

บทที่ 2

ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ นั้น จะศึกษาโดยใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีอุปสงค์ อุปสงค์การท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการศึกษาถึงเอกสารหรือผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคประสงค์ที่จะบริโภค ณ ระดับราคาต่าง ๆ ในช่วงเวลาหนึ่งๆ โดยอุปสงค์หรือความต้องการนั้นจะต้องมีอำนาจซื้อและความเต็มใจที่จะจ่าย จนเกิดการซื้อขายขึ้นจริงๆ จึงจะเรียกว่าอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์มีดังต่อไปนี้

1. ระดับราคาสินค้าหรือบริการชนิดนั้น เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการบริโภคสินค้าและบริการชนิดหนึ่งในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ โดยทั่วไป หากระดับราคาสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นก็จะมีผลทำให้ปริมาณความต้องการสินค้าและบริการชนิดนั้นของผู้บริโภคลดลง หรือในทางตรงกันข้าม ถ้าหากระดับราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นลดลงจะทำให้ความต้องการสินค้าและบริการชนิดนั้นของผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้นด้วย

2. ระดับรายได้ของผู้บริโภค เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับรายได้ต่างๆ ของผู้บริโภค โดยมี ลักษณะความสัมพันธ์จะมี 2 แบบคือ

- 2.1 ในกรณีที่ เป็นสินค้าทั่วไป หากผู้บริโภคมีระดับรายได้เพิ่มขึ้นจะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการชนิดนั้นของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นตาม แต่หากผู้บริโภคมีระดับรายได้ลดลงจะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการชนิดนั้นลดลงตามไปด้วย

- 2.2 ในกรณีของสินค้าค้ำชื่อยคุณภาพ หากผู้บริโภคมีระดับรายได้เพิ่มขึ้นจะมีผลทำให้ผู้บริโภคลดปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการที่ค้ำชื่อยคุณภาพนั้น และหันมาเพิ่มการบริโภคสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้นแทน
3. ระดับราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดอื่น โดยมีลักษณะความสัมพันธ์จะมี 2 แบบคือ
- 3.1 ในกรณีที่เป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกัน หากระดับราคาสินค้าหรือบริการชนิดอื่นเพิ่มสูงขึ้นจะมีผลให้ปริมาณการบริโภคสินค้าหรือบริการชนิดนั้นจะลดลง เช่น หากราคาหมูเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้ปริมาณการซื้อไม้จืดไฟลดลงด้วย
- 3.2 ในกรณีที่เป็นสินค้าที่ใช้แทนกัน หากระดับราคาสินค้าหรือบริการชนิดอื่นเพิ่มสูงขึ้นจะมีผลให้ปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการชนิดนั้นเพิ่มขึ้นด้วย เช่น หากราคาเนื้อวัวเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้ปริมาณการบริโภคเนื้อหมูเพิ่มมากขึ้นด้วย
4. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมเป็นอิทธิพลทางด้านจิตใจและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยอื่น ๆ เช่น ปกติผู้บริโภคจะพอใจในการซื้อรถยนต์บีเอ็มดับเบิลยู แต่พอรถโตโยต้ามีการโฆษณาและมีการส่งเสริมการขายและการบริการหลังการขายดีกว่า ผู้บริโภคอาจเปลี่ยนรสนิยมมาใช้รถโตโยต้าได้
5. จำนวนประชากร การเพิ่มขึ้นของประชากรทำให้อุปสงค์ต่อสินค้าบางชนิดสูงขึ้น เช่น หากมีประชากรเกิดหรืออพยพย้ายถิ่นเข้ามาอยู่ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ความต้องการด้านอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัยจะเพิ่มขึ้นเป็นต้น
6. การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคตว่า หากราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในอนาคตจะสูงขึ้นจะส่งผลให้อุปสงค์ต่อสินค้าชนิดนั้นในปัจจุบันจะเพิ่มขึ้นด้วย เช่น ในเดือนต่อไปคาดว่าราคาน้ำมันจะสูงขึ้นเนื่องมาจากภาวะสงคราม ดังนั้นผู้บริโภคจะเพิ่มการบริโภคน้ำมัน โดยกักตุนน้ำมันไว้เพื่อบริโภคมากขึ้น
7. การกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ ระบบเศรษฐกิจที่มีการกระจายรายได้ การบริโภคสินค้าจะอยู่ในระดับเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันมากกว่าระบบเศรษฐกิจที่ไม่กระจายรายได้ ในสังคม ย่อมทำให้การบริโภคสินค้าแตกต่างกัน คือ คนกลุ่มน้อยที่มีรายได้สูงจะบริโภคสินค้า

8. ราคาแพง และปริมาณมากส่วนคนกลุ่มใหญ่ที่มีรายได้ต่ำจะบริโภคสินค้าราคาถูกและปริมาณน้อย เป็นต้น

9. ฤดูกาลและเทศกาล โดยฤดูกาลจะมีผลต่อสินค้าบางประเภท เช่น ฤดูหนาวมีอากาศหนาวเพิ่มขึ้นผู้บริโภคจึงต้องการจะซื้อผ้าห่มมาใช้เพิ่มขึ้นด้วย

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกมากมายที่มีผลทำให้อุปสงค์ต่อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงได้เช่น นโยบายของรัฐบาลในการรณรงค์ให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวต่างๆ เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีผลทำให้อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวในประเทศสูงขึ้น เป็นต้น

2.2 อุปสงค์การท่องเที่ยว

จากทฤษฎีเบื้องต้นว่าด้วยอุปสงค์สามารถจะนำมาประยุกต์ใช้วิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวที่ใดนั้น ปัจจัยต่างๆ จะประกอบด้วยปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน ปัจจัยด้านร้านอาหาร ปัจจัยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านของที่ระลึก ปัจจัยด้านความปลอดภัย เป็นต้น โดยที่ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนมากน้อยเพียงใดแล้วแต่ว่าสถานะทางด้านประชากรคือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเช่น จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สาเหตุของการมาท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสามารถจะพิจารณาได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาของการท่องเที่ยวของสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ถ้าหากราคาของการท่องเที่ยวสูงอาจจะทำให้การไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นลดลง ในขณะที่ถ้าราคาของการท่องเที่ยวต่ำจะทำให้การไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นเพิ่มขึ้น

2. ปัจจัยด้านการคมนาคม เนื่องจากกระยะทางมีความจำเป็นมากต่อการตัดสินใจในการไปท่องเที่ยวยังที่ต่าง ๆ หากแหล่งท่องเที่ยวผู้นั้นอยู่ใกล้ตัวเมืองจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากแห่งหนึ่ง

3. ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน เนื่องจากสถานที่พักผ่อนเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนต้องการความสะดวกสบาย เช่น นักท่องเที่ยวต้องการที่นั่งพักผ่อนในขณะที่

เที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุสถานที่นั่งพักผ่อนจะเป็นสิ่งจำเป็นมาก ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวใดมีสถานที่พักผ่อนที่ดีย่อมเป็นแรงดึงดูดใจให้มีผู้ไปเที่ยวมากขึ้น

4. ปัจจัยด้านร้านอาหาร เช่น เนื่องจากความสะอาดของร้านอาหารและรสชาติของอาหารที่มีจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งบริการนักท่องเที่ยว ดังนั้นร้านอาหารก็มีส่วนสร้างความประทับใจในการท่องเที่ยวจากความสะอาดของร้าน รสชาติอาหาร และการให้บริการของผู้จำหน่ายได้ หากนักท่องเที่ยวประทับใจใน ความสะอาด รสชาติอาหารและบริการแล้วจะก่อให้เกิดความต้องการใช้บริการที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวครั้งต่อไปได้

5. ปัจจัยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องการความสะดวกสบาย ดังนั้นบริการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ร้านอัด ล้าง ถ่ายรูป และร้านอินเทอร์เน็ต จะมีผลต่อการท่องเที่ยวด้วย เช่น หากนักท่องเที่ยวไม่ต้องการเสียเวลาไปล้างอัดรูปที่อื่นๆ นักท่องเที่ยวจะล้างอัดรูปที่แหล่งท่องเที่ยวที่นั่นเลย หรือ นักท่องเที่ยวต้องการติดค้อหรือทราบข่าวสารจากบุคคลอื่นๆ ก็สามารถมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้

6. ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเอง หรือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่นั่นจะมีผลต่อการท่องเที่ยวมาก เพราะแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นดี หรือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีจะมีผลดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวเพิ่มหรือ การบอกต่อๆ กันเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จะก่อให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นได้

7. ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา เช่น นโยบายของชุมชน หน่วยงานของภาครัฐหรือเอกชน ช่วยส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้มากขึ้น เพราะสถานที่ท่องเที่ยวใดได้รับการพัฒนามากในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ถนนหนทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นจะเป็นที่สนใจ เพราะนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายนักท่องเที่ยวก็จะไปเที่ยวมากขึ้นและจะเกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

8. ปัจจัยด้านของที่ระลึกที่มีจำหน่าย เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นจะมีผลให้เกิดการท่องเที่ยวมาก น้อย หรือ ไม่อย่างไร หากแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นมีของที่ระลึกที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวอาจมาท่องเที่ยวเพื่อซื้อของที่ระลึกแทนที่จะท่องเที่ยวในสถานที่อื่นๆ ก็ได้ ดังนั้นของที่ระลึกก็มีความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

9. ปัจจัยด้านความปลอดภัย เนื่องจากความปลอดภัยเป็นความต้องการของมนุษย์ส่วนหนึ่ง ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรเน้นให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความปลอดภัยที่สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมี เช่น ความปลอดภัยจากโครงสร้างของสถานที่พักผ่อน ความปลอดภัยจากพาหนะในการนำเที่ยว และความปลอดภัยอื่นๆ เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้มั่นใจในการมาท่องเที่ยวได้

10 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ ก็สนใจและต้องการจะทราบข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนั้นสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ จะมีผลต่อการท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ จะต้องสื่อถึงความรวดเร็ว สะดวก ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการ การบริการของพนักงานที่จะให้แก่นักท่องเที่ยวต่างๆ ด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้นคือ ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกามนั้น ผู้ศึกษาได้นำเอาทฤษฎีทั้งทางด้านการตลาดและเศรษฐศาสตร์มาประยุกต์เข้าด้วยกันเพื่อให้ได้ผลการศึกษาในทางเศรษฐศาสตร์และนำผลการศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์และสร้างรายได้แก่ชุมชนต่อไป

2.3 สรุปสาระสำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

กฤษฎี กาญจนกิตติ (2541) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษานี้ได้กำหนดปัจจัยทั้งหมด 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอัตราค่าห้องพัก ปัจจัยด้านสภาพห้องพัก ปัจจัยด้านการต้อนรับของพนักงานหรือการบริการ ปัจจัยด้านระบบความปลอดภัย และแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการชาวไทยและชาวต่างประเทศ และกลุ่มผู้บริหารกิจการโรงแรม รวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 195 ตัวอย่าง ผลการศึกษาที่ได้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอัตราห้องพักเป็นประการสำคัญ ในขณะที่ชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับสภาพห้องพักมากกว่า สำหรับกลุ่มผู้บริหารโรงแรมพบว่า ผู้บริหารกิจการโรงแรมคิดว่าปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีความสำคัญมากที่สุดที่จะทำให้ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเลือกใช้โรงแรม นอกจากนี้ยังพบว่าที่สื่อมีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมเพราะเป็นช่องทางที่จะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยจะได้รับอิทธิพลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมจากสื่อประเภทนิตยสาร หรือวารสารทางการท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนชาวต่างประเทศนั้นตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมจากสื่อสารสนเทศมากที่สุด

พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์ (2542) ศึกษาเรื่องศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณร้อยละ 40 เดินทางมาท่องเที่ยวเชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้งและการท่องเที่ยวจะเป็นการชมทัศนียภาพ ที่มีระยะเวลาการพำนัก 2-3 วัน และจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชียงใหม่ คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมรวมทั้งสิ้น 350 แห่ง นอกจากนี้เชียงใหม่ยังมี ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวได้ เช่น มีสถานที่พักแรมกว่า 289 แห่ง จำนวน 16,050 ห้อง มีบริษัทนำเที่ยวกว่า 39 บริษัท และมีจำนวนร้านค้าของที่ระลึก 199 แห่ง ร้านอาหาร 165 แห่ง และมีระบบการคมนาคมทางบกและทางอากาศที่เชื่อมโยงกับจังหวัดอื่นๆ และประเทศเพื่อนบ้านได้คิ นักท่องเที่ยวต่างชาติจะประเมินด้านการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ สิ่งที่ต่างชาติประเมินโดยให้คะแนนต่ำสุด คือ ความไม่เพียงพอในการรองรับและคุณภาพการ จัดการเกี่ยวกับขยะและมลภาวะ ความสะอาด และความไม่เพียงพอของห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยว และในการขนส่งทางรถไฟ

อรุณี ปัญญามูลวงษา (2542) ศึกษาเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้ที่ พักตากอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยการศึกษาจะใช้แบบสอบถามในการ รวบรวมข้อมูล และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวเอเชีย ชาว ยุโรป และชาวอเมริกัน และใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเป็นสถิติในการวิเคราะห์ ผลการ ศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยในการใช้บริการที่พักตาก อากาศอยู่ในระดับดีมาก โดยมีความต้องการต่อปัจจัยการบริการด้านต่างๆ ตามลำดับดังนี้ ปัจจัย ด้านการบริการของพนักงานที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการพนักงานที่สุภาพ ไว้วางใจได้ เข้าใจ ในลูกค้า รับผิดชอบ ให้บริการทันใจ และมีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ สำหรับระบบรักษา ความปลอดภัยนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มียามรักษาการช่วงกลางคืน เครื่องดับเพลิง เครื่องตรวจจับควันในห้องพัก โทรทัศน์วงจรปิดตลอด 24 ชั่วโมง ในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการการโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว ส่วนทำเลที่ตั้งที่ นักท่องเที่ยวต้องการ คือ ติคภูเขา ใกล้เมือง รูปแบบของที่พักตากอากาศที่นักท่องเที่ยวต้องการ ต้องมีความสะอาด และชื่อเสียงของที่พักตากอากาศจะต้องอยู่ในระดับดีมาก บริการของที่พักตาก อากาศต้องดีในด้านการจองห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักตากอากาศที่นักท่องเที่ยว ต้องการ คือ เครื่องทำน้ำอุ่น ฝักบัว ตู้เย็น และราคาที่พักที่นักท่องเที่ยวต้องการ จะเป็นราคาห้องพัก ที่รวมอาหารเช้า โดยอยู่ในระดับราคา 501-1,000 บาท

รัชชัช รัตนซ้อน (2542) ศึกษาเรื่องการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนพื้นที่สูง โดยศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและระบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนที่สัมพันธ์กับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และศึกษาการจัดการองค์การและจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พื้นที่ทำการศึกษา คือ บ้านห้วยฮี ตำบลห้วยปูลิง อำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นชุมชนชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง และผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางวัฒนธรรมของชุมชนค้ำระบบคุณค่า ระบบการผลิต และระบบความสัมพันธ์ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมาก เพราะมีการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมรอบด้าน อีกทั้งระบบความสัมพันธ์ยังคงเดิมคือแบบเครือญาติที่เอื้อเพื่อแบ่งปัน และมีความสามัคคี ส่วนแนวคิดของชุมชนต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่วนั้น ชุมชนจะใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเครื่องมือในการรักษาระบบนิเวศและรักษาทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้งมีการอนุรักษ์ฟื้นฟูภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชนมากกว่า การดำเนินการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เพียงอย่างเดียว ชุมชนมีระบบการจัดการธุรกิจที่มีการกำหนดโครงสร้างหน้าที่และแบ่งงานกันทำรวมถึงการจัดสรรประโยชน์ครอบคลุมระดับครัวเรือน ระดับกลุ่มและระดับชุมชน โดยจัดสรรรายได้ให้สมาชิกครัวเรือนละ 80 ระดับกลุ่มร้อยละ 15 และระดับชุมชนร้อยละ 5 และให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมทางเลือกที่จะพัฒนาเศรษฐกิจในลักษณะธุรกิจชุมชนพร้อมๆ กับการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น

ขวัญฤทัย บุญเสนา (2544) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็น 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ได้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก จำนวน 230 คน เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและสถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ และผลการวิจัยสรุปได้ว่า สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตากเป็นชายมากกว่าหญิง และอายุเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจะเท่ากับ 27.54 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีสถานภาพโสด และเป็นกลุ่มของนักเรียน นักศึกษามากที่สุด จำนวนครั้งเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก คือ 1.11 ครั้ง และนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเพื่อพักผ่อนเป็นกลุ่ม โดยใช้รถยนต์เป็นพาหนะเดินทางและนิยมพักค้างคืนในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก จำนวนพักเฉลี่ยเท่ากับ 3 วัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันเท่ากับ 1,484.11 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก และจากการวิเคราะห์แบบจำลองพบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันที่พำนักเฉลี่ยกับ

อายุจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้าม แต่จำนวนวันหยุดเฉลี่ยในรอบหนึ่งปีและจำนวนครั้งในการเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภออุ้มผางจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน

ศุทธิพร สุวรรณพันธ์ (2544) ศึกษาเรื่องการจัดแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารศึกษากรณีพลรบพิเศษที่ 2 อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 197 ตัวอย่าง และแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนายทหาร กลุ่มนักท่องเที่ยว และบริษัทท่องเที่ยว และมีทัศนคติในจังหวัดเชียงใหม่ และพบว่า การสนองตอบของหน่วยทหารต่อนโยบายสาธารณะที่จะให้มีการจัดแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารมีความสำคัญมาก เพราะต้องการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างทหารกับประชาชนให้มากขึ้นพร้อมกับสร้างรายได้ให้กับกำลังพลและครอบครัว นอกจากนี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารนั้นอยู่ในระดับดีมากเนื่องจากได้เป็นประสบการณ์ที่ใหม่ที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้ตัวเมือง แต่อย่างไรก็ตามความพร้อมของหน่วยทหารต่อการให้บริการอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวและขาดงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์เครื่องมือที่เหมาะสม

รักริดา สิริ (2545) ศึกษาเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวของนักศึกษา ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน และใช้แบบสอบถามปลายปิด เพื่อรวบรวมข้อมูล และพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และเลือกการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าซื้อทัวร์เหมาจ่าย และกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้จะเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัวมากที่สุด ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากกว่า 3,000 บาทต่อครั้ง และกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้จะมีการหาข้อมูลในด้านสถานที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวจากบุคคลที่มีประสบการณ์ และกลุ่มตัวอย่างนี้เห็นว่า ประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น