	61 (16.75%)	28 (7.70%)	26 (7.14%)	25 (6.87%)	27 (7.42%)
	ประเทศเวียดนาม	25 (8.33%)	46 (15.33%)	15 (5.0%)	19 (6.33%)	61 (20.33%)	71(23.67%)
น้อย	ประเทศไทย	7 (1.92%)	5 (1.37%)	11 (3.02%)	1 (0.27%)	12 (3.30%)	19 (5.21%)
	ประเทศเวียดนาม	9 (3.0%)	3 (1.0%)	3 (1.0%)	3 (1.0%)	11 (3.67%)	11 (3.67%)
น้อยที่สุด	ประเทศไทย	0 (0%)	6 (1.65%)	4 (1.10%)	3 (0.83%)	21 (5.76%)	20 (5.49%)
	ประเทศเวียดนาม	6 (2.0%)	6 (2.0%)	3 (1.0%)	4 (1.33%)	11 (3.67%)	8 (2.66%)
ไม่ระบุ	ประเทศไทย	61 (16.75%)	84 (23.08%)	183 (50.27%)	126 (34.62%)	188 (51.65%)	145(39.84%)
	ประเทศเวียดนาม	20 (6.67%)	71 (23.67%)	118 (39.33%)	26 (8.67%)	66 (22.0%)	72 (24.0%)
รวม	ประเทศไทย	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364(100.0%)
	ประเทศเวียดนาม	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)

ตารางที่ 5-23 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

ระดับความพึงพอใจ	ประเทศ	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจขายของที่ระลึก	ธุรกิจการขนส่ง	ธุรกิจน้ำดื่ม	ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว
มากที่สุด	ประเทศไทย	114 (31.32%)	129 (31.32%)	123 (33.79%)	125 (34.34%)	188 (51.65%)	101 (27.75%)
	ประเทศเวียดนาม	72 (24.0%)	53 (17.67%)	20 (6.67%)	3 (1.0%)	58 (19.33%)	20 (6.67%)
มาก	ประเทศไทย	146 (40.11%)	116 (31.87%)	101 (27.75%)	101 (27.75%)	70 (19.23%)	115 (31.59%)
	ประเทศเวียดนาม	145 (48.33%)	164 (54.67%)	145 (48.33%)	56 (18.67%)	105 (35.0%)	91 (30.33%)
ปานกลาง	ประเทศไทย	35 (9.62%)	80 (21.98%)	69 (18.96%)	44 (12.09%)	12 (3.30%)	71 (19.51%)
	ประเทศเวียดนาม	61 (20.33%)	53 (17.67%)	60 (20.0%)	68 (22.67%)	55 (18.33%)	42 (14.0%)
น้อย	ประเทศไทย	5 (1.37%)	12 (3.29%)	11 (3.02%)	21 (5.77%)	2 (0.55%)	14 (3.85%)
	ประเทศเวียดนาม	8 (2.67%)	12 (4.0%)	21 (7.0%)	24 (8.0%)	16 (5.33%)	17 (5.67%)
น้อยที่สุด	ประเทศไทย	10 (2.75%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4 (1.09%)	0 (0.00%)	1 (0.27%)
	ประเทศเวียดนาม	6 (2.0%)	8 (2.66%)	9 (3.0%)	47 (15.66%)	5 (1.67%)	15 (5.0%)
ไม่ระบุ	ประเทศไทย	54 (14.83%)	27 (7.42%)	60 (16.48%)	69 (18.96%)	92 (25.27%)	62 (17.03%)
	ประเทศเวียดนาม	8 (2.67%)	10 (3.33%)	45 (15.0%)	102 (34.0%)	61 (20.34%)	115 (38.33%)
รวม	ประเทศไทย	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364 (100.0%)	364 (100.0%)
	ประเทศเวียดนาม	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)	300 (100.0%)

5.2.2 การกำหนดราคา (Price) ของสินค้าและบริการการท่องเที่ยวของประเทศไทย และ ประเทศเวียดนาม

ในเรื่องของการกำหนดราคาของสินค้าและบริการการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้ศึกษาในภาพรวมของทั้งธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายของที่ระลึก และ ธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ในประเทศไทยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 80 มีความเห็นว่าเงินที่จ่ายไปในการท่องเที่ยวเพื่อซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว ซึ่งรวมอาหาร โรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ จากตัวแทนการท่องเที่ยว มีความคุ้มค่าเหมาะสมกับมูลค่าของเงินที่จ่ายไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเที่ยวประเทศไทยใช้จ่ายเงินไม่เกิน 1,000 US \$ ในระยะเวลา 7 วัน จึงสามารถกล่าวได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ดีและราคาไม่แพงนัก

ในทางตรงข้าม ในเรื่องของการกำหนดราคาของสินค้าและบริการการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 80 มีความเห็นว่าเงินที่จ่ายไปในการท่องเที่ยวเพื่อซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว จากตัวแทนท่องเที่ยว ไม่มีความคุ้มค่า ไม่เหมาะสมกับมูลค่าของเงินที่จ่ายไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเที่ยวในประเทศเวียดนามใช้จ่ายเงินประมาณ 3,000 US \$ ในระยะเวลา 7 วัน จึงสามารถกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวที่มีราคาแพงและไม่มีความคุ้มค่า ตัวอย่างเช่น การเรียกเก็บค่าบริการส่วนเพิ่มนอกเหนือจากที่ได้ตกลงกันไว้

“จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวยุโรปซึ่งซื้อโปรแกรมการเดินทางไปท่องเที่ยวล่องแม่น้ำหอมเพื่อชมโบราณสถานที่สำคัญคือ สุสานจักรพรรดิ ในราคา 5US\$ ต่อคน ซึ่งค่าใช้จ่ายตกลงว่ารวมค่าเดินทางจากโรงแรมถึงท่าเรือ ค่าล่องเรือ ค่ารถมอเตอร์ไซด์รับจ้างจากท่าเรือถึงสุสาน ตลอดจนรวมอาหารกลางวันหนึ่งมื้อ ซึ่งในตอนแรกนักท่องเที่ยวคนดังกล่าวรู้สึกว่าเป็นการจ่ายที่คุ้มค่า แต่เมื่อเดินทางจริงกลับพบว่า มีความล่าช้าในการเดินทางจากที่พักไปยังท่าเรือ ยิ่งไปกว่านั้น มีการเรียกเก็บค่าบริการส่วนเพิ่มรายทางเพื่อเป็นค่าบริการมอเตอร์ไซด์รับจ้างจากท่าเรือถึงสุสานจักรพรรดิ ยิ่งไปกว่านั้นผู้ขี่มอเตอร์ไซด์ยังเรียกเก็บค่าบริการพิเศษ (Service Charge) จากนักท่องเที่ยวต่างหาก”

“จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวยุโรปซึ่งเดินทางจำนวน 3 คน (ครอบครัว) และซื้อโปรแกรมการเดินทาง ภายใน กลุ่มเมือง เว้ ดานัง ฮอยอัน ในราคา 1,200 US\$ ในระยะเวลา 5 วัน จากบริษัททัวร์แห่งหนึ่งในเมืองเว้ ซึ่งโปรแกรมทัวร์ดังกล่าว ได้รวมค่าใช้จ่ายทุกชนิด เช่น ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ามัคคุเทศก์ ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการเดินทางจนกระทั่งเดินทางกลับออกจากสนามบินเว้ แต่เมื่อมัคคุเทศก์พานักเที่ยวเมืองเก่าได้เพียงหนึ่งวัน ก็มีการเรียกเก็บเงินเพิ่มอีกวันละ 200 US\$ จึงทำให้

ครอบครัวดังกล่าวต้องจ่ายเงินเพิ่มอีก 1,000 US\$ ถ้าครอบครัวดังกล่าวไม่ชำระเงินส่วนเพิ่ม ก็จะไม่สามารถได้รับหนังสือเดินทางกลับคืนมา ยิ่งไปกว่านั้น ยังละทิ้งให้ครอบครัวนั้นเดินทางไปยังสนามบินเว้โดยลำพัง”

“จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย 3 คน ที่เดินทางไปยังประเทศเวียดนาม โดยไปซื้อโปรแกรมทัวร์ที่ดานัง เพื่อเดินทางจากดานัง ไป ฮอยอัน และจากฮอยอัน ไปเมืองเก่าเว้ รวมระยะเวลาเดินทาง 2 วัน เมื่อผู้ประกอบการทัวร์เวียดนามเห็นว่าเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่มีความรู้เรื่องภาษาเวียดนามเลย จึงเรียกเก็บราคาค่าบริการเกินจริง ซึ่งการเดินทางครั้งดังกล่าวนักท่องเที่ยวเสียค่าใช้จ่ายทั้งหมด 300 US\$ ซึ่งไม่รวมค่าที่พัก ถือได้ว่าเป็นโปรแกรมทัวร์ที่แพงมาก ไม่สมเหตุสมผล”

5.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Process of Delivery) ของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง วิธีการที่จะนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปเสนอขายให้แก่ผู้บริโภค หรือ นักท่องเที่ยวในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม ที่นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งวิธีการกระจายสินค้าให้นักท่องเที่ยวมีอยู่ 2 วิธีคือ การขายตรง และการขายโดยผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสามารถทำได้รวดเร็วที่สุด ผู้ผลิตจึงให้ราคาพิเศษแก่ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะตรงข้ามกับการซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มักจะมีราคาสูงเมื่อผ่านตัวกลาง แต่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกลับมีราคาถูกลง จึงทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายในตลาดท่องเที่ยวมีหลากหลายมากขึ้น

จากการศึกษาพบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจท่องเที่ยวทั้งของไทยและของเวียดนาม ไม่มีความแตกต่างกันเลย คือทั้งสองประเทศใช้ตัวกลางเป็นตัวแทนจำหน่าย กลยุทธ์ต่างๆ ที่ใช้ในการจัดจำหน่ายก็มีลักษณะที่เหมือนกัน เช่น การจัดโปรแกรมทัวร์ขายเป็นชุด (Package Tour) การเดินทางจากฮานอย ฮาลองเบย์ เกาะก๊าดบา 2 วัน 1 คืน ในราคา 40 US\$ ต่อคน หรือ “การเดินทางล่องแม่น้ำหอม” โปรแกรม One day trip ในราคา 5 US\$ หรือ “การล่องเรือชมแม่น้ำหอมพร้อมอาหารและดนตรีพื้นเมือง” ในราคา 10 US\$ ต่อคน หรือ การเดินทางเป็นกลุ่มเกิน 15 คน ตัวแทนการจำหน่ายทั้งในประเทศไทย และเวียดนาม ก็มีกลยุทธ์ในการขายที่เหมือนกันคือ “เดินทางมาก 15 คน ฟรี 1 คน” เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตามในเรื่องของธุรกิจการบิน พบว่ายังมีความแตกต่างระหว่างประเทศไทย และประเทศเวียดนาม คือ ในประเทศไทยพบว่า บริษัทการบินไทยมีกลยุทธ์ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น “แพคเกจ” หมายถึง การเดินทางโดยการซื้อตั๋วเครื่องบินของบริษัทการบินไทยตั้งแต่ สองคนขึ้นไป จะสามารถทำให้ได้ตั๋วในราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางเพียงคนเดียว แต่อย่างไรก็ตามพบว่ากลยุทธ์ดังกล่าวไม่สามารถใช้ได้กับธุรกิจการบินในเวียดนาม เนื่องจากกิจการดังกล่าวถูกควบคุมโดยรัฐ

5.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งกระบวนการขาย โดยบุคคล และ ไม่ใช้บุคคลเข้าไปติดต่อลูกค้าเพื่อทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการจำหน่าย เพื่อติดต่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายและลูกค้า เครื่องมือเหล่านี้ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การขายโดยบุคคล (Personal Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

จากผลการศึกษาพบว่าทั้งกรณีของประเทศไทย และ ประเทศเวียดนามมีลักษณะไม่แตกต่างกันเลย คือ นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโดยผ่าน สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ สิ่งพิมพ์ของเวียดนาม ได้แก่ นิตยสาร Saigon Times และ Saigon Weekly หรือสิ่งพิมพ์ของไทย ได้แก่ นิตยสารสวัสดี และ นิตยสาร อสท. แต่เมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนไป ทำให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้งสองประเทศ มุ่งเน้นทำผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ Internet มากขึ้น เนื่องจากความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล ในขณะเดียวกันคำบอกเล่าของคนที่เคยมาเยี่ยมเยือนทั้งสองประเทศก็มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ จึงอาจกล่าวได้ว่า ทั้ง สามวิธีการ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ Internet และจากคำบอกเล่า เป็นตัวกลางที่ดีที่ช่วยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สู่ทั้งประเทศไทย และ เวียดนาม

จากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงศักยภาพการท่องเที่ยวทั้งของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ผ่านการแสดงความคิดเห็นจากกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงศักยภาพการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย กับ ประเทศเวียดนาม โดยอาศัยทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในบทถัดไป

บทที่ 6

บทสรุป

จากการศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย กับ ประเทศเวียดนาม โดยอาศัยการเปรียบเทียบบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม สภาพแวดล้อม สถานการณ์ต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นโยบาย ตลอดจนกลยุทธ์ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม พบว่าประเทศเวียดนามมีจุดแข็งที่สำคัญอยู่หลายประการ ดังนี้

1. ประเทศเวียดนามมีเสถียรภาพทางการเมือง ซึ่งก่อให้เกิดเอกภาพในการวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ
2. มีการโฆษณา ผ่านทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามอย่างต่อเนื่องภายใต้การกำกับของรัฐบาล ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ออกมาเชิงบวกตามที่รัฐบาลต้องการ
3. มีกฎหมาย และ มาตรการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามอย่างเข้มงวด
4. ความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวเนื่องจากเวียดนามเพิ่งเปิดตัวสู่การท่องเที่ยวได้ไม่นานนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่ยังไม่ทรุดโทรม อีกทั้งยังมีความได้เปรียบในเรื่องของการเป็นประเทศที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ซึ่งถือเป็นจุดขายที่สำคัญของเวียดนาม

แต่อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามยังมีจุดอ่อนอยู่หลายประการเช่นกัน

1. ระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
 - การจัดการการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวที่ส่วนใหญ่ยังเป็นการให้บริการที่ไม่คุ้มค่ากับเงินที่นักท่องเที่ยวจ่ายไป
 - ราคาที่ตกลงกันในครั้งแรกระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้นำเที่ยว นั้น มักไม่ใช่ราคาสุดท้าย นักท่องเที่ยวจึงมักจะถูกเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเสมอ
 - การจัดการของบริษัทนำเที่ยวในแต่ละรายการมักจะมีลักษณะการจัดการโดยการส่งต่อหลายช่วง ผ่านหลายตัวกลางนำเที่ยว จากบริษัทหนึ่งไปยังอีกบริษัทหนึ่ง โดยไม่มีการจัดระบบที่แน่ชัด และแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้ามาก่อน

ส่งผลให้เกิดความ ผิดพลาดในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น การหลงลืม นักท่องเที่ยว

2. การบริการของพนักงาน โรงแรมและร้านอาหาร
 - พนักงานโรงแรมและร้านอาหารสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ดีแต่เพียงเฉพาะในเมืองใหญ่ๆ เช่น ฮานอย และ โฮจิมินห์เท่านั้น ส่วนในกลุ่มเมืองระดับรองลงไป พบว่า การสื่อสาร และ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษยังถือเป็นข้อจำกัดอยู่ ถึงแม้จะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาการเรียนรู้ภาษา แต่การดำเนินงานยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ที่ยังไม่อาจให้บริการได้อย่างทั่วถึง
3. ระบบการคมนาคมขนส่ง ไม่เอื้ออำนวยความสะดวกแก่การท่องเที่ยว
 - การเดินทางโดยทางรถยนต์ พบว่า มีข้อจำกัดในเรื่องของถนนจึงทำให้รถยนต์ไม่สามารถวิ่งด้วยความเร็วสูงที่เหมาะสมได้เนื่องจากสภาพถนน และ สภาพการจราจร
 - การเดินทางโดยทางรถไฟ พบว่ามีข้อจำกัดอยู่หลายประการ เช่นความสามารถในการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ในด้านการใช้ภาษาอังกฤษ ความล่าช้าในการเดินทาง ตลอดจนความไม่สะอาดของห้องพัก และ ห้องน้ำ เป็นต้น
 - การเดินทางโดยเครื่องบิน พบว่าเป็นวิธีเดียวที่ดีที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าราคาตั๋วเครื่องบินภายในประเทศเวียดนาม มีราคาสูงและมีเพียงสายการบินเดียว เช่นราคาตั๋วเครื่องบินเที่ยวเดียวจาก ดานัง ไป ฮานอย มีราคา 80US\$ ซึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากการผูกขาดโดยรัฐบาล
4. ความไม่หลากหลายของตัวแทนให้บริการการท่องเที่ยว (Travel Agency) เพราะส่วนใหญ่ถูกผูกขาดโดยรัฐบาล
5. ความไม่ปลอดภัยของสภาพการจราจรในเมือง และ เสี่ยงอีกทีที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมการใช้แตรรถอย่างพร่ำเพื่อ(แต่เป็นวิถีชีวิตของชาวเวียดนาม) ซึ่งสร้างความรำคาญให้แก่ นักท่องเที่ยว

ในส่วนของประเทศไทย ผู้ศึกษาวิจัย พบว่ามีจุดแข็งทางการท่องเที่ยวดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่มีความหลากหลายในแหล่งเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชายทะเล หมู่เกาะ และภูเขาต่างๆ ในจังหวัดภูเก็ต ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่อยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยว
2. ระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี กลุ่มค่า สมราคาที่นักท่องเที่ยวจ่ายไป และไม่มี การเรียกเก็บเงินซ้ำซ้อน
3. ระบบการคมนาคมที่ดี ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยง่าย

4. ความหลากหลายของตัวแทนการให้บริการการท่องเที่ยว (Travel Agency) ที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการเอกชน จึงก่อให้เกิดการแข่งขันสูง และก่อให้เกิดผลดีแก่นักท่องเที่ยว คือ ได้รับบริการที่ดี มีโอกาสเลือก และ ราคาไม่แพง
5. บุคลากรทางการท่องเที่ยว สามารถสื่อสาร และ ใช้ภาษาอังกฤษได้ดี

แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนทางการท่องเที่ยวอยู่หลายประการ ดังนี้

1. การขาดเสถียรภาพทางการเมือง ส่งผลทำให้การดำเนินนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ต่อเนื่อง
2. สถานการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นในภาคใต้ของประเทศไทย และข่าวการทำร้ายนักท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางส่วนตัดสินใจไม่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คำนึงถึงสวัสดิภาพ และ ความปลอดภัยของตนเอง
3. หน่วยงานที่รับผิดชอบทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการทำงานที่ไม่สอดคล้องกัน และทำโครงการต่างๆไม่ต่อเนื่อง เช่น การใช้บริการศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวที่กระจายตัวอยู่ทั่วกรุงเทพมหานคร
4. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ มีหน่วยงานทั้งในระดับประเทศ ระดับจังหวัด ระดับอำเภอเข้ามาเกี่ยวข้อง จนก่อให้เกิดความไม่คล่องตัวในการบริหารจัดการ
5. ยังขาดการให้ความสำคัญในความเหมาะสมของจำนวนนักท่องเที่ยวต่อแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งทรุดโทรมลงอย่างรวดเร็วเพราะมีปริมาณนักท่องเที่ยวมากเกินไป

นอกจากนั้นในบทสรุปนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมในการเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย กับ ประเทศเวียดนาม โดยอาศัยทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์การค้า (Product Life Cycle : PLC) ที่ได้รับการพัฒนาโดย Raymond Vernon อธิบายถึงการค้าโลกสำหรับสินค้าอุตสาหกรรมภายใต้พื้นฐานของอายุของผลิตภัณฑ์ว่า สินค้าแต่ละชนิดอยู่ภายใต้กระบวนการของวงจรซึ่งโดยทั่วไปจะมีสี่ขั้นตอนที่สำคัญ คือ ขั้นแนะนำ (Introduction) ขั้นเจริญเติบโต (Growth) ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity) และสุดท้ายคือ ขั้นตกต่ำ (Decline)

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกันพบว่าในช่วงแรก คือ ขั้นแนะนำ(Introduction) นั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านการผลิตและการขายยังคงมุ่งเน้นกับกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศเดียวกัน อัตราการแข่งขันและการลงทุนยังไม่สูงมากนัก

2. เมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวพัฒนาเข้าสู่ขั้นที่สอง คือ ขั้นเจริญเติบโต (Growth) พบว่าปัจจัยทางการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น จำนวนอุปสงค์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันจำนวนของกลุ่มแข่งขัน

ก็เพิ่มขึ้นด้วย คู่แข่งขันบางรายเริ่มตัดราคา และสินค้ามีมาตรฐานมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยทุนเริ่มเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นด้วย

3. ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity) พบว่าอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเริ่มเพิ่มช้าลง เข้าสู่จุดอิ่มตัวมากขึ้น มีการใช้ปัจจัยทุนมากขึ้น และมีการแข่งขันด้านราคาเพิ่มสูงขึ้นด้วย

4. ขั้นสุดท้าย คือ ขั้นตกต่ำ (Decline) พบว่ามีการมุ่งผลิตเฉพาะกลุ่มมากขึ้น สินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในช่วงการผลิตลดลง เนื่องจากยอดขายลดลง การตลาด และต้นทุนเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดการคงอยู่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

นอกจากการใช้ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์การค้าเป็นกรอบในการวิเคราะห์แล้ว ผู้ศึกษาวิจัยยังนำองค์ประกอบ หรือ ส่วนผสมของการตลาด (Marketing Mix) ที่สำคัญ 2 ตัว มาใช้ในการเปรียบเทียบ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Products) และ การกำหนดราคา (Price) ส่วนช่องทางการจำหน่าย (Place) และการประชาสัมพันธ์ (Promotion) ไม่นำมาวิเคราะห์ร่วม เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าช่องทางการจัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ไม่มีความแตกต่างกันเลย คือ ทั้งสองประเทศ ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยผ่านคนกลาง หรือ ตัวแทนการจำหน่าย ส่วนการประชาสัมพันธ์พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวทั้งสองประเทศอาศัยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

เมื่อนำทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มาอธิบายปรากฏการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในวงจรชีวิตขั้นที่ 3 คือ ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity) จำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เข้าสู่ประเทศไทย เริ่มคงที่ หรือลดลงบ้างในบางปี (รายละเอียดบทที่ 3) และเมื่อนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Products) มาอธิบายพบว่า ประเทศไทยมีเพียงพื้นที่เดียว คือ จังหวัดภูเก็ต ที่มีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักมาช้านาน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างสมบูรณ์ที่อยู่บริเวณ หาดในจังหวัดภูเก็ต และ หมู่เกาะพีพี ส่วนในจังหวัดอื่นพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งทางโบราณสถาน และ โบราณวัตถุ ทั้งในจังหวัดอยุธยา และจังหวัดเชียงใหม่กลับมีความเสื่อมโทรม จนไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ส่วนในเรื่องของการกำหนดราคา (Price) พบว่าภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย มีความได้เปรียบ คือ นักท่องเที่ยวพบว่าราคาที่กำหนดขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบมาก ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการก็ยังหลีกเลี่ยงกำไรจากการดำเนินงานด้วย

ดังนั้น เพื่อรักษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้คงอยู่ในขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ต่อไป ทางออกคือ การจัดหารูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยว เสนอการท่องเที่ยวทางเลือกให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเป็นพิเศษ นอกจากนั้นควรมีการเพิ่มกิจกรรมต่างๆ ให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อีกทั้งการทำการตลาดและจัดรายการทัวร์ที่มีจุดขายอื่นๆ เพิ่มขึ้น

สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม เมื่อนำทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มาอธิบายปรากฏการณ์การท่องเที่ยวพบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามอยู่ในวงจรชีวิต ขั้นที่ 2 คือ ขั้นเจริญเติบโต (Growth) ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าสู่เวียดนามมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นกว่าร้อยละแปดใน ช่วงปี ค.ศ. 2000 (รายละเอียดบทที่ 4) และเมื่อนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Products) มาอธิบายพบว่า จุดเด่นที่น่าสนใจสำหรับประเทศเวียดนาม คือ ความสดใหม่ และไม่บอบช้ำของทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งความมีเสน่ห์ของสถานที่ประวัติศาสตร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับสงครามระหว่างเวียดนาม และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าสู่เวียดนาม ส่วนในเรื่องของการกำหนดราคา (Price) พบว่าภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม มีความสอดคล้อง กับทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ขั้นที่ 2 คือ มีจำนวนอุปสงค์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่จำนวนของคู่แข่งในการทำธุรกิจท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นด้วย คู่แข่งขันบางรายเริ่มตัดราคา แต่อย่างไรก็ตามพบว่ามาตรฐานการให้บริการยังไม่เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของการกำหนดราคา ซึ่งบ่อยครั้งนักท่องเที่ยวรู้สึก ว่า ราคาในการท่องเที่ยวภายในประเทศเวียดนาม ไม่คุ้มค่าของเงินที่จ่ายไป และถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จึงทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศเวียดนามในเรื่องการท่องเที่ยวเสียหาย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเองไม่อยากจะกลับมาเยี่ยมชมเวียดนามอีก ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้ามาเที่ยวเวียดนาม เป็นกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวเวียดนามเป็นครั้งแรก แต่เมื่อมาถึงแล้ว รู้สึกผิดหวัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับระบบการบริหารจัดการจนกระทั่งไม่อยากจะกลับมาเที่ยวเวียดนามอีก

ดังนั้นสำหรับทางออกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเวียดนาม คือ ควรปรับปรุงเรื่องของการบริหารจัดการ และการมีใจบริการ(Service Mind) ตลอดจนสร้างสำนึกให้คนในท้องถิ่น มองการท่องเที่ยวในมุมมองใหม่ ไม่ใช่เพียงแค่หวังผลกำไรในปัจจุบัน แต่ควรจะพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนาคต

ภาคผนวก ก

ภูมิหลังสถานที่ท่องเที่ยวของ

ประเทศเวียดนาม



เวียดนามมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 330,991 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ 3 ใน 4 ของประเทศเวียดนามปกคลุมด้วยภูเขาและป่าไม้ มีสามเหลี่ยมปากแม่น้ำที่กว้างใหญ่โดยเฉพาะบริเวณแม่น้ำแดงและแม่น้ำโขง เวียดนามมีประชากรทั้งหมดประมาณ 82 ล้านคน แบ่งออกเป็น 54 ชนเผ่า อาทิเช่น Hmong, Dao, Tay, Nung, San Diu, Ede, Mnong, Thai โดยมี ชนเผ่าจีนหรือเวียดนามเป็นกลุ่มชนที่มีขนาดใหญ่มากที่สุด ประชากรกว่าร้อยละ 80 อาศัยอยู่ในพื้นที่ราบ ยกเว้นพวกชนกลุ่มน้อยที่อาศัยอยู่ตามพื้นที่สูงและภูเขา (Pham Trung Luang, 2006)

เนื่องจากเวียดนามเป็นประเทศที่ตั้งอยู่ในเขตโซนร้อน และได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม ทั้งจากทางตอนเหนือและทางตอนใต้ จึงส่งผลทำให้ เวียดนามมีพื้นที่ที่เป็นแหล่งรวบรวมของความหลากหลายทางชีวภาพ และแหล่งนิเวศวิทยามากมาย โดยมีพื้นที่เลียบชายฝั่งทะเลยาวกว่า 3,260 กิโลเมตร มีเกาะต่าง ๆ มากกว่า 3,000 เกาะ มีชายหาดต่าง ๆ ถึง 125 แห่ง บางแห่งเป็นหาดทรายที่มีความงดงามและมีความยาวถึง

15 – 18 กิโลเมตร ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเป็นอย่างดี โดยเฉพาะเขตภูเขาหินปูนซึ่งมีพื้นที่กว่า 50,000 ตารางกิโลเมตร รวมทั้งถ้ำต่าง ๆ ซึ่งมีจำนวนกว่า 250 แห่ง ที่อยู่ในบริเวณโดยรอบ นับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก ถ้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปคือ Phong Nha – Ke Bang ซึ่งมีความยาวกว่า 8 กิโลเมตร ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติ Phong Nha – Ke Bang National Park (NP) และได้รับการยกย่องให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางธรรมชาติ (World Natural Heritage Site) โดยองค์การยูเนสโก

นอกจากนี้เวียดนามยังมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นสำคัญด้านการท่องเที่ยวอีกมากมาย ได้แก่ มีแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติมากกว่า 400 แห่ง โดยส่วนใหญ่เป็นบ่อน้ำร้อนที่ดีต่อสุขภาพ จึงเหมาะสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ซึ่งในแต่ละปีสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นและยุโรปให้เข้ามาเยือนได้เป็นจำนวนมาก มีเขตอุทยานแห่งชาติประมาณ 28 แห่ง มีเขตสงวนเพื่อการอนุรักษ์อีก 53 แห่ง มีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติอีก 34 แห่ง เขตอุทยานแห่งชาติและเขตสงวนเพื่อการอนุรักษ์ของเวียดนามถือเป็นแหล่งนิเวศวิทยาที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่ค่อนข้างสมบูรณ์มาก โดยมีพันธุ์พืชและพันธุ์ไม้หายากกว่า 2,000 ชนิด มีสัตว์ป่ากว่า 7,000 ชนิด และสิ่งที่น่าสนใจมากกว่านั้นก็คือบริเวณโดยรอบเขตอุทยานแห่งชาติและเขตสงวนเพื่อการอนุรักษ์ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของชนเผ่าต่าง ๆ ยังมีความหลากหลายของประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละชนเผ่าที่น่าสนใจอีกด้วย นอกจากนี้เวียดนามยังมีอ่าวฮาลองเบย์และอ่าวนาตรังเบย์ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการจัดอันดับให้เป็น 2 ใน 29 อ่าวที่มีความสวยงามที่สุดของโลกอีกด้วยและด้วยประวัติศาสตร์อันยาวนานกว่าหนึ่งพันปี ประกอบกับมีชนเผ่าในประเทศถึง 54 ชนเผ่า ทำให้เวียดนามมีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่มากมายกว่า 40,000 แห่ง ในจำนวนนี้ 2,603 แห่ง ถูกจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในระดับนานาชาติ และองค์การยูเนสโกได้ยกย่องให้สถานที่ท่องเที่ยวในเวียดนามจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ Hue Former Capital, Hue Royal Ceremonials Music, Hoi An Ancient Town และ My Son Relic เป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Site) อีกด้วย

เวียดนามยังมีหมู่บ้านท่องเที่ยวทางประเพณีวัฒนธรรมและหมู่บ้านหัตถกรรมอีกกว่า 1,500 แห่ง มีเทศกาลประเพณีที่สำคัญกว่า 100 เทศกาล ซึ่งสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในเวียดนามได้กว่า 1 แสนคนต่อปี จึงนับได้ว่าประเพณีและวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าและสิ่งสร้างสรรค์จากธรรมชาติ ล้วนเป็นต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือนเวียดนาม

1. ภูมิหลังของสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม

ภายใต้ประเด็นเกี่ยวกับภูมิหลังของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ของประเทศเวียดนาม จะเป็นการกล่าวถึงภูมิหลังของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ของเวียดนามโดยได้แบ่งออกเป็น 3 พื้นที่ด้วยกัน คือ 1. สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เวียดนามตอนเหนือ อันประกอบไปด้วยกรุงฮานอยและฮาลองเบย์ 2. สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เวียดนามตอนกลาง อันประกอบไปด้วย ดานัง เว้ ไฮยอัน และ 3. สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เวียดนามตอนใต้ อันประกอบไปด้วย นครโฮจิมินห์ ตลอดจนได้ทำการอธิบายถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ซึ่งดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ภูมิหลังของสถานที่ท่องเที่ยวในเวียดนามเหนือ ประกอบด้วย กรุงฮานอย และ ฮาลองเบย์

1.1.1 กรุงฮานอย(Hanoi)

ฮานอย มาจากเวียดนามสองคำ คือ ฮานอย ฮา แปลว่า แม่น้ำ ซึ่งหมายถึงแม่น้ำซังโห่ง หรือแม่น้ำแดง ส่วน นอย แปลว่า ข้างใน เมืองนี้มีประวัติศาสตร์อันยาวนานตั้งแต่สมัยยุคหินใหม่ เมื่อชาวเวียดนามตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณที่ซึ่งแม่น้ำแดงกับแม่น้ำโลมาบรรจบกัน ในศตวรรษที่ 3 หลังสงครามกับผู้รุกรานชาวจีน ชาวเวียดนามอยู่ใต้อิทธิพลของจีนเป็นเวลาหลายร้อยปี ภายหลังได้รับอิสรภาพจีนแล้ว ราชวงศ์โงดิงห์และเล จึงได้ขึ้นครองราชย์ในกลางศตวรรษที่ 10 ถึงต้นศตวรรษที่ 11 และตั้งเมืองหลวงที่ฮวาลือ ห่างจากตอนใต้ของฮานอยราว 100 กิโลเมตร เรื่อยมาจนกระทั่งพระเจ้าเลไทโตเสด็จมาถึงริมแม่น้ำซังโห่งในต้นศตวรรษที่ 11

ตามตำนานเล่าว่า พระเจ้าเลไทโตทรงเห็นมังกรยักษ์สีทองโผขึ้นจากทะเลสาบแล้วบินขึ้นสู่ฟ้าบริเวณนั้น จึงโปรดให้ย้ายเมืองหลวงจากฮวาลือ มาบริเวณนี้แล้วพระราชทานนามใหม่ให้ว่า ทั้งสอง หรือมังกรเหิน แต่ที่นี้มีพื้นที่ราบต่ำไม่เหมาะแก่การป้องกันตนเอง จึงโปรดให้สร้างเขื่อนกั้นน้ำขึ้นมา ซึ่งในปัจจุบันยังพอเหลือร่องรอยให้เห็นได้จนถึงในปัจจุบัน

บริเวณทะเลสาบตะวันตกเป็นศูนย์กลางการบริหาร เป็นที่อยู่ของพวกขุนนางจีน ข้าราชการ ทหาร และประชาชนทั่วไป ใจกลางเป็นเขตพระราชฐาน เบื้องหลังกำแพงสูงเป็นเขตต้องห้ามของกษัตริย์กับองค์ราชินี และพวกนางสนมกำนัลโดยเฉพาะ ในปี ค.ศ. 1010 ศูนย์กลางของนครหลวงนี้ประกอบไปด้วยพระราชวังแปดแห่ง กับพระตำหนักอีกสามแห่ง พระราชวังใหม่ทั้งแปดแห่งนั้นสร้างขึ้นในช่วงปี ค.ศ 1029 และมีการต่อเติมอีกในปี ค.ศ 1203 ซึ่งรวมถึงวิหารวรรณกรรม เจดีย์เสาเดียว และเจดีย์เตรินก๊วก ในปีค.ศ 1400 มีการโยกย้ายเมืองหลวงไปที่แห่งฮัว โดยผู้สำเร็จราชการโฮก्यूหลี่ ผู้ซึ่งบัลลังก์จากราชวงศ์ตรันแล้วขนานนามเมืองหลวงใหม่นี้ว่า เตยกิงห์ (เมืองหลวงแห่งภาคตะวันตก) เมืองนี้อยู่มาจนกระทั่งราชวงศ์เลตั้งฮานอยขึ้นเป็นเมืองหลวง ในปีค.ศ 1428

ตั้งแต่ศตวรรษที่ 16 เป็นต้นมา มีการก่อสร้างอาคารใหม่น้อยมากในฮานอย พระเจ้ายาหลงทรงให้สร้างป้อมปราการป้องกันตนเอง อย่างไรก็ตามนครหลวงถูกทำลายถึงสองครั้งในเวลาไม่ถึง 50 ปี ครั้งแรก

ในปีค.ศ 1786 เมื่อพระเจ้าเลเจียวโงทงทรงให้เรือพระราชวังตริงห์ และครั้งที่สองในปี ค.ศ 1820 เมื่อพระเจ้ามินห์หม่างทรงกริ้วที่ฮ่องเต้จีนทรงยอมรับทั้งลองเป็นเมืองหลวงมิใช่ไว้

ต้นศตวรรษที่ 17 ชาวฝรั่งเศสเริ่มเข้ามาติดต่อกับค้าขาย โดยมีกลุ่มหมอสอนศาสนาติดตามมาด้วย และหมอสอนศาสนาเหล่านี้ก็กลายเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดใหม่ๆแบบตะวันตกให้กับชาวเวียดนาม ส่งผลให้ราชสำนักเวียดนามเริ่มทำการปราบปรามหมอสอนศาสนาเหล่านี้ จนในที่สุดฝรั่งเศสใช้ข้ออ้างเรื่องการปราบปรามของราชสำนักนี้ในการเข้าครอบครองเวียดนาม เมื่อสถานอัครทูตเป็นของฝรั่งเศสในปี 1882 ฝรั่งเศสเริ่มเข้ามาเปลี่ยนแปลงสังคมเวียดนามมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้สถานอัครทูตมีลักษณะบ้านเรือนแบบยุโรปมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณที่เป็นศูนย์ราชการ และที่พักอาศัยของชาวฝรั่งเศสในขณะนั้น หลังจากฝรั่งเศสออกไปจากเวียดนามในปี ค.ศ.1954 เนื่องจากถูกกลุ่มชาตินิยมคอมมิวนิสต์ต่อต้านโดยได้รับความช่วยเหลือจากจีน และสหภาพโซเวียตทางตอนเหนือ และในที่สุดสถานอัครทูตกลายเป็นเมืองสำคัญของฝ่ายคอมมิวนิสต์ในการต่อสู้กับสหรัฐอเมริกาจนกระทั่งได้รับชัยชนะในปี ค.ศ.1975 สถานอัครทูตจึงมีบทบาทในการเป็นเมืองหลวงของเวียดนามนับตั้งแต่นั้น

หลังทศวรรษ 1990 เมื่อเวียดนามมีนโยบายผ่อนปรนทางเศรษฐกิจ และเปิดรับการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้สถานอัครทูตค่อยๆเปลี่ยนเป็นเมืองท่องเที่ยวโดยใช้มรดกที่ได้รับในอดีตตั้งแต่ยุคภายใต้การปกครองของจีน ยุคอาณานิคมฝรั่งเศส ยุคการแทรกแซงของสหรัฐอเมริกา มาเป็นทรัพยากรในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมสถานอัครทูตในปัจจุบัน

สถานที่ท่องเที่ยว: ใจกลางเมืองฮานอย



ทะเลสาบโฮ่วอันเกี่ยม

ใจกลางเมืองเก่าของฮานอยเป็นที่ตั้งของทะเลสาบ ฮว่านเกียม (Hoan Kiem) เขตทะเลสาบนี้เสมือนจุดหมายแรก และเป็นแหล่งที่พักรของการท่องเที่ยวในฮานอย โรงแรมจำนวนมากอยู่ตามถนน และชอยบริเวณทะเลสาบแห่งนี้ นอกจากนี้จะมีร้านค้าของที่ระลึกอยู่บริเวณนี้เป็นจำนวนมาก เช่น ธงเวียดนาม โคมไฟ ผ้า และงานไม้งานฝีมือต่างๆของชาวเวียดนาม ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวไทยจำนวนมากให้ความสนใจในการจับจ่าย เลือกซื้อ กระเป๋า เป้ และรองเท้าของเลียนแบบที่ผลิตขึ้นในเวียดนาม ในตอนกลางวัน และตอนกลางคืน รอบๆทะเลสาบจะเต็มไปด้วยร้านอาหาร ร้านกาแฟกลางแจ้ง ร้านไอศกรีม และลานเบียร์ ซึ่งหันหน้าร้านออกสู่ทะเลสาบ



ทะเลสาบฮว่านเกียมยามค่ำคืน

ทะเลสาบแห่งนี้มีตำนานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์การต่อสู้ของชาวเวียดนามโดยกล่าวถึงเรื่องราวของพระเจ้าเลไทโต ที่ทรงได้ดาบวิเศษมาจากเต่าในทะเลสาบแห่งนี้ และได้ใช้ดาบเล่มนี้ในการต่อสู้กำจัดอิทธิพลจีนจากเวียดนาม หลังจากปลดปล่อยประเทศจากจีนได้แล้ว พระองค์จึงทรงลงเรือไปกลางทะเลสาบเพื่อคืนดาบวิเศษให้กับเต่าทวด เต่าดังกล่าวขึ้นมากับดาบไปจากพระหัตถ์แล้วดำหายไป จึงเป็นที่มาของชื่อทะเลสาบแห่งนี้ว่า โฮฮว่านเกียม ซึ่งแปลว่า ทะเลสาบดาบหวนคืน



ท้าว-ร้าว หรือ หอคอยเต่า

ใจกลางทะเลสาบมีหอคอยเล็กสร้างสมัยศตวรรษที่ 18 ชื่อ **ทาพ-ร้าว** (Thap Rua) หรือ หอคอยเต่า ชาวเวียดนามเชื่อกันว่า เทวดาเต่ายังคงอาศัยอยู่ในทะเลสาบแห่งนี้ และเมื่อถึงวันสำคัญต่างๆ ชาวบ้านเชื่อว่า เต่าจะปรากฏตัวขึ้นจากน้ำให้เห็น และในทะเลสาบแห่งนี้จะมีเกาะขนาดเล็กอยู่ทางตอนเหนือของทะเลสาบเป็นที่ตั้งของ **วัดหว็อกเชิน** (Den Ngoc Son) หรือ วัดเนินหยก สามารถข้ามไปชมได้ทางสะพานโค้งสีแดงชื่อว่า **เทสุก** ภายในเกาะมีศาลเจ้าให้นักท่องเที่ยว และชาวเวียดนามได้เข้าไปสักการะ นอกจากนี้วัดยังมีซากของเต่าขนาดใหญ่เก็บรักษาไว้ให้ชมซึ่งน่าจะเชื่อมโยงกับตำนานของทะเลสาบแห่งนี้



(สะพานเทสุก ข้ามไปสู่วัดหว็อกเชิน)



วัดหว็อกเชิน

นอกจากนี้บริเวณหัวมุมของทะเลสาบด้านเหนือจะมีการแสดงหุ่นกระบอกน้ำ พร้อมด้วยดนตรีเวียดนามแบบดั้งเดิม ณ มุมด้านตะวันออกเฉียงเหนือของทะเลสาบที่ เรยเนือกทั้งลอง (Roi Nuoc Thang Long) โดยใช้เนื้อเรื่องในการแสดงจากวิถีชีวิตของชาวเวียดนามในอดีตที่เกี่ยวข้องกับน้ำ และการเกษตรกรรม ตลอดจนประวัติของทะเลสาบฮว่านเกี๋ยม หากนักท่องเที่ยวต้องการจะเข้าชมควรจองบัตรล่วงหน้า เนื่องจากมีการแสดงหุ่นกระบอกน้ำเพียงแห่งเดียวในฮานอย และถูกรอบมกจะเต็มอยู่เสมอ



(โรงแสดงหุ่นกระบอกน้ำ Thang Long)

สถานที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของฮานอย คือ ที่ทำการไปรษณีย์ใหญ่ตั้งอยู่บนถนนดิงห์เตียนฮว่าง (Dinh Tien Hoang) อยู่ฝั่งตะวันออกเฉียงใต้ของทะเลสาบ มีการขายแสตมป์ที่ระลึก และนักท่องเที่ยวสามารถส่งไปรษณีย์กลับไปยังประเทศของตนเองได้ บริเวณใกล้ๆ กันนั้นมีสวนสาธารณะ และอนุสาวรีย์ของพระเจ้าเลไทโต ถัดไปจะเป็นเป็นธนาคารแห่งรัฐ และส่วนทางมุมด้านตะวันออกเฉียงใต้ของสวนเป็นทำเนียบรับรองอาคันตุกะของรัฐบาล ทาสีเหลืองขอบเขียว มีรั้วเหล็กโดยรอบ อาคารนี้สร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1918 เพื่อเป็นจวนที่พักของผู้นำการอาณานิคมของฝรั่งเศส

ส่วนด้านใต้มีโรงแรมโซฟิเทลเมโทรโพล (Sofitel Metropole) เป็นตึกทาสีขาว ตั้งอยู่ระหว่างถนนเลไทโต (Ly Thai To) กับถนนโกเกวียน (Ngo Quyen) เป็นโรงแรมมาตรฐานสากลแห่งเดียวในสมัยอาณานิคมฝรั่งเศส โรงแรมแห่งนี้ทรุดโทรมลงมากในสมัยที่คอมมิวนิสต์ปกครองประเทศ จนกระทั่งในทศวรรษ 1990 ฝรั่งเศสเข้ามาจัดการบูรณะใหม่จนกลายเป็นโรงแรมที่ราคาแพง ในปัจจุบันบริเวณโรงแรม

แห่งนี้จะมีร้านค้าขายของฟุ่มเฟือยราคาแพงจากต่างประเทศ เช่น กระเป๋าถือ เสื้อผ้า เครื่องสำอางค์ เปิดร้านอยู่แถบนี้ด้วย



โรงละครยาฮัดโลน (Nha Hat Lon)

โรงละคร ยาฮัดโลน (Nha Hat Lon) โรงละครเทศบาลหรือที่มักเรียกว่าโรงอุปรากร ซึ่งได้มีการบูรณะใหม่ แล้วเปิดการแสดงดนตรีต่างประเทศและศิลปวัฒนธรรมอื่น ๆ ปลายสุดทะเลสาบด้านใต้เป็นถนนตรังเตียน (Trang Tien) ซึ่งยาวจรดโรงละครเทศบาล ครั้งหนึ่งเคยเป็นถนนมีร้านค้ามากมายในสมัยอาณานิคมฝรั่งเศส แต่ร้านค้าเริ่มปิดตัวลงเมื่อฝ่ายคอมมิวนิสต์เข้ามาปกครองประเทศ ในปัจจุบันถนนตรังเตียนเริ่มมีการสร้างตึกพาณิชย์ใหม่ๆมากขึ้น และมีร้านค้าต่างๆอยู่บริเวณนั้น เช่น ร้านหนังสือขนาดใหญ่ ร้านอาหาร และร้านไอศกรีม



วัยรุ่นเวียดนามกำลังเข้าคิวซื้อ ไอศกรีมบริเวณถนนตรังเตียน (Trang Tien)



พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ (Bao Tang Lich Su)

หลังโรงละครเทศบาลเป็นอาคารหลังคาทรงกลมชื่อ บ่าวตางหลิกสือ (Bao Tang Lich Su) หรือ พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ เป็นพิพิธภัณฑที่จัดแสดงได้ดีและน่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยรวบรวมวัตถุโบราณ ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงประมาณปีทศวรรษที่ 1930 เช่น เครื่องมือหิน กลองสำริดทองเขิน รูปแกะสลักและแผ่นศิลาจารึกของจาม บัลลังก์ สิ่งของเครื่องใช้ของจักรพรรดิราชวงศ์เหวียนทั้ง 13 พระองค์จัดแสดงไว้ด้วย



พิพิธภัณฑสถานปฐวิเวียคนาม

บริเวณตรงข้ามกันนั้น คือ **ป่าตองแก๊กหม่าง** (Bao Tang Cach Mang) หรือ พิพิธภัณฑ์ปฐพีวิทยาเวียดนาม อยู่ถนนตงดาน (Tong Dan) จัดแสดงเรื่องราวการต่อสู้ของชาวเวียดนาม และรวบรวมสิ่งของ และชีวประวัติผู้นำคนสำคัญของการปฏิวัติตั้งแต่ประมาณปี 1930 จนถึงปี 1975

สถานที่ท่องเที่ยว: เขตตะวันตกเฉียงใต้ของทะเลสาบฮว่านเกี่ยม



โบสถ์เซนต์โยเซฟ (St. Joseph's Cathedral)

บริเวณถนนหลักว็อกสือ (Ly Quoc Su) เป็นที่ตั้งของโบสถ์เก่าแก่ที่สุดของเมืองชื่อว่า **ยาทอลอน** (Nha Tho Lon) หรือ โบสถ์เซนต์โยเซฟ (St. Joseph's Cathedral) ชาวเวียดนามเรียกว่า “โบสถ์ใหญ่” สร้างแบบศิลปะโกธิคดัดแปลง เปิดใช้ครั้งแรกในปี 1886 ประกอบไปด้วยหน้าต่างกระจกสี นาฬิกา และภาพวาดทางศาสนาคริสต์ โบสถ์นี้สร้างอยู่บนที่ตั้งของเจดีย์บาเตียนซึ่งถูกรื้อทำลายลง บริเวณซอยต่างๆ แถบนี้มีร้านมากมายจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าชาวเผ่าต่าง ๆ หัตถกรรม หุ่นกระบอกน้ำ และภาพเขียนซึ่งมีราคาถูกกว่าบริเวณรอบทะเลสาบฮว่านเกี่ยม

จ้าวป่าดำ (Chau Ba Da) ซึ่งตั้งอยู่ระหว่างโบสถ์กับทะเลสาบฮว่านเกี่ยม เจดีย์องค์งานนี้สร้างขึ้นในศตวรรษที่ 15 ในอดีตมีหินสลักรูปสตรีนางหนึ่ง หินสลักดังกล่าวซึ่งเชื่อกันว่ามีมนต์วิเศษนั้นได้หายไป จึงทำรูปจำลองไม้แกะสลักแทนที่ นอกจากนี้ภายในศาลมีกลางแท่นบูชามีพระพุทธรูปสีทองเรียงอยู่เป็นแนว



เจดีย์หลี่เตี๋ยกว็อกสู่อี (Chau Ly Trieu Quoc Su)

ถนนหลี่กว็อกสู่อี (Ly Quoc Su) ไปทางเหนือของโบสถ์ เป็นที่ตั้งของเจดีย์หลี่เตี๋ยกว็อกสู่อี (Chau Ly Trieu Quoc Su) เจดีย์ขนาดเล็กรู้จักกันในอีกชื่อหนึ่งว่า จั๋วกง (เจดีย์ขงจื้อ) สร้างในสมัยราชวงศ์หลี ศตวรรษที่ 11 และบูรณะปฏิสังขรณ์ในปี 1855 ภายในมีรูปสลักไม้กับคานไม้แกะสลักอันวิจิตรบรรจง



คุกฮวาโล (Hoa Lo)

ถัดไปทางใต้อีกสามช่วงตึกเป็นที่ตั้งของ คุกฮวาโล (Hoa Lo) คุกนี้มีความหมายต่อชาวเวียดนามอีกอย่างหนึ่ง คือ เป็นที่ซึ่งเจ้าอาณานิคมฝรั่งเศสได้กักขัง ทรมานและประหารนักปฏิวัติชาวเวียดนามจำนวนมากนับไม่ถ้วน ในปี 1932 นักโทษการเมือง และนักชาตินิยมชาวเวียดนามที่ต่อต้านฝรั่งเศสส่วนใหญ่ถูกคุมขังใน

คุกแห่งนี้ ภายหลังเมื่อฝรั่งเศสออกไปจากเวียดนามในปี ค.ศ. 1954 คอมมิวนิสต์เวียดนามใช้คุกนี้ในการกักขังเชลยศึกชาวอเมริกัน และได้รับการขนานนามจากเชลยเหล่านั้นว่าเป็น ฮานอย อิลตัน

ในปี 1994 คุกดังกล่าวถูกรื้อถอนเป็นส่วนใหญ่ เพื่อสร้างอาคารสูงทันสมัยเพื่อใช้เป็นสำนักงาน และเป็นโรงแรมที่พัก ในปัจจุบันเหลือแต่ประตูทางเข้าคอนกรีตสี่เหลี่ยมด้านบนจิ้งจอกหนามไฟฟ้า และห้องขังขนาดใหญ่อีก 2 – 3 ห้อง และเปิดเป็นพิพิธภัณฑ์จัดแสดง ความโหดร้ายของเจ้าอาณานิคมฝรั่งเศสที่มีต่อนักโทษชาวเวียดนาม สภาพของห้องขัง ของใช้ต่างๆ เช่น ชุดนักโทษ ชาม ถังน้ำ และก๊วยตันของฝรั่งเศส

ถัดไปอีกหลายช่วงคือ จั๋วกวานสือ (Chau Quan Su) หรือ เจดีย์พุทธ ตั้งอยู่บริเวณถนนกวานสือ เป็นเจดีย์ที่มีความเก่าแก่ ในศตวรรษที่ 17 เคยเป็นที่พำนักของทูตจากอาณาจักรต่างๆที่นับถือพุทธศาสนาจึงได้รับการขนานนามเช่นนั้น นอกจากนี้ยังมีห้องเรียน และศูนย์กลางการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับพุทธศาสนา ของพระภิกษุ สามเณร และห้องสมุดเก็บตำราทั้งภาษาเวียดนามและจีน

สถานที่ท่องเที่ยว: เขตเมืองเก่าของฮานอย



ร้านค้าบริเวณถนน 36 สาย

ถนนหลายสายด้านเหนือของทะเลสาบฮวานเกียม นำไปสู่แหล่งซื้อของที่ระลึกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก บริเวณนี้เรียกว่า **36 เฟอเฟือง** แปลว่า ถนน 36 สาย บริเวณนี้เป็นแหล่งหัตถกรรมเก่าแก่ โดยซื้อถนนจะตั้งตามสินค้าที่ขาย เช่น ช่างทำเครื่องเงินอยู่ที่เฟอฮักบาก (เครื่องเงิน) ช่างสานตะกร้าไม้ไผ่อยู่ที่ฮังเบอ (ตะกร้าไม้ไผ่) ถนนฮังโย (ใยป่าน) มีผ้าไหม เสื้อผ้า และงานหัตถกรรมเย็บปักถักร้อย ถนนฮังเดา (น้ำมันปรุงอาหาร) และถนนฮังมา (เครื่องเช่นไห้วกระดาศ) ในปัจจุบันดูเหมือนว่าชื่อของถนนจะไม่ตรงกับสินค้าที่ขายอีกต่อไป เนื่องจากถูกสินค้าจีน เช่น เสื้อผ้า รองเท้า และของเล่น เข้าแทนที่

สินค้าแบบดั้งเดิม บริเวณย่านการค้าเก่านี้หากสังเกตดูจะพบว่ามียอดแบบจีนอยู่ด้วย ผู้คนที่อาศัยอยู่บริเวณนี้ยังคงมาขอพร และมากราบไหว้บูชา เช่น เดนแบ็กมา (Bach Ma) หรือ วัดม้าขาว ตั้งอยู่บนถนนฮังบวม (ถนนเรือ) สร้างขึ้นเพื่อบูชาเทพเจ้าแบ็กมา ข้างในมีไม้แกะสลักรูปม้าขนาดใหญ่ และเกี่ยวประดับด้วยไม้แกะสลักรูปหงส์ นก กระสา กับเต่า เดิมสร้างในสมัยศตวรรษที่ 9 และถูกสร้างใหม่ในศตวรรษที่ 18 และ 19 วัดนี้ได้รับการบูรณะปฏิสังขรณ์และคงอยู่ในสภาพดี



ตลาดดงชวน (Don Xuan)

บริเวณทางตอนเหนือของถนน 36 สายจะพบกับ เจอดงชวน (Cho Dong Xuan) เป็นตลาดใหญ่ที่ถูกสร้างขึ้นในสมัยอาณานิคมอยู่ปลายถนนฮังดาว (Hang Duong) และถูกไฟไหม้ไปในปี 1994 และถูกแทนที่ด้วยอาคารที่ชั้น ภายในตลาดมี 2 ชั้น และมีบันไดเลื่อนซึ่งอาจจะเป็นแห่งแรกของเมืองที่นี่เป็นตลาดขายส่งสินค้า เช่น ของที่ระลึก เสื้อยืด กระเป๋า เป้ และรองเท้า ซึ่งมีราคาถูกกว่าบริเวณรอบทะเลสาบฮว่านเกียมมาก

สถานที่ท่องเที่ยว: ด้านตะวันตกของฮานอย

บ่าวตางมีทวด (Bao Tang My Thuat) หรือ พิพิธภัณฑ์ศิลปกรรม อยู่บนถนนเหวียนไทฮ็อก (Nguyen Thai Hoc) จัดแสดงงานศิลปะและประวัติความเป็นมาของชนกลุ่มน้อยในเวียดนาม รวมทั้งกล่องตำริดคงเซิน หินแกะสลักดงนอย รูปปั้นและรูปสลักสมัยจาม เครื่องตกแต่งศาลาประชาคม และพระพุทธรูปไม้สมัยศตวรรษที่ 18 ปางต่าง ๆ มีเรื่องราวเกี่ยวกับวิวัฒนาการ ภาพจิตรกรรมทาสีเกอร์บนไม้และบน

กระดาษซึ่งหาได้ยาก และเป็นความเชี่ยวชาญพิเศษของศิลปินชาวเวียดนาม ซึ่งในศตวรรษที่ 20 เริ่มรับการวาดภาพสามมิติโดยใช้สีน้ำมัน และต่อมาก็ได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะตะวันตกแบบต่าง ๆ



วิหารวรรณกรรม (Van Mieu)

ข้ามถนนไปทางใต้เป็นที่ตั้งของวันเหมียว หรือ (Van Mieu) วิหารวรรณกรรม เป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของเวียดนาม สร้างในปี ค.ศ 1070 ในสมัยพระเจ้าเลไทโต ในปี ค.ศ 1076 มหาวิทยาลัยแห่งนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อฝึกหัดพวกขุนนางและข้าราชการในสมัยราชวงศ์ตรัน มีระบบสอบเข้าอย่างเป็นแบบแผน เมื่อสอบผ่านในระดับท้องถิ่นแล้วนักเรียนที่จะเลื่อนขั้นขึ้นเป็นขุนนางระดับสูง บุคคลเหล่านี้จะมาเล่าเรียนวรรณคดี ปรัชญา ภาษาจีน โบราณและประวัติศาสตร์ที่มหาวิทยาลัยแห่งนี้ ภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็น *กว็อกฮ็อกเวียน* หรือวิทยาลัยแห่งชาติในปี ค.ศ 1235

บริเวณอันกว้างใหญ่ของวิหารแบ่งออกเป็นลานห้าแห่งมีกำแพงล้อมรอบ เมื่อผ่านประตูทางเข้าวันเหมียวโมน และลานสองแห่งแรกมาแล้ว จะมาถึงพลับพลา เป็นที่ซึ่งนักปราชญ์มาท่องโคลงกลอนของตน ผ่านประตูใต้ถ้ำไห้โมน (ประตูกำแพงใหญ่) จะพบลานโล่งล้อมรอบสระน้ำใหญ่ รู้จักกันในชื่อเทียนกวางดิงห์ (สระสวรรค์) มีแผ่นหินจารึก 82 แผ่น ซึ่งหลงเหลืออยู่จากเดิม 117 แผ่น ได้ถูกจัดใหม่และนำมาไว้ในร่มบนหลังเต่าหินสลักเมื่อไม่กี่ปีมานี้เอง เดิมเคยอยู่ใต้ต้นไม้แต่ละด้านของลาน แผ่นหินดังกล่าวจารึกชื่อผลงาน และประวัติการศึกษาของปราชญ์ 1306 คน ซึ่งสอบผ่านในการสอบ 82 ครั้งระหว่างปีค.ศ 1442 ถึง

ค.ศ 1779 พวกฝรั่งเศสได้เข้ามายุติการสอบของที่นี่ในปีค.ศ 1915 (และที่เว้ ในปีค.ศ 1918) ในเวลานั้นเองที่มีการห้ามนำเข้าหนังสือตำราภาษาจีนเป็นเวลาถึง 7 ปี ยิ่งไปกว่านั้นยังได้ปิดโรงเรียนสอนภาษาจีน – เวียดนาม ซึ่งยังคงเปิดสอนอยู่ตามหมู่บ้านทั้งหมดอีกด้วย

ฝั่งตรงกันข้ามคือ ไป๋เยื่อง (Bai Duong) หรือ ศาลาพิธิกรรม เป็นที่ตั้งเครื่องเช่น ไหว้ขงจื้อ ด้านหลังเป็นประตูตะวันออกกับศาลเจ้าแห่งความสำเร็จ ซึ่งได้รับการบูรณะซ่อมแซมใหม่ และเข้าไปลานสุดท้ายเป็นซากปรักหักพังของสถานศึกษาแห่งชาติ ซึ่งถูกทำลายจากการทิ้งระเบิดทางอากาศของพวกฝรั่งเศสในปีค.ศ 1947



พิพิธภัณฑทหาร

ทางเหนือบนถนนเดียนเบียนฟู (Dien Bien Phu) เป็นที่ตั้งของสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของฮานอย คือ หอทรงกะทือ (Cot Co) สร้างในปี 1812 ในสมัยราชวงศ์เหวียน เพื่อใช้เป็นป้อมปราการของฮานอย หอคอยรูปหกเหลี่ยมสูง 60 เมตรเป็นส่วนเดียวของป้อมที่ยังคงหลงเหลืออยู่ ส่วนอื่น ๆ ถูกทำลายไปเมื่อปลายศตวรรษที่ 19 ถัดไปจะเป็น บ่าวตางหวานโด่ย (Bao Tang Quan Doi) หรือ พิพิธภัณฑทหาร ซึ่งได้รับการบูรณะในทศวรรษ 1990 จัดแสดงถึงเรื่องราวสงครามเพื่ออิสรภาพและการรวมชาติของเวียดนามที่ต้องต่อสู้กับเจ้าอาณานิคมฝรั่งเศสและอเมริกันผู้ให้การสนับสนุนเวียดนามใต้ รวมถึงซากของเครื่องบินทิ้งระเบิดแบบ B-52 ตั้งอยู่บนลานข้างนอก ส่วนข้างในมีเครื่องบินของนักบินอเมริกันซึ่งถูกจับได้ ภาพถ่ายวีรบุรุษสงครามกับสหรัฐฯ และสิ่งของเครื่องใช้ที่เคยเป็นของผู้นำเวียดนามใต้ และเวียดนามเหนือ ด้านตรงข้ามของพิพิธภัณฑมีอนุสาวรีย์ของเลนิน ล้อมรอบด้วยสวนสาธารณะให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนชาวเวียดนามนั่งพักผ่อน และออกกำลังกาย



เจดีย์เสาเดียว (Chua Mot Cot)

ไปตามถนนเดียนเบียนฟู (Dien Bien Phu) ทางตะวันตกเฉียงเหนือจะพบกับลานกว้างที่เป็นบริเวณของที่เก็บศพโฮจิมินห์ ในสวนหลังอาคารแห่งนั้นจะมี จั้วหมโกด (Chua Mot Cot) หรือ เจดีย์เสาเดียว สร้างขึ้นในปี ค.ศ 1049 ในสมัยราชวงศ์หลี ตำนานเล่าว่าพระเจ้าเลไทโตทรงสุบินเห็นเจ้าแม่นั่งบนใบบัวอุ้มเด็กผู้ชายส่งให้พระองค์ ไม่นานก็ทรงอภิเษกกับหญิงชื่อนางหนึ่ง ซึ่งให้กำเนิดรัชทายาทดังที่ได้เคยพระสุบิน จึงโปรดฯ ให้สร้างเจดีย์ขึ้นเพื่อแสดงพระกตเวทิตาคุณแด่องค์เจ้าแม่ เจดีย์ไม้แห่งนี้ตั้งอยู่บนเสาคอนกรีตต้นเดียวกลางสระบัว ต่อมาได้รับการบูรณะหลังจากที่ถูกฝรั่งเศสทิ้งระเบิดในปี ค.ศ 1954



พิพิธภัณฑโฮจิมินห์ (Bao Tang Ho Chi Minh)



การจัดแสดงเชิงงานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิวัติ ชื่อ ภูเขาไฟแห่งการปฏิวัติ

บ่าวตางโฮจิมินห์ (Bao Tang Ho Chi Minh) หรือ พิพิธภัณฑ์โฮจิมินห์ จัดแสดงภาพถ่าย เอกสาร ผลงาน และของใช้ส่วนตัวของโฮจิมินห์ เช่น ดินสอ สมุด หมวก กระตักน้ำ พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ได้รับเงินทุนช่วยเหลือในการก่อสร้างจากสหภาพโซเวียต นอกจากนี้ยังจัดแสดงสิ่งของต่างๆ ในรูปแบบของการสร้างสรรค์งานศิลปะสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิวัติ



สุสานของโฮจิมินห์

ด้านเหนือของพิพิธภัณฑ์โฮจิมินห์ คือ อาคารที่มาสร้างด้วยหินอ่อนและหินแกรนิต ชื่อ **Lang Chu Tich Ho Chi Minh** หรือ สุสานของโฮจิมินห์ ตั้งอยู่ในจัตุรัสบาติงห์ เป็นที่ซึ่งโฮจิมินห์ อ่านคำประกาศอิสรภาพในปี ค.ศ 1945 ในปัจจุบันศพของโฮจิมินห์นอนอยู่ในโลงแก้ว ให้ชาวเวียดนาม

และนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไปเคารพ นักท่องเที่ยวจะถูกนำให้เดินผ่านไปอย่างรวดเร็วตามทางแคบๆ และห้ามนำกล้องถ่ายรูปหรือกระเป๋าถือเข้าไปด้วย



บ้านโฮจิมินห์ (Nha San Bac Ho)

ด้านหลังสุสานทางทิศตะวันตกเป็นที่ตั้งของ ยาเซินบากโฮ (Nha San Bac Ho) หรือบ้านโฮจิมินห์ มีสระน้ำอยู่ด้านหน้า สร้างด้วยไม้ มีเพียงสองห้อง ใต้ถุนเปิดโล่งใช้เป็นที่ชุมนุมและวางแผนการรบ โฮจิมินห์อาศัยอยู่ที่นี้ในระหว่างสงครามกับสหรัฐอเมริกา และชอบอยู่บ้านหลังเล็กแห่งนี้มากกว่าคฤหาสน์สไตล์โคโลเนียลที่อยู่บริเวณเดียวกันซึ่งเดิมเป็น ทำเนียบประธานาธิบดี ทำเนียบนี้เดิมเป็นที่พำนักของผู้ว่าการชาวฝรั่งเศส ในวันเสาร์อาทิตย์จะพบเยาวชนชาวเวียดนามจำนวนมากที่ทางโรงเรียนพามาเที่ยวสถานที่แห่งนี้

สถานที่ท่องเที่ยว: บริเวณโดยรอบโฮไต (ทะเลสาบตะวันตก)

จากจัตุรัสบาตังห์ไปทางเหนือ คือ ทะเลสาบโฮไต (Ho Tay) เดิมชื่อ ทะเลสาบหมอก เป็นทะเลสาบขนาดใหญ่ที่สุดในฮานอย อยู่ในแนวของแม่น้ำซงโห่ง (Song Hong) ตำนานเล่าว่าเดิมทีนี้เป็นป่าใหญ่ เป็นที่อยู่ของสุนัขจิ้งจอกเก้าหาง ผู้สร้างความหวาดกลัวแก่ชาวบ้านแถบนั้น จนกระทั่งในที่สุดพญามังกรจึงพ่นน้ำออกมาเพื่อกำจัดสัตว์ร้ายตัวนี้ ทำให้เกิดเป็นทะเลสาบใหญ่ อีกตำนานหนึ่งกล่าวว่ามีพระสงฆ์รูปหนึ่งในศตวรรษที่ 11 ชื่อ ข่งโล กับกระบือทองตัวหนึ่ง พระรูปนั้นได้สร้างระฆังสำริดขนาดมหึมาขึ้น เมื่อตีดังขึ้นครั้งแรกได้ยินไปถึงหูของกระบือทอง มันจึงคิดว่าได้ยินเสียงแม่มันร้องเรียก จึงวิ่งลงไปที่ใต้และทำให้บริเวณนั้นกลายเป็นทะเลสาบ

ในอดีตบริเวณทะเลสาบแห่งนี้เคยมีพระราชวังของพระจักรพรรดิและที่พำนักของบรรดาขุนนาง ตั้งอยู่ แต่ต่อมาถูกทำลายในสงครามกลางเมืองหลายครั้ง หลังทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา บริเวณทะเลสาบ

แห่งนี้ได้มีการก่อสร้าง คฤหาสน์ใหญ่ โรงแรม ภัตตาคาร ชาวต่างชาติและชาวเวียดนามจำนวนมากอาศัยอยู่บริเวณนี้



ทะเลสาบโฮไต



เจดีย์เตรินกว๊อก (Chau Tran Quoc)

จ้าวเตรินกว๊อก (Chau Tran Quoc) อยู่บริเวณทะเลสาบโฮไต เป็นเจดีย์เก่าแก่ที่สุดในเวียดนาม มีแผ่นหินอายุตั้งแต่ปี ค.ศ.1639 จารึกความเป็นมาอันยาวนานของเจดีย์แห่งนี้ว่า ช่วงที่มีการลุกฮือขึ้นต่อต้านการยึดครองของจีนในปี 545 หลีโบน วีรบุรุษแห่งชาติได้สร้างป้อมที่ทำด้วยไม้และไม้ไผ่ขึ้น ณ บริเวณปากแม่น้ำโตหลิก ขณะเดียวกันก็ได้สร้างจ้าวโลกว๊อกขึ้นที่ริมแม่น้ำแดง ในศตวรรษที่ 17 เจดีย์นี้ถูกย้ายมายังที่ตั้งในปัจจุบันบริเวณคาบสมุทรเล็ก ๆ ชื่อ โฮไต และเปลี่ยนชื่อใหม่เป็นจ้าวเตรินกว๊อก



ทะเลสาบโฮตริ๊กแบ็ก(Ho Truc Bach)



วัดกวนแ่งห์ (Den Quan Thanh)

ข้ามถนนแ่งห์เนียน (Thanh Nien) ไปจะเป็นทะเลสาบที่เล็กกว่าชื่อ โฮตริ๊กแบ็ก (Ho Truc Bach) หรือ ทะเลสาบไหมขาว ในอดีตเป็นที่ตั้งของวังคูรื้อนของขุนนางตริงห์ ต่อมากลายเป็นสถานที่กักขังนางสนมที่ทำผิด ชื่อของทะเลสาบนี้มาจากเส้นไหมสีขาวที่นางสนมเหล่านี้ถูกบังคับให้ถักทอถวายบรรดาเจ้าหญิง ใกล้กันนั้นมีวัดกวนแ่งห์ (Den Quan Thanh) สร้างขึ้นในสมัยราชวงศ์ลี (ค.ศ. 1010 – 1225) บรรจุนะรังสำริดขนาดใหญ่และรูปปั้นเต๋รินหวู (Tran Vo) เทพารักษ์ประจำภาคเหนือ น้ำหนักถึง 4 ตัน วัดนี้สร้างขึ้นเพื่อสักการะบูชาเทพองค์นี้ ซึ่งเป็นผู้ช่วยขับไล่ปีศาจและวิญญาณชั่วร้ายที่คอยมารังควานและรบกวนการก่อสร้างเมืองหลวง

ใจกลางทะเลสาบสุดปลายแหลมเล็ก ๆ มีวัดฝูเตยโฮ (Chua Phu Tay Ho) เป็นที่ที่คนมาทำบุญกับคนที่ยังไม่ได้แต่งงานนิยมนำกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวันขึ้น 15 ค่ำ ห้องโถงทางขวามือตกแต่งด้วยสีสดไส บนแท่นบูชาเต็มไปด้วยรูปปั้นเล็ก ๆ รูปสัตว์แปลก ๆ ต่าง ๆ ถ้าจำลอง และเรือจำลอง ผู้มากราบไหว้มักนำเอาผลไม้ขมมนมเนยมาเช่นไหว้บูชา ตลอดแนวถนนเยียนฝู (Yen Phu) มีร้านต่าง ๆ มากมาย เช่นร้านอาหาร บาร์คาราโอเกะ เรียงรายสองฟากถนน

สถานที่ท่องเที่ยว: นอกเขตใจกลางเมือง

ทางใต้บนถนนโศลาว (Tho Lao) จะพบ**เดนไฮบาตริง** (Den Hai Ba Trung) หรือ วัดสาวสองพี่น้อง หรือที่รู้จักกันในชื่อ วัดคงเย็น ตามชื่อหมู่บ้านที่อยู่ในบริเวณก่อสร้างขณะนั้น ในปี ค.ศ 1142 วัดนี้สร้างอุทิศให้กับสาวสองพี่น้องตระกูลตริง ซึ่งเป็นผู้นำการต่อต้านจีนในสมัยนั้น ในวัดมีหินรูปร่างแปลกสองก้อนที่นำมาจากแม่น้ำแดง กล่าวกันว่าเป็นตัวแทนของสองพี่น้อง หินดังกล่าวเก็บไว้ในห้องเล็กๆ และนำออกมาปีละครั้งในช่วงเดือนกุมภาพันธ์เพื่อแห่และเปลี่ยนผ้าคลุมใหม่

ลงไปทางใต้เล็กน้อย บนถนนเบ็กมาย จะพบกับ**จั่วเลียนไฟ** (Chau Lien Phai) หรือเจดีย์เลียนไฟ และอาราธนาพุทธเลียนไฟต้อ หรือเหลียวโค ซึ่งตั้งอยู่ในสวนอันสวยงาม วัดนี้สร้างในสมัยราชวงศ์เล และสร้างใหม่โดยขุนนางสมัยราชวงศ์ตริงห่าในปี ค.ศ 1732 หลังจากนั้นได้รับการบูรณะอีกสองครั้ง ในวิหารหลักมีรูปปั้นสามรูป โดยสองในสามเป็นตัวแทนของความดีและความชั่ว



พิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์เวียดนาม



ลานจัดแสดงกลางแจ้งพิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์เวียดนาม

ป่าตองเหียนต็อกฮ็อกเวียดนาม (Bao Tang Dan Toc Hoc Vietnam) หรือ พิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์เวียดนาม บนถนนวันเฮียน (Van Huyen) เป็นพิพิธภัณฑ์ที่สร้างขึ้นใหม่ โดยฝรั่งเศสเป็นผู้สนับสนุนการเงิน ในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ สำหรับผู้ที่ต้องการจะไปเที่ยวทางภาคตะวันตกเฉียงเหนือของเวียดนาม เป็นพิพิธภัณฑ์ขนาดใหญ่ จัดแสดงให้เห็นลักษณะเสื้อผ้าและบ้านเรือนของชนเผ่า มีวิดิทัศน์ หุ่นตั้งโชว์แบบเต็มตัว เสื้อผ้า หัตถกรรม และเครื่องดนตรีจัดแสดงไว้อย่างน้อย 54 ชนเผ่าด้วยกัน ภายนอกอาคาร พิพิธภัณฑ์จัดแสดงบ้านที่อยู่อาศัยของชนเผ่าต่างๆ

1.1.2 ฮาลองเบย์ (Ha long Bay)

การไปเยือนเวียดนามเหนือจะสมบูรณ์มิได้ หากไม่ได้แวะไปที่มณฑลกว๋างนิงห์ (Quan Ninh) ซึ่งมีพรมแดนติดกับประเทศจีน และอ่าวฮาลองได้ขึ้นชื่อว่า เป็นสถานที่ที่งดงามที่สุดแห่งหนึ่งของโลก อ่าวแห่งนี้กินเนื้อที่ 1,500 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยหมู่เกาะหินปูนน้อยใหญ่กว่า 3,000 เกาะ ก้อนหินรูปร่างแปลก ๆ โผล่พ้นขึ้นมาจากทะเล ตลอดจนถึงอีกมากมาย อีกทั้งการมีเรือสำเภา และเรือสำปั้นล่องไปบนผิวน้ำ ยิ่งช่วยเพิ่มความงดงามของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ขึ้นไปอีก จนในที่สุดองค์กรยูเนสโกได้ประกาศให้อ่าวแห่งนี้กลายเป็นหนึ่งในมรดกโลก



ท่าเรือไปฮาลอง



ฮาลอง แปลว่า “มังกรร่อนลง” ชื่อนี้มาจากตำนานพื้นบ้าน กล่าวไว้ว่ามีมังกรบนสวรรค์ตัวหนึ่งกับลูกได้รับพระบัญชาจากจักรพรรดิให้ไปสกัดข้าศึกทางทะเล นางมังกรจึงพ่นเอาหยกออกมาเป็นชั้น ๆ เมื่อตกสู่ทะเลกลายเป็นเกาะน้อยใหญ่ หินผาและถ้ำต่าง ๆ จึงสามารถจมเรือของข้าศึกได้ ส่วนอีกตำนานหนึ่งเล่าว่าอัญมณีล้ำค่าที่นี้ คือ ไข่มุก และอ่าวนี้เกิดจากนางมังกรกระโดดลงสู่ทะเลพร้อมกับฟาดหางไปด้วย เมื่อหางสะบัดถูกที่ใด ที่นั้นจะกลายเป็นหุบเหวและรอยแตก เมื่อน้ำทะเลไหลเข้าก็กลายเป็นภูมิประเทศดังที่ปรากฏ ชาวเวียดนามเชื่อกันว่าในปัจจุบันมังกรยังคงอยู่ใต้ออานั่น นอกจากนี้เราจะสังเกตเห็นได้ว่า ถ้ำต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงต่างกันนั้น ต่างก็มีตำนานหรือที่มาเป็นของตัวเอง แม้หินปูนกองเล็กกองน้อยก็ยังมีชื่อเรียกต่าง ๆ อันเกิดจากการให้ความหมายจากพวกเขาประมงท้องถิ่น

เมือง ฮาลอง เพิ่งสร้างขึ้นเพื่อตอบรับการท่องเที่ยวในปี ค.ศ 1994 เมื่อกล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังฮานอยส่วนใหญ่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักจะให้ความสนใจในการเดินทางมาเที่ยวที่ฮาลองเบย์ (Ha Long Bay) โดยอาศัยการซื้อทัวร์จากบริษัทนำเที่ยวในฮานอย ซึ่งจะมีทั้ง 1. ทัวร์ชนิดไปวันเดียว สามารถเดินทางไปเที่ยวชมได้ไม่เกิน 2 – 3 ถ้ำ หรือ 2. ทัวร์หลายวัน เป็นกรณีที่หากนักท่องเที่ยวมีเวลามากพอในการเดินทางหลายวัน สามารถติดต่อเช่าเรือโดยตรงกับกัปตันเรือแถวท่าเรือ หรืออาจจะติดต่อบริษัททัวร์ในเมืองฮานอยให้ช่วยดำเนินการและอำนวยความสะดวกให้



อ่าวในหมู่เกาะกัตบา

การเดินทางในहालोगเบย์นั้น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่จะไปเที่ยวเฉพาะหมู่เกาะกัตบา ซึ่งเป็นเกาะ ประกอบไปด้วยเกาะน้อยใหญ่ 366 เกาะ เฉพาะ หมู่เกาะกัตบา ครอบคลุมพื้นที่ 190 ตารางกิโลเมตร อยู่ห่างจากไฮฟอง 20 กม. ด้านตะวันตกติดกับอ่าวตังเกี๋ย และตะวันออกติดกับอ่าวहालोग ภูมิประเทศสวยงามเป็นภูเขาที่มีป่าปกคลุม ป่าชายเลน และบึงน้ำจืด ทะเลสาบและน้ำตก



โรงแรมในหมู่เกาะกัตบายามค่ำคืน

พื้นที่บริเวณเกาะปกคลุมไปด้วยป่า กับน้ำล้อมรอบอีก 90 ตารางกิโลเมตร เป็นส่วนหนึ่งของอุทยานแห่งชาติอันดามันไปด้วยพืชนานาพรรณและสัตว์ต่าง ๆ เช่น นก 21 สายพันธุ์ คลานและสัตว์เลื้อยคลานด้วยนมอีก 28 สายพันธุ์ ที่ถ้าบางแห่งมีการขุดค้นพบกระดูกมนุษย์กับเครื่องมือหินจากยุคหินใหม่ นอกจากนี้มีพวกพืชได้นำ น้ำพุร้อนกับทะเลสาบหินปูนเพิ่มสีสันให้กับที่นี่อีกด้วย



ถ้ำและหินงอกหินย้อยบริเวณฮาลองเบย์

นอกจากนี้ยังมีถ้ำที่มีชื่อหลายแห่ง อาทิเช่น ถ้ำ **ตริงห์หนือ** (Trinh Nu) แปลว่า พรหมจรรย์ มีตำนานพื้นบ้านเล่าว่า ตั้งชื่อตามหญิงสาวคนหนึ่งซึ่งมีพ่อแม่ยากจนไม่มีเรือเป็นของตัวเอง ต้องไปเช่าจากเศรษฐีผู้หนึ่ง แต่ในที่สุดไม่สามารถชำระค่าเช่าได้ เศรษฐีจึงเรียกร้องเอาตัวลูกสาวให้มาแต่งงานกับตนแทนหนี้ หญิงสาวไม่ยินยอม เศรษฐีจึงขังหญิงสาวผู้นั้นไว้ในถ้ำจนหิวตาย แต่เธอกลับเป็นอมตะนิรันดร์จากหินที่มีรูปร่างเหมือนเธอที่ผุดโผล่ขึ้นมาจากที่ฝังศพของเธอเอง

ถ้ำ **ฮังเต่าโก** (Hang Dau Go) ซึ่งเป็นถ้ำที่สวยงามเต็มไปด้วยหินงอกหินย้อยรูปคล้ายสัตว์ต่าง ๆ นักและคน ถ้ำแห่งนี้ได้รับการขนานนามว่า Grotte des Merveilles (ถ้ำมหัศจรรย์) โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสกลุ่มแรกที่มาเที่ยวเมื่อปลายศตวรรษที่ 19

ถ้ำ **ฮังแฮงห์** (Hang Hanh) เป็นถ้ำอุโมงค์ยาว 2 กม. สามารถเดินทางไปโดยทางเรือ ถ้ำนี้มีตำนานมาจากการที่อ่าวฮาลองแห่งนี้เป็นสมรภูมิรบในสงครามต่อต้านการรุกรานจากทางเหนือมานับครั้งไม่ถ้วน เชื่อกันว่าชาวไท่ฝู่ปลายแหลมที่นายพลตรันฮึงฉาวปักไว้ในแม่น้ำแบ็กดั่งเพื่อทำลายกองเรือของกูปไลข่าน ถูกเก็บไว้ที่นี่ และสามารถสังเกตเห็นได้ต้องเป็นเวลาน้ำลงเท่านั้น

1.2 ภูมิหลังของสถานที่ท่องเที่ยวในเวียดนามกลาง ประกอบด้วย เมืองดานัง เว้ และ ฮอยอัน

1.2.1 ดานัง (Da Nang)



ดานัง (Da Nang) ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันตกของแม่น้ำห่าน เดิมมีลักษณะเป็นหมู่บ้านประมง แต่ต่อมาได้กลายเป็นเมืองท่าสำคัญและเป็นเมืองใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 4 ของประเทศเวียดนาม ดานังสมัยที่ตกอยู่ภายใต้การปกครองของฝรั่งเศสนั้น ดานังเป็นที่รู้จักในชื่อว่า ตูเรน (Tourane) ส่งผลให้ในศตวรรษที่ 19 ดานังได้เข้ามามีบทบาทแทนที่ไฟโฟ (Fai Fo) หรือ โฮยอัน (Hoi An) หลังจากยุคอาณานิคมของฝรั่งเศส ทหารนาวิกโยธินสหรัฐชุดแรก จำนวน 3,500 นาย ได้ขึ้นบกที่ดานังในปีค.ศ. 1965 และเมืองนี้ถูกใช้เป็นสถานที่ตากอากาศของทหารอเมริกัน

ในปัจจุบัน ในฐานะเป็นเมืองท่าและศูนย์กลางการพาณิชย์ที่สำคัญที่สุดในภาคกลางของประเทศเวียดนาม จากการมีบทบาทในการเป็นเมืองท่าและศูนย์กลางการพาณิชย์ที่สำคัญจวบจนถึงปัจจุบันนั้น ส่งผลทำให้ดานังได้กลายเป็นเมืองที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียบพร้อมไม่ว่าจะเป็นทางด้านการคมนาคมขนส่ง (ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ) โรงแรม ร้านค้า ร้านอาหาร และไม่เพียงแต่ที่ดานังจะเป็นเมืองท่าและศูนย์กลางการพาณิชย์ที่สำคัญที่สุดในภาคกลางของประเทศเวียดนาม ดานังยังเป็นศูนย์กลางของอารยธรรมจามมาหลายศตวรรษ เมืองเอกที่เก่าแก่ที่สุดของอารยธรรมจาม ได้แก่ สิงหปุระ (นครสิงโต) ตั้งอยู่ที่ ตราเกียว ห่างจากดานังไปทางตะวันตกเฉียงใต้ 40 กิโลเมตร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่สร้างขึ้นในศตวรรษที่ 4 ต่อมาในศตวรรษที่ 8 เมืองเอกได้ย้ายไปยังพันธูรังคะที่อยู่ทางใต้ แต่พอปลายศตวรรษที่ 8 เมืองเอกได้ย้ายกลับมาที่กว้างนาม ดานัง และถูกขนานนามใหม่ว่า อินทรปุระ (นครพระอินทร์) จนถึงต้นศตวรรษที่ 11

นอกจากนี้ดานังยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกหลายแห่ง อาทิเช่น หุบเขาหมีเชิน (My Son) อยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของดานัง ได้รับเลือกให้เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา โดยพระเจ้าภัทรวรมันที่ 1 และในศตวรรษที่ 4 เป็นต้นมา ได้มีการสร้างวัดและวิหารขึ้นที่นี่หลายแห่ง วิหารจามสร้างขึ้นด้วยอิฐแดง ซึ่งถูก

ประธานและเชื่อมต่อเข้ากันด้วยยางของต้นเกาเขย โดยส่วนใหญ่วิหารจามจะสร้างขึ้นเพื่ออุทิศแด่กษัตริย์ และเทพเจ้าในศาสนาพราหมณ์ รวมทั้งพระศิวะ ซึ่งเป็นพระผู้สร้าง ผู้ก่อตั้งและผู้พิทักษ์อาณาจักรจามปา กับราชวงศ์จาม



พิพิธภัณฑสถานปติมากรรมของจาม

พิพิธภัณฑสถานปติมากรรมของจาม ตั้งขึ้นในปีค.ศ 1936 โดยสถาบันการศึกษาโลกตะวันออกแห่งฝรั่งเศส ในพิพิธภัณฑสถานจะมีการจัดแสดงวิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรมของจามใน 4 ยุค ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของจาม อันได้แก่ หมิเชิน, ตราเกียว, ด่งเดื่อง และทาพเมิน



สะพานแม่น้ำ Han

สะพานแม่น้ำ Han เป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาและการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของนครดานัง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะนิยมเดินเที่ยวชมสะพานในยามค่ำคืน เพราะสะพานถูกประดับประดาด้วยไฟสว่างไสวสวยงาม

Marble Mountains อยู่ระหว่างทางจากดานังไปฮอยอันเป็นจุดชมวิวที่สวยงาม เป็นทางผ่านในการเดินทางไปฮอยอันซึ่งนักท่องเที่ยวมักจะหยุดถ่ายรูปที่นี่

หาด **Son Tra** เป็นหาดที่มีดินทรายที่สวยงามและสะอาดของนครดานัง ปัจจุบันหาดดังกล่าวได้กลายเป็นจุดนัดพบที่สำคัญของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในนครดานัง พบว่า สืบเนื่องจากการที่นครดานังมีบทบาทในการเป็นเมืองท่าและศูนย์กลางการพาณิชย์ที่สำคัญที่สุดในภาคกลางของประเทศเวียดนามนั้น ส่งผลทำให้นครดานังกลายเป็นจุดดึงดูดทางด้านการค้าการลงทุนของกลุ่มนักธุรกิจมากกว่าเป็นจุดดึงดูดทางด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งสังเกตได้จากการที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังนครดานังนั้น มีเป้าหมายในการใช้นครดานังเป็นจุดเชื่อมโยงเส้นทางการเดินทางและเป็นจุดแวะพักของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อไปยังโฮยอันและเว้ มากกว่าที่จะมีเป้าหมายโดยตรงในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังนครดานังเพียงแห่งเดียว

1.2.2 เว้ (Hue)



เส้นทางระหว่างดานัง และเว้

เว้ เป็นเมืองที่ตั้งพระราชฐานโบราณของกษัตริย์ราชวงศ์เหวียน อยู่ห่างจากชายฝั่งทะเล 12 กม. ในมณฑลเถื่อเทียนเหว ซึ่งติดต่อกับประเทศลาวด้านตะวันตก เว้ตั้งอยู่กึ่งทางระหว่างฮานอยทางเหนือกับโฮจิมินห์ทางใต้ เสน่ห์ของเมืองโบราณนี้ นอกจากคุณค่าวัฒนธรรม ภูมิปัญญาทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมแล้ว ยังมีความงดงามตามธรรมชาติของภูมิประเทศตามฝั่ง ลำน้ำเฮวือง (Houng) หรือ “แม่น้ำหอม” ฝั่งน้ำด้านเหนือเป็นป้อมปราการโบราณและเขตที่อยู่อาศัย ฝั่งใต้เป็นพื้นที่พาณิชย์และย่านเก่าแก่ของชาวฝรั่งเศส ได้ลงไปอีกเป็นสุสานของราชวงศ์เหวียน

ขุนนางคนแรกผู้มาถึงเว้คือ เหวียนฮว่องในฤดูใบไม้ผลิปี ค.ศ 1601 ได้พบที่เหมาะสมที่จะตั้งเมืองและได้สร้างป้อมปราการขึ้นที่นี่ ต่อมาเกิดสงครามระหว่างตระกูลเหวียน และตระกูลตริงห์ ทั้งสองต่างฝ่ายต่างมุ่งมั่นที่จะสร้างความเป็นปึกแผ่นและอำนาจแก่ฝ่ายตน ในที่สุดตระกูลเหวียนซึ่งมีกำลังเหนือกว่า

เป็นฝ่ายชนะ เว้จึงกลายเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรใหม่ปกครอง ปี ค.ศ 1802 เจ้าครองนครองค์ที่ 10 ได้สถาปนาตนเป็นจักรพรรดิชาวลองและตั้งราชวงศ์เหวียนขึ้น ซึ่งดำรงอยู่นานถึง 143 ปี จนถึงปี ค.ศ 1945 หากแต่ว่าปกครองได้เพียง 33 ปี ฝรั่งเศสจึงเริ่มเข้ายึดครอง

เว้มีจักรพรรดิครองราชย์ระยะสั้น ๆ หลายพระองค์ มีการเดินขบวนและการประท้วงต่อต้านฝรั่งเศสในยุคล่าอาณานิคม ตามด้วยการเข้ายึดครองของญี่ปุ่นในปี ค.ศ 1945 และการสละราชบัลลังก์ของจักรพรรดิเบ๋ไค่ ถือเป็นจักรพรรดิราชวงศ์เหวียนองค์สุดท้ายในปีเดียวกัน หลังปี ค.ศ 1954 เมืองเว้กลายเป็นส่วนหนึ่งของเวียดนามใต้ หลังจากสหประชาชาติแบ่งประเทศออกเป็นสองส่วน ถูกปกครองโดยรัฐบาลโงดinhเดียม การโฆษณาชวนเชื่อต่อต้านพุทธศาสนาอย่างรุนแรงก่อให้เกิดการลุกฮือขึ้นเดินขบวนและการประท้วงด้วยการเผาตัวตายของพระสงฆ์ในปี ค.ศ. 1963 เขตพระราชฐานของเว้ได้รับความเสียหายอย่างมาก ระหว่างการโจมตีปี ค.ศ 1968 กองกำลังเวียดกงได้เข้ายึดป้อมปราการเพื่อต้านทานการโจมตีของทหารอเมริกันเป็นเวลาเกือบ 2 เดือนส่งผลให้โบราณสถานและโบราณวัตถุจำนวนมากถูกทำลายในการต่อสู้ แต่มีอีกจำนวนหนึ่งที่รอดพ้นมาได้

สถานที่ท่องเที่ยว: ไคโนย นครจักรพรรดิ



นครจักรพรรดิไคโนย (Dai Noi) ของเว้สร้างเป็นอาคารล้อมสามชั้น ฮว่างแทงห์ (อาคารล้อมสี่เหลี่ยม) และตือกามแทงห์ (เขตต้องห้ามสี่มุม) ถูกโอบล้อมไว้ด้วยกึ่งแทงห์ (อาคารรอบนอก) กำแพงด้านนอกสุดสร้างด้วยหิน อิฐ และดิน สูง 8 เมตร หนา 20 เมตร ในรัชสมัยของพระเจ้าชาลอง ประตูกว้างขนาดใหญ่และหนาแน่นสิบประตูถูกสร้างไว้เป็นระยะตามกำแพงนี้ แต่ละประตูมีหอคอยอยู่ด้านบน สิ่งที่เหลือให้เห็นปัจจุบันนี้อยู่ภายในฮว่างแทงห์ ส่วนบริเวณอื่น ๆ ได้ถูกทำลายลงในระหว่างการโจมตีในปี ค.ศ 1968

ฮว่างแทงห์ (Hoang Thanh) เป็นกำแพงชั้นกลางสร้างล้อมรอบเขตพระราชฐานและราชวัง วัดและอุทยานมีประตูทางเข้าที่ตกแต่งอย่างงดงามสี่ประตู คือ โหงะ-โมน (ประตูทิศใต้หรือประตูเที่ยงวัน) ฮวาบิงห์ (ประตูทิศเหนือ) เฮียนย่าน (ประตูตะวันออก) และเจื่องคี้ก (ประตูตะวันตก) โหงะโมนสร้างด้วยหินแกรนิต ในปี ค.ศ 1834 ในรัชสมัยพระเจ้ามินห์หม่างและบูรณะในปี ค.ศ 1921 บนประตูนี้มีหอคอยเลาหงูฟง (หอห้าพญานก) เคยเป็นที่ประทับของจักรพรรดิเมื่อทรงประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ เดินตรงจากประตูโหงะ-โมนนี้ไปจะเป็นสะพานทองข้ามแม่น้ำซึ่งเคยใช้สำหรับจักรพรรดิเท่านั้น สะพานนี้ทอดไปสู่ **เดียนไทเฮา (วังไทเฮา หรือวังแห่งความสงบยิ่ง)** ณ ที่นี้จักรพรรดิทรงโปรดฯ ให้บุคคลสำคัญของประเทศหรือทูตต่างประเทศเข้าเฝ้าฯ ราชพิธีสำคัญต่าง ๆ ทำที่นี้ พระราชวังแห่งนี้สร้างโดยจักรพรรดิยาหลงในปี ค.ศ 1805 และได้รับการบูรณะครั้งแรกโดยพระเจ้ามินห์หม่างในปี ค.ศ 1834 และครั้งต่อมาโดยพระเจ้าไคดิงห์ในปี ค.ศ 1924 ปัจจุบันอยู่ในสภาพที่ดีเยี่ยม เพดานและกานฉาบทาด้วยครั่งสีแดงลงลายทอง

ด้านหน้าของวัดยังคงสภาพสมบูรณ์ เป็นที่ตั้งของศาลา **เฮียนลามกัก (Hien Lam Cac)** โดยมีพระโกศประจำราชวงศ์ที่เรียกว่า **กู่ดิงห์ (Cuu Dinh)** วางเรียงอยู่ด้านหน้า พระโกศเหล่านี้ถูกหล่อขึ้นในปี ค.ศ 1822 ในรัชสมัยจักรพรรดิมินห์หม่าง ประดับด้วยลวดลายรูปพระอาทิตย์ พระจันทร์ เมฆ นก สัตว์ต่าง ๆ มังกร ภูเขา แม่น้ำ เหตุการณ์ในประวัติศาสตร์และภาพชีวิตประจำวัน แต่ละใบแทนจักรพรรดิแต่ละพระองค์ในราชวงศ์เหวียน และมีน้ำหนักถึง 2,500 กก. **วังเดียนโธ (Dien Tho)** สร้างโดยพระเจ้ายาหลงในปี ค.ศ. 1804 เป็นที่อยู่ของพระมารดาของพระราชินี ระหว่างเขตพระราชฐานชั้นแรกไปยังประตูเจื่องคี้กมีซุงแทงกองหรือปิ่นใหญ่แห่งเทพทั้งเก้าตั้งเรียงอยู่ด้านหนึ่งมีห้ากระบอกลั่นธาราคู่ทั้งห้า คือ โลหะ น้ำ ไม้ ไฟ และดิน อีกด้านหนึ่งสี่กระบอกลั่นธาราคู่ ปิ่นใหญ่แต่ละกระบอกลั่น 12 ต้น



ตึกกามแทงห์ (Tu Cam Thanh)

ตึกกามแทงห์ (Tu Cam Thanh) หรือเขตต้องห้ามสี่มั่ง หลังกำแพงอิฐหนา 4 เมตร เป็นเขตส่วนพระองค์ของจักรพรรดิและพระบรมวงศานุวงศ์ ประตูกำแพงทั้งเจ็ดมีชื่อพิเศษยื่นขอพระอนุญาตบารมีของ

จักรพรรดิองค์ก่อน ๆ บริเวณนี้ได้รับความเสียหายอย่างมากในเทศกาลเต๋ดในปีค.ศ 1968 เมื่อกองกำลังเวียดกงบุกเข้ายึดเอาปราการแห่งนี้เป็นที่กำบัง

อาคารหลักภายในกำแพงนี้คือ **กันแทงห์ (Can Thanh)** หรือตำหนักประเสริฐสุวรรณค์ ส่วนกันแทงห์ ตำหนักใหญ่อีกแห่งหนึ่งขณะนี้ตั้งอยู่ในสภาพพินาศยับเยิน ตำหนักนี้เคยเป็นที่ซึ่งจักรพรรดิใช้รับรองราชอาคันตุกะและออกว่าราชการ ถัดออกไปเป็นลานซึ่งเคยเป็นที่ตั้งตำหนักของพระราชวงศ์ ส่วนตำหนักใหม่สุดภายในเขตพระราชฐานนี้คือตำหนักเกียนพาน ซึ่งพระเจ้าไคดิงห์โปรดฯ ให้สร้างขึ้นในทศวรรษ 1920 ได้รับอิทธิพลการสร้างตามแบบตะวันตก แต่น่าเสียดายที่ถูกทำลายลงด้วยสงครามเช่นเดียวกัน

สถานที่ท่องเที่ยว:นอกเขตพระราชฐาน



สะพาน โค้งครึ่งเดือน (Trang Tien)

นอกเขตพระราชฐานออกไป ทางใต้และทางตะวันออกรายรอบด้วยย่านธุรกิจพาณิชย์ของเวีย ยานนี้ ส่วนใหญ่อยู่รอบบริเวณรอบ ๆ สะพานโค้งครึ่งเดือน (Trang Tien) ซึ่งทอดข้ามแม่น้ำหอม และสะพานยาโฮย บริเวณโดยรอบในย่านนี้เรียกชื่อเดียวกันกับชื่อสะพาน



พิพิธภัณฑศิลป์หลวง (Royal Fine Arts Hue)

ใกล้ประตูตะวันออกของปราการเป็นที่ตั้งของ **พิพิธภัณฑศิลป์หลวง (Royal Fine Arts Hue)** สร้างขึ้นในรัชสมัยของพระเจ้าเถี่ยวตรี ปัจจุบันจัดแสดงสิ่งเครื่องใช้ของราชสำนัก เช่น เติง แก้ว เครื่องใช้

ในชีวิตประจำวันต่างๆ อย่างไรก็ตามของส่วนใหญ่ได้สูญและถูกทำลายตั้งแต่ปี ค.ศ 1946 ระหว่างการปฏิบัติและสงคราม



พิพิธภัณฑสถานเวียดนาม – เหว่

พิพิธภัณฑสถานเวียดนาม – เหว่ เปิดในปี ค.ศ 1975 จัดแสดงสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสงครามอเมริกัน ภาพถ่ายและแผนที่ต่าง ๆ มีแผนที่แสดงภูมิประเทศขนาดใหญ่ที่มีไฟแสดงถึงการเคลื่อนทัพของฝ่ายอเมริกันเวียดนามใต้และเวียดนามในวันฉลองเทศกาลเต๋ดในปี ค.ศ 1968 สนามหญ้าด้านนอกจัดแสดงอาวุธยุทโธปกรณ์ของอเมริกันที่หลงเหลืออยู่ในเวียดนาม



ชุมชนจีนฝูกัด (Phu Cat)

ที่อยู่ใกล้เคียงกันจะมีชุมชนจีน ฝูกัด (Phu Cat) ประชากรส่วนใหญ่เป็นจีนกับมิงห์เฮวี่อง (เวียดนาม – จีน) ซึ่งอยู่ทางตะวันออกเฉียงเหนือของเขตพระราชฐาน และตลาดดงบา (Dong Ba) ตลาดแห่ง

นี้มีมาตั้งแต่ต้นศตวรรษนี้ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมากมายหลายชนิด และสินค้าที่ระลึก เช่น ตุ๊กตาไม้ แกะสลัก ไปสการ์ด เสื้อยืด และกระเป๋า เป้ จำนวนมาก ในปัจจุบันตลาดแห่งนี้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเนื่องจากสามารถเดินทางจากประเทศไทยได้โดยทางรถยนต์ผ่านเส้นทางหมายเลข 9 ความนิยมของนักท่องเที่ยวไทยส่งผลให้บรรดาพ่อค้า แม่ค้าต่างๆในตลาดนี้สามารถพูดภาษาไทย และรับเงินไทยในการซื้อขาย



เจดีย์เทียนมุ (Thien Mu)

จากเขตพระราชฐานไปทางตะวันตก 3 กิโลเมตร จะพบเจดีย์เทียนมุ (Thien Mu) ตั้งอยู่บนเขาฝั่งเหนือของแม่น้ำหอม สร้างโดยเหวียนสว่างในปี ค.ศ. 1601 ประกอบด้วยหอคอยแปดเหลี่ยมเจ็ดชั้นแต่ละชั้นแทนชาติภพต่างๆ ของพระพุทธเจ้า รูปปั้นเทพเจ้าหกงศ์เฝ้าคุ้มครอง ภายในเจดีย์มีพระสังกัจจายน์ปิดทองกับพระพุทธรูปอีกสามองค์

สถานที่ท่องเที่ยว : สุสานราชวงศ์เหวียน

ราชวงศ์เหวียนต่างจากราชวงศ์อื่นตรงที่ไม่ฝังสมาชิกในราชวงศ์ไว้ในหมู่บ้านเกิดในมณฑลแห่งฮวา แต่กลับฝังไว้ในสุสานจักรพรรดิที่กระจายอยู่บนเนินเขาทั้งสองฝั่งแม่น้ำหอม ทางตะวันตกและใต้ของเว้ แม้ราชวงศ์เหวียนจะมีกษัตริย์ถึง 13 พระองค์ แต่มีเพียง 7 พระองค์เท่านั้นที่ครองราชย์อยู่จนสวรรคตและฝังไว้ในเนินเขาดังกล่าว คือ พระเจ้ายาลอง (Gai Long), มินห์หม่าง (Minh Mang), เกี้ยวตรี (Thieu Tri), ตือตัก (Tu Duc), เกียนฟุก (Kien Phuc), ดงแคงห์ (Dong Khang) และไคดิงห์ (Khai Dinh)

สถานที่ตั้งของสุสานราชวงศ์เหวียนกระจายอยู่เป็นบริเวณกว้าง สุสานแต่ละแห่งจะมีสนามใหญ่ปูด้วยอิฐ ภายในสุสานบรรจุรูปสลักหินรูปช้าง ม้าศึก ทหาร กับขุนนางทั้งฝ่ายบู๊และฝ่ายบันที่หน้าสนามคือ

หอบรรจุแผ่นหินอ่อนและแผ่นศิลาจารึกพระราชประวัติของจักรพรรดิที่สวรรคตแล้วโดยรัชทายาทของพระองค์เอง (ยกเว้นพระเจ้าตื่อคังเพียงพระองค์เดียวที่ทรงจารึกด้วยพระองค์เอง) เลยจุดนี้ไปเป็นวัด ซึ่งเป็นที่บรรจุศพของจักรพรรดิและราชินีผู้สวรรคต มีการนำราชสมบัติมาจัดแสดงไว้ด้วย ราชินีหม้ายจะคอยจุดธูปและไม้กฤษณาหน้าแท่นบูชาเพื่อให้ลูกหม้ายอยู่โดยตลอดจนกว่าจะสวรรคตตามไป มีบ้านให้นางสนมขนาดเล็ก ซึ่งเฝ้ารักษาสุสานอยู่กัน พระศพขององค์จักรพรรดิจะตั้งไว้ในที่มืดซิด ล้อมรอบด้วยกำแพงสูง หลังประตูสำริดที่ปิดแน่นหนา

สุสานพระเจ้ายาลอง (Gai Long's Mausoleum) จะเป็นสุสานที่ตั้งอยู่ทางใต้ของเว้ 16 กม. ไปทางรถยนต์ลำบาก ไปทางเรือสะดวกกว่า เริ่มก่อสร้างในปีค.ศ 1814 เสร็จในปีค.ศ 1820 หลังจากที่พระเจ้ายาลองสวรรคตได้ 1 ปี แต่เพราะอยู่ใจกลางเขตกองโจรสลัดสังครามกับอเมริกัน จึงต้องพังพินาศไปด้วยระเบิด ตั้งแต่นั้นมาก็ได้มีการดูแลซ่อมแซมแต่อย่างใด แต่ความงามตามธรรมชาติของพื้นที่นี้โดยมีเทือกเขาเป็นฉากหลัง ก็นับว่าคุ้มค่าที่ไปเยือนทีเดียว



สุสานพระเจ้ามินห์หม่าง (Minh Mang's Mausoleum)

สุสานพระเจ้ามินห์หม่าง (Minh Mang's Mausoleum) พระเจ้ามินห์หม่างเป็นพระโอรสองค์ที่ 4 ของพระเจ้ายาลอง เป็นจักรพรรดิองค์ที่ 2 ของราชวงศ์เหวียน พระองค์ทรงสร้างนครจักรพรรดิและทรงได้รับการยกย่องอย่างสูงในการที่ทรงปฏิรูปด้านขนบธรรมเนียมประเพณีและการเกษตร สุสานของพระองค์ตั้งอยู่บริเวณที่ลำนํ้าตาตรักกับหุบตรักบรรจบกัน การก่อสร้างเริ่มหนึ่งปีก่อนสวรรคตในปี ค.ศ. 1840 มาแล้วเสร็จในสมัยพระเจ้าเถี่ยวตรีในปี ค.ศ. 1843 สุสานแห่งนี้ผสมผสานความงามของธรรมชาติเข้ากับรูปแบบสถาปัตยกรรมอันยิ่งใหญ่และรูปสลักหินซึ่งสลักเสลาได้วิจิตรงดงาม

สุสานพระเจ้าเถี่ยวตรี (Thieu Tri's Mausoleum) ตั้งอยู่ใกล้ ๆ กัน พระเจ้าเถี่ยวตรีเป็นพระโอรสของพระเจ้ามินห์หม่าง ทรงเป็นจักรพรรดิเหวียนองค์ที่ 3 ครองราชย์ตั้งแต่ปีค.ศ 1841 – 1847 สุสานนี้สร้างในปี ค.ศ 1947 – 1948 ด้วยลักษณะสถาปัตยกรรมแบบเดียวกับสุสานของพระบิดา แต่เล็กกว่า



สุสานพระเจ้าตือดึก

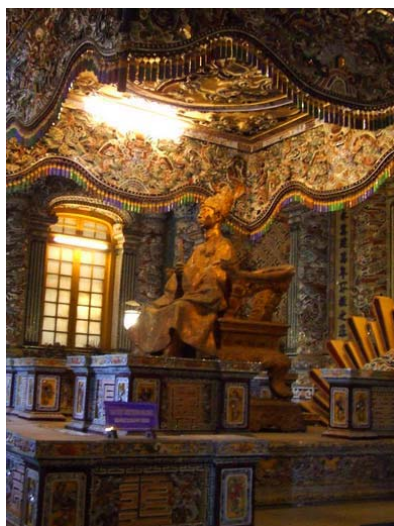
สุสานพระเจ้าตือดึก (Tu Duc's Mausoleum) ไปทางตะวันตกเฉียงใต้ของเว้เพียงเล็กน้อย สร้างในปีค.ศ 1864 ใช้เวลา 3 ปี คุคล้ายพระราชวังหลวงจำลองขนาดเล็ก มีความงดงามกลมกลืนกับธรรมชาติแวดล้อมอย่างดี การก่อสร้างใช้แรงงานคนถึง 3,000 พระเจ้าตือดึกเป็นพระโอรสของพระเจ้าเกียตริและเป็นจักรพรรดิพระองค์ที่ 4 แห่งราชวงศ์เหวียนที่ทรงครองราชย์นานที่สุดในราชวงศ์ถึง 36 ปี

ในสุสานประกอบไปด้วยตำหนักภูเกียม(Vu Khiem) ข้างทะเลสาบ พระองค์ใช้เวลาว่างจากพระราชกิจ ทรงนิพนธ์บทกวีจากความงามของธรรมชาติ ทรงตกปลาและดื่มด่ำกับความหอมของดอกบัว แต่ตำหนักที่กล่าวขวัญกันมากกว่าคือตำหนักชุงเกียม (Luong Khiem) ซึ่งมีอายุตั้งแต่ปีค.ศ 1865 บันไดตำหนักทอดตัวไปสู่สุสานเลื่องเคียม ซึ่งเก็บรักษาเครื่องเรือน แจกันและหีบเครื่องประดับ เลยออกไปเป็นลานที่นำไปสู่สุสาน มีหินสลักรูปช้าง ม้าและขุนนาง ส่วนสุสานของเกียนฝู พระโอรสบุญธรรม รวมทั้งสุสานของพระราชินีเลเถียนอันตั้งอยู่ข้าง ๆ ทะเลสาบ



สุสานพระเจ้าไคดิงห์ (Khai Dinh's Mausoleum)

สุสานพระเจ้าไคดิงห์ (Khai Dinh's Mausoleum) แตกต่างจากสุสานราชวงศ์เหวียนอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง แลดูคล้ายปราสาทแถบ ยุโรป รูปแบบสถาปัตยกรรมเป็นการผสมผสานระหว่างตะวันออกกับตะวันตก สร้างด้วยคอนกรีตเสริมเหล็ก ใช้เวลา 11 ปีจึงแล้วเสร็จในปี ค.ศ. 1931 พระเจ้าไคดิงห์เป็นพระบิดาบุญธรรมของพระเจ้าเป้าไค่ (Bao Dai) ครองราชย์นาน 9 ปีในยุคอาณานิคม บันไดมั่งกรนำขึ้นไปสู่ลานชั้นที่หนึ่ง จากนั้นมีบันไดต่อไปยังลานที่เต็มไปด้วยหินสลักรูปช้าง ม้า กับขุนนางแบบจีน



ภายในสุสานพระเจ้าไคดิงห์

เมื่อเข้าไปข้างในจะยังเห็น พื้นปูกระเบื้องสี มีภาพจิตรกรรมขนาดใหญ่รูป “มังกรในม่านเมฆ” วดประดับบนเพดาน ห้องโถงกลาง ห้องมุขสี่เหลี่ยมยกขึ้นไปสู่ทางซ้ายและขวา ภาพผนังสีสดใสประกอบขึ้นจากการฝังกระจกสีและกระเบื้องหลายพันชิ้นบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ภาพสัตว์ ต้นไม้ และดอกไม้ดูสวยงามเจริญตา ต่างจากความมืดทึบด้านนอกของสุสาน รูปหล่อสำริดเทอองค์จริงของพระเจ้าไคดิงห์หล่อที่ฝรั่งเศส ในปีค.ศ 1922 ตั้งอยู่บนยกพื้นด้านบนของสุสาน

นอกจากนี้ เวย์ ยังมีจุดดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังเว้ นั่นก็คือ การมีสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ของเวียตนาม อาทิเช่น พระราชวังโบราณ สุสาน ซึ่งทั้ง 2 สิ่งต่างช่วยให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงเรื่องราวทางด้านประวัติศาสตร์การเมืองของเวียตนาม



แม่น้ำหอม

อีกทั้งการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการล่องเรือเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวสองฝั่งแม่น้ำหอม และกิจกรรมล่องเรือรับประทานอาหารค่ำ ฟังเพลงพื้นบ้านจากนักดนตรีชาวเวียดนามในเรือ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมทัศนียภาพในตอนกลางคืนของแม่น้ำหอม อีกทั้งถ้าเป็นช่วงที่ตรงกับเทศกาลลอยกระทง ทางบริษัทนำเที่ยวที่เว้จะจัดให้มีการลอยกระทงในเรือให้นักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวถือเป็นเอกลักษณ์ของเว้และเป็นกิจกรรมที่ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจในการใช้บริการของกิจกรรมการนำท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเป็นอย่างมาก สามารถสังเกตเห็นได้จากปริมาณที่หนาแน่นของนักท่องเที่ยว ณ บริเวณท่าเรือในเวลากลางคืนของแต่ละวันที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนต่างก็เข้าแถวเพื่อรอขึ้นเรือนำเที่ยวของบริษัทต่างๆ ที่ตนเองได้จัดการเลือกซื้อบริการการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวนั้นๆ



เรือล่องแม่น้ำหอมในเว้

ในขณะเดียวกัน กลับพบว่า แม่น้ำหอมซึ่งถือเป็นแม่น้ำที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวในเว้ นั้นเริ่มมีกลิ่นเน่าเสียและมีเศษขยะและอาหารลอยอยู่ทั่วไปในแม่น้ำหอม อีกทั้งยังมีหนูดอาศัยอยู่ตามเรือที่ใช้ในการนำเที่ยว ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติบางท่านถึงกลับไม่ค่อยให้ความไว้วางใจต่ออาหารและน้ำดื่มที่ทางบริษัทนำเที่ยวได้จัดเตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยวที่ได้เลือกซื้อบริการการนำเที่ยวจากทางบริษัท กล่าวได้

ว่า สิ่งดังกล่าวได้ส่งผลกระทบในทางลบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อกิจกรรมการนำเที่ยวโดยอาศัยการล่องเรือ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์การท่องเที่ยวของเว้

1.2.3 ฮอยอัน (Hoi An)



เมืองโบราณฮอยอัน อยู่ห่างจากดานังไปทางตะวันออกเฉียงใต้ราว 25 กิโลเมตร ใกล้ชายฝั่ง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่บนฝั่งแม่น้ำทูบอน (Thu Bon) ฮอยอันเคยเป็นเมืองท่าที่เจริญรุ่งเรือง และเป็นที่รู้จักในการเดินเรือของโลกตะวันตกในคริสต์ศตวรรษที่ 17 และ 18 ในชื่อ ฟาโฟ (Fai Fo) หรือ ไฮโป (Hai Po) อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับกันของโลกตะวันตกกับโลกตะวันออก หรืออาจกล่าวได้ว่า ฮอยอันเป็นเมืองท่าทางการค้าที่สำคัญที่สุดเมืองหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นศูนย์กลางสำคัญของการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างจีน ญี่ปุ่น และ ตะวันตก สินค้าที่ชาวตะวันตกต้องการในการแลกเปลี่ยนนั้น เช่น ผ้าไหม งาช้าง น้ำมัน เครื่องปั้นดินเผา และ สมุนไพรต่างๆ ในขณะที่ชาวตะวันตกจะนำอาวุธ และ ผ้าของตะวันตกมาขายด้วย การที่กิจกรรมทางการค้าส่วนใหญ่อยู่ในมือของคนจีน และ คนญี่ปุ่นทำให้เกิดหมู่บ้านชาวจีน และ ชาวญี่ปุ่นขึ้นที่นี่

เป็นเวลานับหลายศตวรรษที่ฮอยอันได้กลายเป็นเมืองท่าพาณิชย์ที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียอาคเนย์ และเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างโลกตะวันออกกับโลกตะวันตกที่สำคัญพอถึงต้นศตวรรษที่ 19 สภาพแวดล้อมทางสังคมและทางกายภาพของฮอยอันได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากความขัดแย้งทางการเมือง และแม่น้ำหลายสายได้เปลี่ยนเส้นทาง เนื่องจากปากแม่น้ำทูบอนเกิดดินขึ้นทำให้ไม่สามารถสัญจรได้ โดยเหตุนี้จึงส่งผลทำให้ฮอยอันถูกลดบทบาทจากการเป็นเมืองท่าทางการค้าที่สำคัญ

ต้นทศวรรษที่ 1980 ยูเนสโกร่วมกับรัฐบาลโปแลนด์ได้ริเริ่มและให้ทุนทำโครงการบูรณะขึ้นเพื่อจำแนกและปกป้องย่านเก่าแก่และโบราณสถานของฮอยอัน เมืองนี้ต้องประสบปัญหาน้ำท่วมทุกปี เมื่อน้ำไหลล้นฝั่งขึ้นมามีความสูง 2 – 3 เมตร ทำให้บ้านที่สร้างด้วยไม้ได้รับความเสียหาย ฝนที่ตกจนน้ำท่วมในปีค.ศ 1998 เกือบจะทำลายสถานที่สำคัญอย่างเช่น สะพานญี่ปุ่น

ในความเป็นจริงแล้วนั้น ฮอยอันเป็นเมืองที่เงียบสงบ มีประชากรราว 75,000 คน ในจำนวนนี้ 12,000 คน อาศัยอยู่ในย่านเก่าแก่ แต่ในปัจจุบันโฮ้ยอันได้กลายเป็นเมืองที่ไว้วิถีชีวิตของผู้คนเนื่องจากถูกผลกระทบจากการท่องเที่ยว บ้านเก่าๆ ได้มีการบูรณะซ่อมแซมบ้านเรือนให้เป็นร้านค้า และสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชม สังเกตได้จากบ้านเก่า ๆ หลายหลังที่มีคนทำด้วยไม้ มีประตูแกะสลัก และมีห้องโถง ๆ ได้ถูกเปลี่ยนแปลงสภาพให้กลายเป็นร้านขายของที่ระลึกโดยที่ฉากหน้าเป็นพิพิธภัณฑ์และร้านเสื้อผ้าเกือบทั้งหมด จากการที่ฮอยอันได้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมจนเต็มไปดด้วยไปด้วยนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ชาวเมืองรุ่นใหม่ที่มาอาศัยอยู่ในฮอยอันได้ปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนเองโดยพยายามเอื้อเพื่อเชิญให้นักท่องเที่ยวเข้าไปชมลักษณะสถาปัตยกรรมบ้านของตน

ด้วยเหตุนี้ จึงส่งผลทำให้ทุกวันนี้เมืองฮอยอันต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในย่านเก่าของเมือง เพราะรายได้ส่วนใหญ่ของผู้คนที่อาศัยอยู่ในย่านเก่าแก่ของโฮ้ยอัน คือ ประมาณร้อยละ 80 มาจากธุรกิจการท่องเที่ยว ส่วนที่เหลือมีรายได้มาจากการอาศัยการประมงเพื่อการยังชีพ

สถานที่ท่องเที่ยว : ในย่านเก่าแก่ของฮอยอัน

ย่านเก่าแก่ที่สุดของเมืองอยู่ในเขตใต้ติดกับ แม่น้ำทูบอน (Thu Bon) ถนนเลียบ ซึ่งเป็นถนนสายแรกของเมืองตัดตั้งฉากกับแม่น้ำ สร้างขึ้นเมื่อ 400 ปีมาแล้ว ตามด้วยย่านชาวญี่ปุ่นมีสะพานหลังคาปิดและร้านค้ากับบ้านแบบญี่ปุ่น อีก 50 ปีต่อมาเริ่มสร้างย่านชาวกวางตุ้งด้านตะวันตกของเมือง อดีตของโฮ้ยอันได้ถูกอนุรักษ์ไว้อย่างดีในงานสถาปัตยกรรม ย่านเก่าแก่มีการผสมผสานกันอย่างกลมกลืนของวัด เจดีย์ ศาลาประชาคม ศาลเจ้า บ้านประจำตระกูล ร้านค้าและบ้านชาวบ้าน เช่นเดียวกับหลายๆ เมือง



บ้านโบราณในฮอยอัน

บริเวณ ตลาดฮอยอัน ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองโฮยอัน บริเวณดังกล่าวจะแวดล้อมไปด้วยเจดีย์กับบ้านประจำตระกูลประมาณ 20 หลัง ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเก่า วัดกับบ้านเหล่านี้ส่วนใหญ่สร้างโดยชุมชนชาวจีนอพยพในช่วงเวลา 40 ปี คือ ตั้งแต่ปี ค.ศ 1845-ปี ค.ศ 1885



วัดจีนในฮอยอัน

วัดหลายแห่งในฮอยอันเป็นวัดในพุทธศาสนา รวมทั้งลัทธิขงจื้อ เต๋า และลัทธิเจ้าถืผี ตัวอย่างเช่น วัดฟุกเกี้ยน ตั้งอยู่บนถนนตรันฝู สร้างขึ้นในปี ค.ศ 1792 เป็นสถานที่ที่ใช้พบปะของญาติมิตรร่วมแซ่หลาย รุ่งที่อพยพมาจากฝูเจี้ยนทางใต้ของจีน นอกจากนี้ที่วัดแห่งนี้ยังถูกใช้เป็นที่ระลึกถึงชาติกำเนิดและบูชาบรรพบุรุษ

บ้านเก่าแกในย่านเมืองเก่า ยกตัวอย่างเช่น บ้านตันกี้ (Tan Ky's House) เป็นบ้านเก่าแก่ที่ตั้งอยู่บริเวณถนนเหวียนไทฮ็อก (Nguyen Thai Hoc) ที่คู่ขนานไปกับแม่น้ำ บ้านหลังนี้จะมีลักษณะของการมีหน้าบ้านติดถนนสายหนึ่ง ส่วนหลังบ้านยาวไปจรดถนนอีกสายหนึ่ง บ้านหลังนี้มีลักษณะสองชั้น สร้างด้วยไม้

มีค่า ฝีมือปราณีต หน้าบ้านใช้เป็นร้านขายของ ส่วนหลังบ้านเป็นที่เก็บสินค้า ภายในบ้านใช้เป็นที่อยู่อาศัย มีลานบ้านข้างในเปิดโล่งกลางแจ้ง มีเฉลียงเชื่อมต่อกับส่วนที่อยู่อาศัยทั้งหลายเข้าด้วยกัน ลักษณะของบ้านเก่าแก่ที่เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวชม คือ การมีความหลากหลายทางโครงสร้าง สถาปัตยกรรม ศิลปะการปั้น การตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ของโฮยอัน ตลอดจนการใช้ประโยชน์ของพื้นที่อย่างสร้างสรรค์



สะพานญี่ปุ่น

เกาหยัดบาน (Cau Nhat Ban) หรือ สะพานญี่ปุ่น สร้างโดยชุมชนชาวญี่ปุ่นในศตวรรษที่ 17 เชื่อมระหว่างเขตคนญี่ปุ่นกับเขตคนจีนเข้าด้วยกัน ตัวสะพานมีลักษณะเป็นรูปทรงโค้ง มุงกระเบื้องสีเขียว-เหลือง กลางสะพานมีเจดีย์รูปทรงจัตุรัส สร้างอุทิศให้แก่ศักดิ์ กับ ตรันหวิ สองบุคคลสำคัญ

จากการที่ฮอยอันเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์ทางด้านรากฐานทางประวัติศาสตร์ในฐานะของการเป็นอดีตเมืองท่าทางการค้าที่สำคัญ การมีสถาปัตยกรรม ประติมากรรมและการตกแต่งแบบจีนและญี่ปุ่น ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในย่านเมืองเก่าที่ถึงแม้จะหลงเหลืออยู่เพียงน้อยนิดนั้น แต่ก็ได้สร้างแรงจูงใจไม่น้อยในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้ง การสร้างสีสันยามค่ำคืนของฮอยอันด้วยโคมไฟสีต่าง ๆ นั้น ต่างก็เป็นสิ่งที่ช่วยแต่งแต้มสีสันให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวชมเมืองฮอยอันมากยิ่งขึ้น ซึ่งการมีต้นทุนทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในลักษณะดังกล่าวของฮอยอัน จึงส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวทางการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นในฮอยอัน

นอกจากนี้ การที่เมืองฮอยอันได้มีการจัดเตรียมความพร้อมทางด้านเส้นทางคมนาคม โรงแรม ร้านค้าและร้านอาหาร ตลอดจนการให้บริการทางด้านบริษัทนำเที่ยว ก็ยังเป็นต้นทุนที่ช่วยส่งเสริมต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในฮอยอัน

ในขณะเดียวกัน พบว่า เมืองฮอยอันต้องเผชิญกับปัญหาน้ำท่วมทุกปี ซึ่งในปีที่ผ่านมาเราจะสังเกตเห็นได้จากการรายงานข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ที่รายงานเกี่ยวกับปัญหาน้ำท่วมที่ฮอยอัน จนส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 2,000 คน ติดค้างอยู่ในเมืองฮอยอัน ไม่สามารถเดินทางออกจากเมือง

ฮอยอันได้ นอกจากนี้ยังได้สร้างความเสียหายให้แก่บ้านเรือน ตลอดจนโบราณสถานที่สำคัญในย่านเมืองเก่า ซึ่งปัญหาดังกล่าวถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองฮอยอัน

1.3 ภูมิหลังของสถานที่ท่องเที่ยวในเวียดนามใต้ ประกอบด้วย โฮจิมินห์

1.3.1 โฮจิมินห์ ซิตี้ หรือ ไซ่ง่อน (Ho Chi Minh City หรือ Saigon)

กรุงโฮจิมินห์ ตั้งอยู่บนเขตอาณาจักรเขมรเก่า ในอดีตมีประชากรอาศัยอยู่เบาบาง พื้นที่เป็นป่า บึง และทะเลสาบ จนถึงศตวรรษที่ 17 ไซ่ง่อน (ชื่อเดิม) ก่อตั้งขึ้นเป็นอาณาจักรเขมร ปลายศตวรรษที่ 18 ได้เชื่อมต่อกับเบนเหง่ (เจอลินปัจจุบัน) และกลายเป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญในภูมิภาค ชื่อไซ่ง่อนนี้มาจากคำว่า Sai Con มีที่มาจากภาษาเขมรว่า *prei kor* (ป่าหนุ่) หรือ *prei nokor* (ป่าแห่งอาณาจักร) ที่หมายถึง จวนที่พักของผู้สำเร็จราชการกัมพูชา ซึ่งเคยตั้งอยู่ในเขตที่เป็นเจอลินในปัจจุบัน

ในศตวรรษที่ 19 เวียดนามใต้โดยเฉพาะไซ่ง่อนเจริญรุ่งเรืองอย่างมาก ถึงแม้ว่าจะมีสงครามระหว่างเวียดนามกับกัมพูชา และสงครามกลางเมืองระหว่างผู้สนับสนุนพวกขุนนางเหวียนจากเว้ หรือผู้สนับสนุนพวกเตเชินจากบิ่งห์ดิงห์ ในปี ค.ศ. 1859 เมื่อฝรั่งเศสมาถึงเวียดนามใต้ ฝรั่งเศสใช้กองกำลังทางทหารกับอาวุธที่ทันสมัยเข้ารุกรานเพื่อยึดครองเมืองนี้ ในที่สุดไซ่ง่อนจึงตกเป็นของฝรั่งเศสในปีเดียวกันนั่นเอง และกลายเป็นเมืองเอกของดินแดนอาณานิคมโคชินไชน่าของฝรั่งเศส เมื่อยึดได้แล้ว ฝรั่งเศสจึงทำการปรับปรุงให้เป็นเมืองที่ทันสมัยเพื่อรองรับกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของฝรั่งเศสในดินแดนอาณานิคม โดยยึดแผนจากเมืองปารีส มีการถมคลองเก่า ระบายน้ำออกจากบึง สร้างถนน วางผังเมือง และปลูกต้นไม้ และมีรางไอน้ำสองสายให้บริการ ส่งผลทำให้เมืองได้รับการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

ต่อมาภายหลังการแบ่งแยกประเทศเป็นเหนือ และใต้ในปี ค.ศ. 1954 ไซ่ง่อนกลายเป็นเมืองหลวงของสาธารณรัฐเวียดนามใต้ และกลายเป็นที่มั่นของสหรัฐอเมริกาในการปราบปรามคอมมิวนิสต์ จนกระทั่งปี ค.ศ. 1975 ฝ่ายเวียดนามเหนือได้รับชัยชนะเมืองนี้จึงถูกเปลี่ยนชื่อเป็น โฮจิมินห์ซิตี้ ตามชื่อผู้นำของฝ่ายคอมมิวนิสต์ ในปัจจุบัน กรุงโฮจิมินห์ เป็นเมืองท่าและเมืองใหญ่ที่สุดของเวียดนาม มีพื้นที่ 2,000 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่บนแม่น้ำไซ่ง่อน ห่างจากชายฝั่งทะเล 80 กม. แบ่งเป็น 17 เขตเมืองกับ 5 เขตชนเมือง

ในทศวรรษ 1990 หลังการใช้นโยบายปฏิรูปทางเศรษฐกิจมีการสร้างโรงแรมและสำนักงานขึ้นใจกลางเมืองจำนวนมาก และเต็มไปด้วยธุรกิจการค้าที่เพิ่มขึ้นทุกวัน ความทันสมัยเข้ามาส่งผลให้ บ้านเก่า ๆ ตกรอกชอกชอยเริ่มกลายเป็นศูนย์การค้ากับถนนสายใหญ่ ๆ ร้านอาหาร บาร์ คาเฟ่ เกิดขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ถึงแม้ว่ายุคอาณานิคมจะผ่านมานานแล้ว แต่ความเป็นเมืองอาณานิคมของฝรั่งเศสยังคงอยู่ในรูปแบบของสถาปัตยกรรมแบบอาณานิคมด้วย ถนนสายยาวเรียงรายด้วยต้นไม้สองข้างทางและถนนสายใหญ่อื่น ๆ การเข้ามาแทรกแซงของสหรัฐอเมริกาในอดีตยังคงหลงเหลืออยู่ตามอาคารและ

พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว และเครื่องเตือนใจเกี่ยวกับสงครามในอดีตให้กับชาวเวียดนาม และนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสเข้าเยี่ยมชม

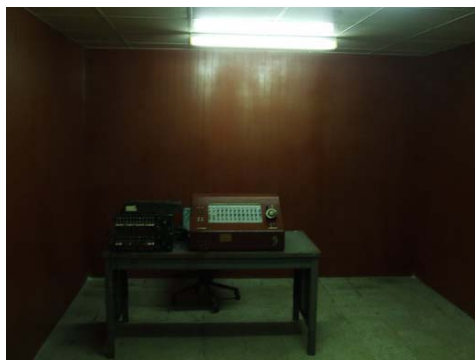
สถานที่ท่องเที่ยว : กรุงโฮจิมินห์



ทำเนียบรวมชาติ

อาคารสำหรับคอมมิวนิสต์ เพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ของความล่มสลายของรัฐบาลไซ่ง่อน นั่นก็คือ ทำเนียบประธานาธิบดีแห่งเวียดนามใต้ ปัจจุบันเรียกว่า **ดิงห์ทองยัต** (Dinh Thong Nhat) หรือ ทำเนียบรวมชาติ ในอดีต เรียกชื่อว่า **ทำเนียบบโรคม** สร้างตั้งแต่ปีค.ศ 1868 ภายหลังจากที่ข้อตกลงเจนีวาทำให้การยึดครองของฝรั่งเศสจบสิ้นลง ประธานาธิบดีคนใหม่ของเวียดนามใต้ในขณะนั้นคือ **โงดินห์เดียม** (Ngo Dinh Diem) ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้พำนักอยู่ และใช้ที่นี่เป็นกองบัญชาการในการรบกับฝ่ายคอมมิวนิสต์

ในปี ค.ศ. 1962 ทำเนียบนี้ถูกทิ้งระเบิดโดยทหารอากาศเวียดนามใต้ และได้มีการสร้างอาคารใหม่คือ ทำเนียบอิสราฟขึ้นมาแทนที่อาคารที่ถูกทำลายสร้างแล้วเสร็จในปี ค.ศ 1966 และในวันที่ 30 เมษายน ค.ศ 1975 รถถังจากฝ่ายคอมมิวนิสต์ได้บุกทำลายประตูเหล็กด้านหน้าของทำเนียบ และโค่นล้มรัฐบาลเวียดนามใต้ลง ภาพนี้ถูกแพร่ออกไปในสื่อต่างๆทั่วโลกในขณะนั้น



ห้องหลบภัยชั้นใต้ดิน

ปัจจุบันทำเนียบแห่งนี้เปิดเป็นพิพิธภัณฑ์ให้เข้าชม โดยทุกอย่างให้คงสภาพเดิมไว้ ชั้นใต้ดินมีห้องประชุมวางแผนยุทธศาสตร์ ห้องสื่อสาร ห้องแผนที่ และหลุมหลบภัยของประธานาธิบดี ส่วนชั้นที่หนึ่งเป็นห้องรับรองและที่พักของประธานาธิบดี ประกอบไปด้วยห้องสวดมนต์แบบคาทอลิก ห้องอาหาร และห้องนอน ชั้นที่สองเป็นห้องรับรองของภริยาประธานาธิบดี ชั้นที่สามมีห้องฉายภาพยนตร์ส่วนตัวและลานจอดเฮลิคอปเตอร์ ณ ที่นี้จะเห็นภูมิทัศน์สวยงามของถนนเลห์วัน ส่วนชั้นบนเป็นห้องจัดเลี้ยง ห้องโถงใหญ่ที่รัฐบาลเวียดนามได้ประกาศยอมแพ้ และห้องบรรยายสรุปประจำวันทางทหารในช่วงก่อนรัฐบาลเวียดนามใต้จะถูกโค่นลง ด้านหลังทำเนียบเป็นสวนสาธารณะวงเวียนวันฮวา ซึ่งเป็นสวนร่มรื่นต้นไม้ตัดแต่งเป็นรูปต่าง ๆ ทั้งเด็ก ๆ ทั้งผู้ใหญ่ผู้ใหญ่มักมาพักผ่อนกัน โดยเฉพาะในวันหยุด



โบสถ์ Notre Dame



ปัยรมณีย์กลางอยู่บริเวณใกล้โบสถ์

ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของทำเนียบรวมชาติบนถนนดงเค๋ย (Dong Khoi) มีโบสถ์ **Notre Dame Cathedral** ซึ่งเป็นโบสถ์ใหญ่ที่สุดของไซ่ง่อน สร้างขึ้นตามแบบสถาปัตยกรรมของฝรั่งเศส มีหอรระฆังสอง

หอตั้งอยู่ในจัตุรัสติดกับไปรษณีย์กลาง ตัวโบสถ์สร้างแบบโคโลเนียลตั้งแต่ปี ค.ศ. 1877 มีรูปปั้นพระแม่มารีย์ตั้งเด่นอยู่หน้าโบสถ์หันไปทางถนนดงเค๋ย ปัจจุบันกลายเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของเมืองไซ่ง่อน ภายในมีโครงสร้างเสาไม้ขนาดใหญ่ที่สูงจรดเพดาน การประกอบพิธีมิชซาในวิหารนี้จะมีทั้งภาษาเวียดนามและอังกฤษ



พิพิธภัณฑ์อนุสรณ์สงคราม

ยาดรงเป๋ยโตยอ๊กเจียนตรันห์ (Nha Trung Bay Toi Ac Chien Tranh) หรือ พิพิธภัณฑ์อนุสรณ์สงคราม ตั้งอยู่ที่ซึ่งเดิมเป็นสำนักข่าวสารอเมริกันบนถนนโววันตัน อยู่ติดด้านตะวันตกของท่าเทียบรวมชาติ จัดแสดงสิ่งของต่าง ๆ เกี่ยวกับการสงคราม เช่น รถถังอเมริกัน อาวุธยุทโธปกรณ์ กิโยติน เครื่องประหารของฝรั่งเศส ซึ่งนำเข้ามาตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 จุดเด่นของพิพิธภัณฑ์นี้คือการจัดแสดงภาพถ่าย เนื่องจากรัฐบาลเวียดนามเห็นว่าภาพถ่ายสามารถบอกความโหดร้ายที่สหรัฐอเมริกากระทำต่อชาวเวียดนามได้ หลายภาพเป็นภาพเด็กเวียดนามพิการซึ่งเกิดจากการได้รับสารพิษจากฝิ่นเหลือง และภาพเกี่ยวกับความสูญเสียต่างๆที่เกิดขึ้นจากสงคราม ภายนอกอาคารจัดแสดงภาพมีอาคารเก่าซึ่งสหรัฐอเมริกาเคยใช้เป็นคุกขังผู้ต้องสงสัยว่าทำงานให้กับฝ่ายคอมมิวนิสต์ ในอาคารนี้จะมีการจัดแสดงเครื่องมือที่ใช้ทรมานนักโทษ วิธีการทรมาน รูปแบบต่างๆ และของใช้ของนักโทษในสมัยนั้น

เวียนบัวตางแก๊กหม่าง (พิพิธภัณฑ์ปฏิวัติ) อยู่ทางตะวันออกของท่าเทียบรวมชาติบนถนนหลีตูตรอง (Ly Tu Trong) เป็นอาคารแบบนีโอคลาสสิกสีขาว เดิมเรียกพระราชวังยาหลง สร้างในปีค.ศ 1866 บูรณะซ่อมแซมครั้งล่าสุดในปี ค.ศ 1998 จัดแสดงภาพสงครามและยุทโธปกรณ์ เช่น เรือฟองเบนที่กองกำลังเวียดนามใช้ซ่อนปืน นอกจากนี้มีบังเกอร์คอนกรีตเชื่อมโยงต่อกันทอดไปสู่ใต้ตึกท่าเทียบรวมชาติ บังเกอร์ใต้ดินเหล่านี้เป็นที่พำนักและห้องประชุมด้วย



ตลาดเบน แงห์ (Ben Thanh)



ร้านขายดอกไม้ และอาหารแห้งในตลาด

ตลาดเบน แงห์ (Ben Thanh) เป็นตลาดกลางแจ้งที่เกิดขึ้นเมื่อปี ค.ศ.1914 โดยมีหอนาฬิกาอยู่ด้านบน ปัจจุบันเป็นที่รวมของสินค้าทุกประเภท นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อสินค้าพื้นเมืองประเภทงานฝีมือของเก่า กาแฟ และของที่ระลึกได้อย่างหลากหลาย โดยสามารถต่อรองราคาได้ตามความพอใจ ตอนกลางคืนบริเวณรอบๆตลาดนี้จะมีร้านอาหารอยู่หลายร้าน และถนนแถบนี้ก็เป็นย่านการซื้อของที่ระลึกด้วยเช่นกัน



อุโมงค์กู๋จี (Cu Chi)

อุโมงค์กู๋จี (Cu Chi) ตั้งอยู่ทางตะวันตกเฉียงเหนือของโฮจิมินห์ อยู่ห่างจากโฮจิมินห์ประมาณ 65 กิโลเมตร อุโมงค์กู๋จีมีเครือข่ายอุโมงค์ใต้ดินยาวถึง 200 กิโลเมตร ลึกลงไปสามระดับ กองกำลังเวียดนามทำให้อุโมงค์นี้เมื่อมีการสู้รบกับฝรั่งเศสในปี ค.ศ 1940 ต่อมาใช้เป็นที่หลบซ่อนตัวของกองกำลังคอมมิวนิสต์ซึ่งพำนักอยู่ในอุโมงค์เป็นเดือนๆ โดยอาศัยหัวเผือก หัวมันประทังชีวิตพร้อมกับหายใจทางระบบระบายอากาศที่ทำขึ้นเองอย่างชาญฉลาด ภายในอุโมงค์ประกอบไปด้วยห้องนอน ห้องบัญชาการ ห้องประชุม สนามฝึกทหาร ในปัจจุบันอุโมงค์แห่งนี้เปิดให้เข้าชมบางส่วน โดยแบ่งการจัดแสดงออกเป็น 2 ส่วน คือ ถานจัดแสดงกลางแจ้ง จัดแสดงที่พัก วิถีชีวิต กับดัก และเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆของฝ่ายคอมมิวนิสต์ในขณะที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้าน ส่วนที่สอง เป็นการจัดแสดงในอุโมงค์ใต้ดิน ซึ่งจะแบ่งเป็นห้องต่างๆ เช่น ห้องรักษาพยาบาล ห้องพัก ห้องครัว เป็นต้น

ภาคผนวก ข

ภูมิหลังสถานที่ท่องเที่ยวของ

ประเทศไทย

1. ภูมิหลังของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.1 สถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่ หรือเวียงพิงค์ ก่อตั้งโดยพญามังรายมหาราชปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์มังรายเมื่อ ค.ศ. 1296 ราชวงศ์นี้ได้ปกครองนครเชียงใหม่ต่อมาอีก 200 ปี เมืองนี้จึงตกเป็นเมืองขึ้นของพม่าในปี ค.ศ. 1558 ต่อมาในปี ค.ศ. 1774 พระเจ้าตากสินมหาราชมาขับไล่พม่าจนพ่ายแพ้ไป เชียงใหม่จึงรวมเข้าในอาณาจักรสยามนับแต่นั้นมา ต่อมาในสมัยพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก เชียงใหม่มีฐานะเป็นเมืองประเทศราช และเมื่อมีการปรับปรุงการปกครองส่วนภูมิภาคในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เชียงใหม่ได้เปลี่ยนฐานะเป็นมณฑลพายัพ และ เป็นจังหวัดในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว

จากประวัติศาสตร์ของนครเชียงใหม่ ทำให้จังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันเป็นเมืองที่ใหญ่ และเป็นหนึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย ซึ่งมีความสำคัญมากที่สุดภาคเหนือ สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปกรรมและประวัติศาสตร์ เช่น วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร เวียงกุมกาม อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย เป็นต้น นอกจากนี้ เชียงใหม่ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ดอยอินทนนท์ เป็นต้น



วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร ถนนสามล้าน ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง พญาผายุกษัตริย์องค์ที่ 5 ในราชวงศ์มังรายโปรดเกล้าฯ ให้สร้างวัดนี้ขึ้น ในค.ศ. 1345 พร้อมทั้งสร้างพระเจดีย์สูง 24 ศอกองค์หนึ่ง เพื่อใช้เป็นที่บรรจุอัฐิของพญาคำฟู พระราชบิดา มีพระพุทธรูปที่สำคัญอยู่องค์หนึ่งคือพระพุทธรูปปางมารวิชัยขัดสมาธิเพชร ตามประวัติเล่าว่าเจ้ามหาพรหมได้เชิญพระสิงห์มาจากเมืองกำแพงเพชรเพื่อถวายแด่พระเจ้าแสนเมืองมา แต่พอราชรถมาถึงวัดมีเหตุให้ต้องอัญเชิญประดิษฐานไว้ที่นี่เมื่อถึงเทศกาลสงกรานต์ชาวเมืองจะอัญเชิญพระพุทธรูปองค์นี้แห่ไปตามถนนรอบเมืองเพื่อให้ประชาชนสรงน้ำโดยทั่วกัน ในวิหารลายคำซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปสิงห์ยังมีจิตรกรรมฝาผนังเรื่องสุพรรณหงส์ และสังข์ทองซึ่งพบเพียงที่นี่แห่งเดียว ยังมีศิลปกรรมอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ได้แก่ พระอุโบสถตกแต่งแบบศิลปะล้านนา หอไตรประดับด้วยรูปปูนปั้นเทวดา และเจดีย์ทรงกลมแบบล้านนา



วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร

วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร ถนนพระปกเกล้า วัดนี้ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่พอดี ประดิษฐานเจดีย์ใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ สร้างขึ้นในรัชกาลพระเจ้าแสนเมืองมากษัตริย์องค์ที่ 7 แห่งราชวงศ์มังราย (ค.ศ.1370-1411) ต่อมาพระยาติโลกราชโปรดให้ช่างขยายเจดีย์ให้สูงและกว้างกว่าเดิม แล้วเสร็จเมื่อ ค.ศ. 1481 และอัญเชิญพระแก้วมรกตมาประดิษฐานระหว่าง ค.ศ.1468-1548 นานถึง 80 ปี ต่อมาในสมัยพระนางจิระประภา ได้เกิดแผ่นดินไหวเมื่อ ค.ศ. 1545 ทำให้ยอดเจดีย์หักโค่นลง ปัจจุบันเจดีย์มีความสูงคงเหลือ 40.8 เมตร ฐานกว้างด้านละ 60 เมตร วิหารหลวงของวัดนี้เจ้าคุณอุบาลีคุณปรมาจารย์ (สิริจันทะเถระ) และเจ้าแก้วนารัฐเป็นผู้สร้างขึ้นใน ค.ศ.1928 หน้าประตูทางเข้าวิหาร มีบันไดนาคเลื้อยงดงามยิ่ง ใช้หางเกี่ยวกระหวัดขึ้นไปเป็นซุ้มประตูวิหาร นาคคู่นี้เป็นฝีมือเก่าแก่ที่มีมาตั้งแต่เดิมได้ชื่อว่าเป็นนาคที่สวยงามที่สุดของภาคเหนือ นอกจากนั้นในวัดเจดีย์หลวงนี้ยังมี *เสาอินทขิล* หรือ *เสาหลักเมือง* สร้างขึ้นเมื่อครั้งพ่อขุนเม็งรายมหาราชสร้างเมืองเชียงใหม่ เมื่อ ค.ศ. 1296 ประดิษฐานอยู่ในวิหารจตุรमुखทรงไทยหลังเล็ก ๆ เสาอินทขิลนี้สร้างด้วยไม้ซุงต้นใหญ่ ฝังอยู่ใต้ดิน ทุกปีในวันแรม 12 ค่ำเดือน 8 (เหนือ) หรือประมาณเดือนพฤษภาคมจะมีงานเรียกว่า *เข้าอินทขิล* เป็นการฉลองหลักเมือง



เวียงกุมกาม

เวียงกุมกาม เป็นเมืองโบราณที่พญามังราย (พ่อขุนเม็งราย) ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1286 มีคูเวียงอยู่ 4 ด้านเพื่อไขแม่น้ำปิงให้ขังไว้ในคูเมือง จากการสำรวจพบว่ามีโบราณสถานที่ปรากฏอยู่ในเวียงกุมกาม และใกล้เคียง 20 แห่ง ทั้งที่เป็นซากโบราณสถาน และเป็นวัดที่มีพระสงฆ์จำวัดอยู่ โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ วัดเจดีย์เหลี่ยม วัดช้างค้ำ วัดน้อย วัดปู่เปี้ย วัดกู่ขาว วัดอีค้าง วัดหัวหนอง และ วัดปู่ซ้ง

อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย ตั้งอยู่ตรงทางขึ้นดอยสุเทพ ก่อนถึงน้ำตกห้วยแก้ว ครูบาศรีวิชัยเป็นนักบุญแห่งล้านนาไทยผู้เป็นที่เคารพศรัทธาของชาวเชียงใหม่และประชาชนโดยทั่วไป ผู้ที่จะขึ้นไปดอยสุเทพมักจะแวะนมัสการอนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัยเพื่อความเป็นสิริมงคล ครูบาศรีวิชัยเป็นผู้ริเริ่มชักชวนให้ประชาชนชาวเหนือร่วมแรงร่วมใจกันสร้างถนนจากเชิงดอยขึ้นไปสู่วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพ โดยเริ่มลงมือ เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน ค.ศ. 1934 และแล้วเสร็จเมื่อ ค.ศ. 1935 รวมระยะทาง 10 กิโลเมตร



วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร

วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร เดินทางตามถนนห้วยแก้ว ผ่านอนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย ไปตามทางคดเคี้ยวขึ้นเขา ระหว่างทางจะมองเห็นตัวเมืองเชียงใหม่อยู่เบื้องล่าง ระยะทางจากเชิงคอยถึงวัดประมาณ 11 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณครึ่งชั่วโมง วัดพระธาตุดอยสุเทพนี้เป็นปูชนียสถานคู่เมืองเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวซึ่งเดินทางมาจากจังหวัดนี้จะต้องขึ้นไปนมัสการพระบรมธาตุกันทุกคน หากใครไม่ได้ขึ้นไปนมัสการแล้ว ถือเสมือนว่ายังไม่ถึงเชียงใหม่ มีงานประเพณีสงกรานต์น้ำพระธาตุในวันเพ็ญวิสาขบูชาทุกปี



อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย

อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย มีพื้นที่ประมาณ ๒๖๒.๕๐ ตารางกิโลเมตร หรือ ๑๖๓,๑๖๒.๕๐ ไร่ ครอบคลุมพื้นที่อำเภอแม่ริม อำเภอหางดง และอำเภอเมือง สถานที่ที่น่าสนใจได้แก่ หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง (แม้ว) ดอยปุย บริเวณรอบ ๆ หมู่บ้านมีทิวทัศน์ที่สวยงามอย่างยิ่งและยังสามารถมองเห็นดอยอินทนนท์ เบื้องหน้าได้อย่างชัดเจนอีกด้วย นักท่องเที่ยวสามารถไปเยี่ยมชมได้สะดวกเพราะอยู่ใกล้ตัวเมือง โดยใช้เวลา

ในการเดินทางจากตัวเมืองประมาณ ๑ ชั่วโมงเท่านั้น ภายในหมู่บ้านมีร้านขายของที่ระลึกซึ่งมีทั้งผลิตภายในหมู่บ้านและนำมาจากที่อื่นวางขายให้นักท่องเที่ยวด้วย



อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์

อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ แต่เดิมดอยอินทนนท์มีชื่อว่า “ดอยหลวง” หรือ “ดอยอ่างกา” ดอยหลวง หมายถึงภูเขาที่มีขนาดใหญ่ ส่วนที่เรียกว่าดอยอ่างกานั้น มีเรื่องเล่าว่า ห่างจากดอยอินทนนท์ไปทางทิศตะวันตก ๓๐๐ เมตร มีหนองน้ำอยู่แห่งหนึ่งลักษณะเหมือนอ่างน้ำ แต่ก่อนนี้มีฝูงกาไปเล่นน้ำกันมากมาย จึงเรียกว่า อ่างกา ต่อมาจึงรวมเรียกว่า ดอยอ่างกา ดอยอินทนนท์นี้เป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาหิมาลัยซึ่งพาดผ่านจากประเทศเนปาล ภูฐาน พม่า และมาสิ้นสุดที่นี่ สิ่งที่น่าสนใจของดอยนี้ไม่เพียงแต่เป็นยอดดอยที่สูงที่สุดในประเทศเท่านั้น แต่สภาพภูมิประเทศและสภาพป่าที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นป่าดงดิบ ป่าสน ป่าเบญจพรรณ และอากาศที่หนาวเย็นตลอดทั้งปีโดยเฉพาะในฤดูหนาวจะมีหมอกปกคลุมเกือบทั้งวันและบางครั้งน้ำค้างยังกลายเป็นน้ำค้างแข็ง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นเสน่ห์ดึงดูดให้มีผู้มาเยือนที่น้อยอย่างไม่ขาดสาย

1.2 สถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นราชธานีเก่าแก่ของสยามประเทศ มาเป็นเวลา 417 ปี ราชวงศ์ที่ปกครองอยุธยาประกอบด้วย ราชวงศ์อู่ทอง ราชวงศ์สุพรรณภูมิ ราชวงศ์สุโขทัย ราชวงศ์ปราสาททองและราชวงศ์บ้านพลูหลวง มีกษัตริย์ปกครองทั้งสิ้น 33 พระองค์ โดยมีปฐมกษัตริย์ คือ สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) พระนครศรีอยุธยาจึงนับเป็นราชธานีที่มีอายุยาวนานที่สุดในประวัติศาสตร์ของชาติไทย ตลอดระยะเวลาที่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีแห่งราชอาณาจักรไทย มิได้เป็นเพียงช่วงแห่งความเจริญสูงสุดของชนชาติไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างสรรค์อารยธรรมของหมู่วมลมนุษยชาติซึ่งเป็นที่ประจักษ์แก่นานอารยประเทศอีกด้วย แม้ว่ากรุงศรีอยุธยาจะถูกทำลายเสียหายจากสงครามกับประเทศเพื่อนบ้าน

หรือจากการบุกรุกที่ดินของพวกเราตนเอง แต่สิ่งที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบันนี้ยังมีร่องรอยหลักฐานซึ่งแสดงอัจฉริยภาพและความสามารถอันยิ่งใหญ่ของบรรพบุรุษแห่งราชอาณาจักรผู้อุทิศตนสร้างสรรค์ความเจริญรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรม และความมั่งคั่งไว้ให้แก่ผืนแผ่นดินไทย หรือแม้แต่ชาวโลกทั้งมวล จึงเป็นที่ยืนยันได้ว่า องค์การยูเนสโก โดยคณะกรรมการมรดกโลกได้มีมติรับนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีอาณาเขตครอบคลุมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1976 ไว้ในบัญชีมรดกโลก เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม ค.ศ. 1991 ณ กรุงคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย พร้อมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย-อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร โดยจะมีผลให้ได้รับความคุ้มครองตามอนุสัญญาที่ประเทศต่างๆ ได้ทำร่วมกัน จึงสมควรที่อนุชนรุ่นหลังจะได้ไปศึกษาเยี่ยมชมเมืองหลวงเก่าแห่งนี้

สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นโบราณสถาน ได้แก่ วัด และ พระราชวัง ได้แก่ พระราชวังบางปะอิน ในเขตอำเภอบางปะอิน ส่วนวัดที่สำคัญ ได้แก่ วิหารพระมงคลบพิตร วัดธรรมิกราช วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดพุทไธสวรรย์ วัดใหญ่ชัยมงคล เป็นต้น



วิหารพระมงคลบพิตร

วิหารพระมงคลบพิตรตั้งอยู่ทางทิศใต้ของวัดพระศรีสรรเพชญ์สร้างขึ้นในสมัยพระไชยราชาธิราช เดิมอยู่ทางทิศตะวันออกนอกพระราชวังหลวงภายในประดิษฐานพระมงคลบพิตร หรือ “หลวงพ่อมงคลบพิตร” พระคู่บ้านคู่เมืองอยุธยา เป็นพระพุทธรูปปั้นบุสำริดปางมารวิชัยขนาดใหญ่ลงรักปิดทองก่ออิฐเป็นแกนหน้าตักกว้าง 4 วาเศษ วิหารมงคลบพิตรถูกเผาทำลายในคราวเสียกรุงศรีอยุธยา ปี ค.ศ. 1767 ในสมัยรัชกาลที่ 5 พระยาโบราณราชธานินทร์สมุหเทศาภิบาลมณฑลกรุงเก่าได้ทำการบูรณะต่อพระกรขวา

และพระเม้าพิ ปัจจุบันองค์พระมงคลบพิตรได้รับการบูรณะปิดทองสวยงาม จึงนับได้ว่าพระมงคลบพิตร เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิริมงคลที่สำคัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัดธรรมิกราช ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันตกของพระราชวังหลวง สร้างขึ้นในระยะก่อนสถาปนากรุงศรีอยุธยาโดยพระยาธรรมิกราชพระราชโอรสพระเจ้าสายน้ำผึ้ง วัดนี้มีความโดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรมสมัยต้นกรุงศรีอยุธยา โดยเฉพาะพระเจดีย์ประธานทรงลังกาที่มีรูปพญานาค 7 เศียรแผ่พังพาน ภายในวัดยังมีวิหารขนาดใหญ่เคยเป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปสำริดขนาดใหญ่ แต่ถูกเผาทำลายเหลือเพียงพระเศียร พระพุทธรูปสำริดองค์นี้ถือเป็นเอกลักษณ์ของศิลปะอุททอง นอกจากนี้ วัดธรรมิกราชมีวิหารหลังเล็กๆ ที่ประดิษฐานพระพุทธรูปไสยาสน์องค์ใหญ่ ในลักษณะนอนขวางเกือบเต็มวิหาร



วัดพนัญเชิงวรวิหาร

วัดพนัญเชิงวรวิหาร เป็นวัดมหานิกายตั้งอยู่ริมแม่น้ำป่าสัก ตรงข้ามเกาะเมืองทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญในวัดนี้คือ “พระเจ้าพนัญเชิง” หรือ “หลวงพ่อดโต” เป็นที่เคารพสักการะของชาวไทยและชาวจีนที่เชื่อถือในเรื่องโชคลาภ และความร่ำรวยจากการค้าแต่สมัยโบราณ ในตำนาน “ชาปอสูกกง” สมัยรัชกาลที่ 4 ได้โปรดให้มีการบูรณะซ่อมแซมวิหารและองค์พระครั้งใหญ่ ทรงพระราชทานนามหลวงพ่อดโตว่า “พระพุทธรูปไตรรัตนนายก”



วัดพุทไธสวรรย์

วัดพุทไธสวรรย์ ตั้งอยู่ตรงข้ามเกาะเมืองริมแม่น้ำเจ้าพระยาทางทิศใต้ เดินทางโดยรถยนต์ผ่านวัดไชยวัฒนารามทางทิศตะวันตกก้อ้อมลงมาทางทิศใต้ จะเห็นพระปรางค์สีขาว วัดพุทไธสวรรย์ สร้างขึ้นก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญ คือ องค์พระประธานของวัด คือ “หลวงพ่อดำ” นอกจากนี้ยังมีกุฏิสมัยอยุธยาตอนปลายของสมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์



วัดใหญ่ชัยมงคล

วัดใหญ่ชัยมงคล ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของเกาะเมือง สัญลักษณ์ที่เด่นชัดมองเห็น คือ พระเจดีย์สูงใหญ่เดิมชื่อป่าแก้ว-วัดพระยาไท-วัดเจ้าแก้ว-เจ้าไท เชื่อกันว่าเจดีย์ใหญ่ปฏิสังขรณ์ ขึ้นใหม่ในสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เพื่อเฉลิมพระเกียรติยศในชัยชนะ และอุทิศส่วนกุศลภายหลังจากสงครามกับพระมหาอุปราชา สิ่งศักดิ์สิทธิ์และการนมัสการที่สำคัญภายในวัด คือ องค์พระประธาน “พระพุทธชัยมงคล” ภายในโบสถ์ของวัดมีรูปเขียนจิตรกรรมสมัยใหม่ ภาพพุทธหัตถิ์ สวยงาม นอกจากนี้ยังมีวิหารพระนอนไสยาสน์ “อิสิริวงค์” ศาลพระรูปสำริดนเรศร และสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่น อีกมาก



วัดหน้าพระเมรุ

วัดหน้าพระเมรุ ตั้งอยู่ริมคลองสระบัวตรงข้ามกับพระราชวังหลวงชื่อเดิมว่า วัดหน้าพระเมรุราชิการาม สร้างขึ้นในสมัยต้นกรุงศรีอยุธยา เป็นวัดเดียวที่ไม่ถูกทำลายในคราวเสียกรุง ได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์ในสมัยรัตนโกสินทร์ พระประธานในพระอุโบสถนามว่า “พระพุทธรูปนิมิตร์พิชิตมารโมลีศรีสรรเพชญบรมไตรโลกนาถ” เป็นพระพุทธรูปทรงเครื่องใหญ่หล่อสำริดปางมารวิชัยศิลปะแบบปราสาททอง



วัดไชยวัฒนาราม

วัดไชยวัฒนาราม ได้สร้างขึ้นในปี ค.ศ.1630 โดยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง พระองค์ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นบนที่ที่เป็นบ้านเดิมของพระองค์เพื่ออุทิศพระราชกุศลถวายพระราชมารดา แต่ สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพทรงสันนิษฐานว่าวัดนี้สร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์แห่งชัยชนะเหนือกรุงละแวก(พนมเปญ) โดยจำลองแบบมาจากปราสาทนครวัด มีปรางค์ประธานและปรางค์มุมอยู่บนฐานเดียวกัน พระปรางค์ประธานนำรูปแบบของพระปรางค์สมัยอยุธยาตอนต้นมาก่อสร้าง แต่ปรางค์ประธานที่วัดไชยวัฒนารามทำมุขทิศยื่นออกมามากกว่า รอบพระปรางค์ใหญ่ล้อมรอบไปด้วยระเบียงคตที่เดิมนั้นมีหลังคา ภายในระเบียงคตประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นปางมารวิชัยที่เคยลงรักปิดทองจำนวน 120 องค์



พระราชวังบางปะอิน



พระราชวังบางปะอิน ตั้งอยู่ในตำบลบ้านเลน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ห่างจากเกาะเมืองลงมาทางทิศใต้ประมาณ 18 กิโลเมตร เป็นพระราชวังโบราณตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา สร้างขึ้นโดยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง เมื่อครั้งเสียกรุงแก่พม่าครั้งที่สอง พระราชวังบางปะอินถูกปล่อยทิ้งร้างมาระยะหนึ่ง เริ่มการบูรณะพระราชวังขึ้นอีกครั้งในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้บูรณะครั้งใหญ่ โดยสร้างพระที่นั่ง พระตำหนักต่างๆ ขึ้นมากมายเพื่อใช้เป็นที่พักประทับ รับรองพระราชอาคันตุกะ และพระราชทานเลี้ยงในโอกาสต่างๆ ปัจจุบันพระราชวังบางปะอินอยู่ในความดูแลของสำนักพระราชวัง และยังใช้เป็นสถานที่แปรพระราชฐานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์

1.3 สถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครมีฐานะเป็นเมืองหลวงและเมืองศูนย์กลางความเจริญของประเทศไทย คือ เป็นทั้งศูนย์กลางการบริหารราชการแผ่นดิน การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ และการสื่อสาร ฯลฯ เช่นเดียวกับนครหลวงของประเทศอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตามกรุงเทพมหานคร ก็ยังคงมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และ วัฒนธรรมมากมายหลายแห่งด้วยกัน เช่น วัดอรุณราชวราราม วัดสระเกศ (ภูเขาทอง) วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และเสาชิงช้า เป็นต้น



วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือ วัดพระแก้ว เป็นพระอารามหลวง ตั้งอยู่ตรงมุมด้านตะวันออกเฉียงเหนือของพระบรมมหาราชวัง เป็นที่ประดิษฐานพระมหามณีรัตนปฏิมากร (พระแก้วมรกต) และใช้เป็นที่ประกอบพระราชพิธีทางศาสนาที่สำคัญ วัดพระแก้วสร้างแล้วเสร็จในปี ค.ศ. 1784 และได้รับการบูรณะปฏิสังขรณ์มาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1-9 ตลอดทุกรัชกาล ภายในพระอุโบสถและระเบียงรอบวัดมีภาพจิตรกรรมฝาผนังสวยงามมาก สิ่งที่น่าสนใจอื่นๆ ภายในวัดได้แก่ พระปรางค์ 8 องค์ พระศรีรัตนเจดีย์ ปราสาทนครวัดจำลอง ปราสาทพระเทพบิดร ฯลฯ ศาลาเครื่องราชอิสริยยศ และเหรียญกษาปณ์ ตั้งอยู่ภายในบริเวณพระบรมมหาราชวังด้านขวามือก่อนถึงทางเข้าพระราชวังส่วนใน จัดแสดงเหรียญกษาปณ์ และเงินตราที่ใช้ในประเทศไทยรวมทั้งเครื่องราชอิสริยาภรณ์ของสำนักฝ่ายใน



วัดอรุณราชวราราม

วัดอรุณราชวราราม ตั้งอยู่ที่ถนนอรุณอมรินทร์ ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี ตรงข้ามกับวัดโพธิ์ ข้ามเรือได้ที่ทำเตียน เป็นวัดที่มีมาตั้งแต่ครั้งสมัยกรุงศรีอยุธยา เดิมชื่อว่า “วัดแจ้ง” ต่อมาเมื่อพระเจ้ากรุงธนบุรีย้าย ราชธานีจากกรุงศรีอยุธยามาตั้ง ณ กรุงธนบุรี ได้โปรดเกล้าฯ ให้กำหนดเอาวัดแจ้งเป็นวัดในเขตพระราชฐานใช้เป็นที่พักประคิษฐานพระแก้วมรกตที่ได้ัญเชิญมาจากเวียงจันทน์ วัดนี้ได้รับการบูรณะปฏิสังขรณ์ครั้งใหญ่ในสมัยรัชกาลที่ 2 จึงถือเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 2 เมื่อบูรณะเสร็จแล้วได้พระราชทานนามว่า “วัดอรุณราชธาราม” ในสมัยรัชกาลที่ 3 มีการก่อสร้างพระปรางค์องค์ใหญ่ซึ่งมีความสูง 82 เมตร กว้าง 234 เมตร แต่มาเสร็จสมบูรณ์ในสมัยรัชกาลที่ 4 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น “วัดอรุณราชวราราม”



วัดสระเกศ (ภูเขาทอง)

วัดสระเกศ (ภูเขาทอง)อยู่นอกกำแพงเมือง ริมคลองมหานาค ตรงที่บรรจบกับคลองบางลำพู เดิมเป็นวัดเก่าชื่อว่า "วัดสะแก" ได้รับการสถาปนาขึ้นใหม่ทั้งพระอารามในสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก และพระราชทานนามว่า "วัดสระเกศ" ส่วนเจดีย์ภูเขาทองนั้นเริ่มสร้างในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยทรงเลียนแบบมาจากภูเขาทองในสมัยกรุงศรีอยุธยาแล้วเสร็จในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้รับพระราชทานนามว่า "สุวรรณบรรพต" มีความสูง 77 เมตร บนยอดสุวรรณบรรพตเป็นที่ตั้งของพระเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุที่ขุดค้นพบที่เมืองกบิลพัสดุ์ และพิสูจน์ได้ว่าเป็นของพระสมณโคดมซึ่งเป็นส่วนแบ่งของพระราชวงศ์ศากยราชเพราะมีคำจารึกอยู่ พระองค์เจ้าปฤษฎางค์ขณะนั้นกำลังทรงผนวชอยู่ที่ประเทศอินเดีย ได้ส่งพระบรมสารีริกธาตุเข้ามาถวายในฐานะที่พระมหากษัตริย์ไทยทรงเป็นกษัตริย์เพียงพระองค์เดียวที่เป็นพุทธมามกะอยู่ในขณะนั้น



เสาชิงช้า

เสาชิงช้า ตั้งอยู่หน้าวัดสุทัศนเทพวราราม บนถนนบำรุงเมือง เขตพระนคร เสาชิงช้าถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1784 และถือเป็นโบราณสถานของชาติตั้งแต่ปี ค.ศ.1949 เป็นเสาชิงช้าขนาดใหญ่ มีสีแดงชาด มีส่วนสูงประมาณ 21 เมตร เนื่องจากเสาชิงช้ามีอายุการใช้งานมานานและสภาพชำรุดมาก จึงได้ทำการบูรณะปฏิสังขรณ์เสาชิงช้าใหม่โดยใช้ไม้สักทองที่มีลำต้นขนาดใหญ่เคียงเสาชิงช้าเดิมจำนวน 6 ต้นจากจังหวัดแพร่และดำเนินการแล้วเสร็จในปีค.ศ.2006 ในสมัยรัชกาลที่ 1 เมื่อสร้างกรุงเทพฯ เสร็จแล้วได้โปรดให้มีการสร้างโบสถ์พราหมณ์ และเสาชิงช้า บริเวณริมถนนบำรุงเมือง ทางจะเลี้ยวไปถนนดินสอ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1784 และต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้ย้ายมาตั้งที่ถนนบำรุงเมืองในตำแหน่งนี้จนถึงปัจจุบัน ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 6 บริษัท หลุยส์ ที.เลียวโนเวนส์ ซึ่งเป็นบริษัทค้าไม้ได้อุทิศซุงไม้สักเพื่อสร้างเสาชิงช้าใหม่ เมื่อวันที่ 12 เมษายน ค.ศ. 1920 และ มีการซ่อมใหม่ เมื่อ ค.ศ. 1959 และมีการเปลี่ยนเสาใหม่โดยคงไว้ในลักษณะเดิมในปี ค.ศ. 1970 จากนั้นก็ยังได้รับการซ่อมแซมบูรณะอีกหลายครั้ง จนกระทั่งปี ค.ศ. 2005 เสาส่วนกลางมีความชำรุดมากและเนื่องด้วยเสาชิงช้าเป็นโบราณสถานของกรมศิลปากร ทางกรุงเทพมหานครฯ จึงได้ทำหนังสือขออนุญาตกรมศิลปากร เพื่อดำเนินการเปลี่ยนเสาใหม่ทั้งหมด ดังที่เห็นในปัจจุบัน และในอดีตเสาชิงช้านี้เคยใช้ประกอบพิธีตรียัมปวาย หรือพิธีโล้ชิงช้าในศาสนาพราหมณ์ เพื่อเป็นการแสดงถึงการต้อนรับพระอิศวรในการเสด็จลงสู่โลกมนุษย์ในเดือนยี่ของทุกปี แต่ต่อมาพระราชพิธีนี้ได้ถูกยกเลิกในสมัยรัชกาลที่ 7 ปี ค.ศ. 1935

1.4 สถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต



ภูเก็ตได้ชื่อว่าเป็นไข่มุกแห่งอันดามัน เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกในด้านความสวยงามของทิวทัศน์ และ หาดทราย น้ำทะเลสีฟ้าใส พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวครบครัน แหล่งท่องเที่ยวของภูเก็ตที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดฉลอง วัดพระนางสร้าง หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน แหลมพรหมเทพ เป็นต้น

วัดฉลอง หรือ วัดไชยธาราราม อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 8 กิโลเมตร ออกจากตัวเมืองไปตามทางหลวงหมายเลข 4021 ผ่านสามแยกบริเวณสนามกีฬาสุรกุล เลี้ยวซ้ายไปทางห้าแยกฉลอง วัดฉลองจะอยู่ทางซ้ายมือก่อนถึงห้าแยกฉลองประมาณ 4 กิโลเมตร เป็นวัดที่มีชื่อเสียงของภูเก็ต มีรูปหล่อของหลวงพ่อแช่ม และหลวงพ่อช่วง ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของชาวภูเก็ต

วัดพระนางสร้าง อยู่ห่างจากตัวเมือง 20 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางถนนเทพกษัตรี ถึงสี่แยกอำเภอถลาง ตั้งอยู่ทางด้านซ้ายเป็นวัดที่เก่าแก่ และเป็นแหล่งประวัติศาสตร์เมืองถลางที่สำคัญแห่งหนึ่ง เพราะเคยเป็นค่ายสู้รบกับพม่า เมื่อปี พ.ศ. 2328 นอกจากนี้ภายในอุโบสถก็ยังเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปดินเผาที่เก่าแก่ 3 องค์ เรียกว่า “พระในพุง” หรือ “พระสามกษัตริย์”



หาดป่าตอง

หาดป่าตอง ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 15 กิโลเมตร ตามเส้นทางถนนวิชิตสงคราม หรือ ทางหลวงหมายเลข 4020 ไป 9 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 4029 ไปอีก 6 กิโลเมตร เป็นอ่าวที่มีความโค้งมาก หาดทรายงดงามเป็นแนวยาว 9 กิโลเมตร น้ำทะเลใสสะอาด เหมาะแก่การเล่นน้ำ บริเวณหาดมีที่พัก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์การค้า แหล่งบันเทิง บริการนักท่องเที่ยวอย่างครบ

หาดกะตะ อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ต 17 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางถนนเจ้าฟ้าถึงห้าแยกฉลองเลี้ยวขวาไปตามถนนหมายเลข 4028 หาดกะตะแบ่งออกเป็น 2 หาดคือ หาดกะตะใหญ่ กับหาดกะตะน้อย เป็นหาดที่เหมาะสมสำหรับการเล่นน้ำและใช้เป็นที่ฝึกดำน้ำ เนื่องจากมีแนวปะการังติดต่อกันไปจนถึงเกาะปูซึ่งอยู่ด้านหน้าหาดกะตะ บริเวณชายหาดมีบ้านพัก บริษัทนำเที่ยว ร้านค้า แหล่งบันเทิง ไว้



หาดกะรน อยู่ถัดจากหาดกะตะไปทางเหนือ มีเพียงเนินเขาเตี้ย ๆ คั่นอยู่เท่านั้น แต่ถ้าจะไปที่กลางหาดกะรนและหมู่บ้านกะรน มีถนนแยกจากหาดกะตะไปอีกประมาณ 3 กิโลเมตร อ่าวกะรนใหญ่กว่าอ่าวกะ

ตะ มีชายหาดยาวเหยียด เนื้อชายหาดเป็นเนินทรายสูงๆ ต่ำๆ มีสนทะเลต้นใหญ่ๆ และต้นตาลขึ้นเรียงราย อยู่โดยทั่วไป หาดทรายที่อ่าวกระนวนขาวสะอาดและละเอียดมาก



แหลมพรหมเทพ

แหลมพรหมเทพ เป็นจุดชมวิวที่สวยงามของภูเก็ต อยู่ห่างจากหาดราไวย์ ประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นแหลมที่อยู่ตอนใต้สุดของเกาะภูเก็ต ชาวบ้านเรียกว่าแหลมเจ้า จากระดับน้ำผามีแนวต้นตาลลาดลงสู่ปลายแหลมที่เป็นโขดหิน สามารถเดินไปจนถึงปลายแหลมได้ มองเห็นน้ำทะเลสีเขียวมรกต และสามารถเห็นเกาะแก้วอยู่ด้านหน้าแหลม ทางขวาจะเห็นแนวหาดทรายของหาดในหาน แหลมพรหมเทพนับเป็นสถานที่ชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามมากแห่งหนึ่ง นอกจากนั้นยังมี “ประภาคารกาญจนาภิเษก แหลมพรหมเทพ” สร้างขึ้นในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี มีขนาดความกว้างที่ฐาน 9 เมตร สูง 50 ฟุต และแสงไฟจากโคมไฟจะมองเห็นไกลถึง 39 กิโลเมตร ใช้เป็นเครื่องหมายในการเดินเรือ เนื่องจากภูเก็ตถือเป็นศูนย์กลางเส้นทางคมนาคมในทะเลอันดามันที่สำคัญ ภายในประภาคารมีการแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับการสร้างประภาคาร การรักษาเวลามาตรฐาน การคำนวณ และแสดงเวลาดวงอาทิตย์ขึ้นและตก เรือหลวงจำลองพร้อมประวัติเรือแต่ละลำ จากบนยอดของประภาคารยังเป็นจุดชมวิวทัศนียภาพแหลมพรหมเทพโดยรอบ



ท่าเรือ และอ่าวในเกาะพีพีดอน

หมู่เกาะพีพี อันที่จริงหมู่เกาะพีพีอยู่ในเขตของจังหวัดกระบี่ แต่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่น้อยที่เดินทางไปยังเกาะพีพีจากท่าเรือของจังหวัดภูเก็ต ในอดีตชาวเลเรียกหมู่เกาะกลางทะเลนี้ว่า “ปูเลา ปิอาปิ” คำว่า “ปูเลา” มีความหมายว่าเกาะ ส่วนคำว่า “ปิอาปิ” คือชื่อเรียกต้นไม้ทะเลชนิดหนึ่งในกลุ่มของแสมซึ่งมีขึ้นอยู่มากในบริเวณเกาะนี้ ต่อมาจึงเพี้ยนเสียงเป็น “ปิปี” และกลายเป็น “พีพี” ในที่สุด หมู่เกาะพีพี เริ่มมีชื่อเสียงอย่างมากต่อสายตาชาวโลกเมื่อภาพยนตร์เรื่อง “The Beach” ใช้อ่าวมาหยาเป็นสถานที่ในการถ่ายทำ หมู่เกาะพีพีประกอบไปด้วย 2 เกาะหลัก คือ พีพีดอน และ พีพีเล เกาะพีพีดอนเป็นเกาะที่คึกคักเนื่องจากเป็นท่าเรือรับนักท่องเที่ยวที่มาถึงเกาะ และมีโรงแรม ร้านอาหารอยู่มากมาย ยอดภูเขาของเกาะนี้เป็นจุดชมทัศนียภาพของเกาะ ส่วนทางเหนือของเกาะบริเวณแหลมตงจะเป็นจุดชมปะการังของเกาะนี้



หน้าผาสูงแถบเกาะพีพีเล

เกาะพีพีเล อ่าวมาหยา ที่เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง “The Beach” เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ในเกาะนี้ ทางตอนใต้ของเกาะเป็นชายหาดเงียบสงบที่เหมือนกับถูกตัดจากโลกภายนอกเนื่องจากถูกโอบ ล้อมด้วยหน้าผาสูงชัน นอกจากนี้เกาะพีพีเลยังมีถ้ำไวคิง หรือ ถ้ำพญานาคอยู่ทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือ ของเกาะ