

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะแบ่งเป็น 3 หัวข้อใหญ่ๆ ได้แก่ กิจกรรมเศรษฐกิจ แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมเศรษฐกิจประเภทตติยภูมิ และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

2.1 กิจกรรมเศรษฐกิจ

กิจกรรมเศรษฐกิจ (Economic Activities) เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญและมีบทบาทต่อความเจริญและการพัฒนาประเทศเป็นอย่างยิ่ง กิจกรรมเศรษฐกิจประกอบด้วย การผลิต การแลกเปลี่ยน และการบริโภค (Foust and de Sousa, 1978)

2.1.1 ประเภทของกิจกรรมเศรษฐกิจ

การจำแนกกิจกรรมเศรษฐกิจทำได้หลายวิธี แต่ส่วนใหญ่จะแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ แต่ก็มีที่แบ่งออกเป็น 4 ถึง 6 ประเภท ตัวอย่างที่แบ่งเป็น 6 ประเภทคือ ขั้นตอนหรือการเสาะหา ขั้นที่สองหรือการผลิต ขั้นที่สามหรือการตลาด ขั้นที่สี่หรือการบริหาร ขั้นที่ห้าหรือการบริโภค และขั้นสุดท้ายคือการขนส่ง ซึ่งเป็นตัวเชื่อมระหว่างกิจกรรมทั้งห้าขั้นนี้ แต่สำหรับการแบ่งประเภทกิจกรรมเศรษฐกิจในวิทยานิพนธ์นี้จะแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. กิจกรรมปฐมภูมิ (Primary Activity) เป็นกิจกรรมขั้นพื้นฐาน เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ การเกษตร ป่าไม้ เหมืองแร่ การประมง
2. กิจกรรมทุติยภูมิ (Secondary Activity) เป็นกิจกรรมแปรรูปวัตถุดิบจากขั้นตอนปฐมภูมิ ส่วนมากเป็นลักษณะของอุตสาหกรรม ทั้งอุตสาหกรรมหนักและอุตสาหกรรมเบา
3. กิจกรรมตติยภูมิ (Tertiary Activity) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้าและบริการ ทั้งการค้าปลีกและค้าส่ง

2.1.2 กิจกรรมตติยภูมิ

ด้วยเหตุที่งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับกิจกรรมเศรษฐกิจประเภทตติยภูมิ จึงจะกล่าวถึงกิจกรรมประเภทนี้เท่านั้น

ดังที่กล่าวแล้วข้างต้นว่า กิจกรรมตติยภูมิเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้าและบริการ จึงมีผู้ให้คำจำกัดความคล้ายคลึงกัน เช่น Hanink (1996) ให้คำนิยามของกิจกรรมตติยภูมิว่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง กิจกรรมภาครัฐ การค้าปลีกและค้าส่ง ธุรกิจต่างๆ และการบริการส่วนบุคคล ส่วน Krumme (2002) ให้นิยามว่าเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแลกเปลี่ยน (เช่น การขนส่ง การกระจายสินค้า การตลาด) การบำรุงรักษาและการซ่อมแซม การค้าปลีก การค้าส่งสินค้าและบริการ

กิจกรรมเศรษฐกิจประเภทตติยภูมิเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจด้านการค้าที่มีบทบาทและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมตลอดจนความเจริญของเมืองมากที่สุดเพราะเป็นอาชีพที่มีแรงงานมาก เฉลี่ยเกินร้อยละ 40 ของแรงงานทั้งหมด (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, 2527:107)

ฉัตรชัย พงศ์ประยูร (2527 : 108) ยังอธิบายต่ออีกว่ากิจกรรมเศรษฐกิจประเภทตติยภูมินี้ มักตั้งอยู่ตรงจุดหรือบริเวณที่สามารถเข้าถึงสะดวกที่สุด เนื่องเพราะมีการคมนาคมที่สะดวกสำหรับผู้ที่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ ตลอดจนถึงสะดวกสำหรับผู้ที่ใช้ระบบขนส่งมวลชนทั้งหลาย เช่น รถโดยสารประจำทาง อีกทั้งเป็นบริเวณที่สะดวกต่อการติดต่อกับแหล่งผู้ขายส่ง ที่มักจะอยู่รอบเขตการค้า และด้วยเหตุที่สถานประกอบการเศรษฐกิจตติยภูมินี้ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน จึงมักปรากฏว่ามีสถานประกอบการเศรษฐกิจตติยภูมิตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมเศรษฐกิจประเภทตติยภูมิ

ในสมัยเมื่อการคมนาคมยังไม่เจริญเช่นในปัจจุบัน การคมนาคมที่สำคัญของไทยคือการคมนาคมทางน้ำ โดยใช้แม่น้ำ ลำคลองต่างๆ เป็นเส้นทางสัญจรไปมาหาสู่ติดต่อ ตลอดจนทำการค้าขายระหว่างกัน ด้วยเหตุนี้ การตั้งบ้านเรือน ชุมชน หรือแหล่งการค้าต่างๆ จึงมักตั้งอยู่ริมแม่น้ำ ลำคลอง เป็นส่วนใหญ่ การคมนาคมส่วนใหญ่เป็นการสัญจรทางน้ำ ส่วนทางบกเป็นการเดินทางโดยการเดินเท้า ทำให้การคมนาคมระหว่างเมืองมีน้อย ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เมืองจึงขยายตัวช้ามาก (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, 2527)

ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาระบบคมนาคมให้ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว เช่นการตัดถนนใหม่ๆ ทำให้การติดต่อค้าขายสะดวกและรวดเร็วขึ้น แม้กระทั่งในปัจจุบันนี้ การคมนาคมก็ยังมีพัฒนาอยู่เสมอ จะเห็นได้จากการตัดถนนใหม่ๆ มากมายหลายเส้นทาง รวมถึงการพัฒนาด้านยานพาหนะ

ต่างๆ ที่มีหลากหลายชนิดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล รถรับจ้าง รวมไปถึงระบบขนส่งมวลชน อาทิเช่น รถโดยสารประจำทาง เรือโดยสารในแม่น้ำ ลำคลอง ทำให้การเดินทางของประชาชนสะดวก รวดเร็วขึ้น

เมื่อประชากรมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทำให้ความต้องการด้านที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เมืองจึงขยายตัวออกไปจากจุดศูนย์กลางเดิม โดยที่รัศมีการกระจายตัวของเมืองคือบริเวณรอบๆ เมืองแห่งเดิมนั่นเอง การขยายตัวของเมือง ทำให้เกิดย่านการค้าที่สำคัญตามเส้นทางคมนาคมทางบก (เกียรติ จิวะกุล และคณะ, 2525 : 18)

แหล่งการค้า เช่น ตลาด ถือเป็นศูนย์กลางชุมชนที่สำคัญแห่งหนึ่ง ทั้งนี้ ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในแหล่งที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นมากกว่าบริเวณอื่น ส่วนบริเวณชานเมืองที่ห่างไกลออกไปจากแหล่งชุมชนจะมีประชากรตั้งบ้านเรือนเบาบาง ไม่หนาแน่นเท่ากับในเมือง หรือย่านสำคัญของเมืองนั้นๆ

เมื่อเมืองขยายตัว การเดินทางเพื่อทำกิจกรรมด้านเศรษฐกิจตติยภูมิในศูนย์กลางทางการค้า ซึ่งส่วนใหญ่คือ ตลาด อาจเป็นการไม่สะดวก โดยเฉพาะหากเมืองที่ขยายออกไปมีระยะทางไกลจากศูนย์กลางทางการค้าเดิมมาก จึงเป็นเหตุให้เกิดตลาดใหม่ หรือบริเวณการค้าแห่งใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวของเมือง

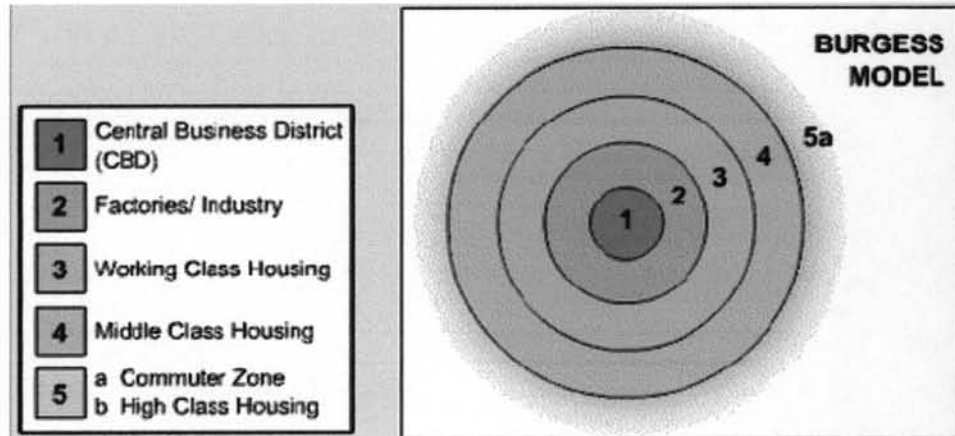
สุภาพร มานะจิตประเสริฐ (2544) ได้สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของเมืองไว้ดังนี้ ปัจจัยด้านประชากร คือ เป็นการเพิ่มจำนวนโดยธรรมชาติ และเกิดจากการย้ายถิ่น ปัจจัยด้านสังคมคือ การสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่พัฒนาให้ดีขึ้น และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เมื่อเกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรม จุดแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า สถานที่ราชการ แหล่งศึกษา เหล่านี้ล้วนเป็นแรงดึงดูดให้เกิดการขยายตัวของเมือง และประชากร เนื่องจากเป็นแหล่งงานนั่นเอง

ด้วยเหตุที่การขยายตัวของเมืองมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมเศรษฐกิจ จึงขอกล่าวถึงทฤษฎีการขยายตัวของเมืองเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเศรษฐกิจประเภทตติยภูมิ ดังต่อไปนี้

2.2.1 ทฤษฎีแบบมีศูนย์กลางร่วมหรือทฤษฎีวงแหวน

ทฤษฎีแบบมีศูนย์กลางร่วมหรือทฤษฎีวงแหวน (Concentric Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงการขยายตัวของเมือง โดยเริ่มจากจุดศูนย์กลางจุดเดียวและกระจายตัวออกไปในลักษณะของวงแหวนเป็นชั้นๆ เออร์เนสต์ เบอริจส์ (Ernest W. Burgess ค.ศ. 1886-1966) นักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน ผู้นำเสนอทฤษฎีนี้ได้อาศัยวิธีการสังเกตความเจริญและการขยายตัวของเมืองชิคาโก

ประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วง ค.ศ. 1920 ถึง ค.ศ. 1930 โดยได้แบ่งพื้นที่ของเมืองเป็น 5 เขต (ภาพที่ 2.1) ดังนี้



ภาพที่ 2.1 การขยายตัวของเมืองแบบมีศูนย์กลางร่วม

ที่มา : <http://www.bbc.co.uk/schools/gcsebitesize/>

เขตที่ 1 เขตศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District – CBD) หรือเขตการค้าของเมือง หรือดาวทาวน์ (Downtown) เขตนี้เป็นศูนย์กลางของเมืองถือเป็นหัวใจของเมือง เพราะเป็นบริเวณการค้า การบริหาร การขนส่งคมนาคมทุกประเภท ที่สำคัญคือเป็นบริเวณการค้าปลีก ซึ่งเป็นแหล่งรวมร้านค้า ห้างสรรพสินค้า โรงแรม โรงภาพยนตร์ สำนักงานต่างๆ รวมทั้ง ธนาคาร และสำนักงานทางเศรษฐกิจอื่นๆ เขตนี้จะมีประชากรหนาแน่นมากเฉพาะในเวลากลางวัน เพื่อการทำธุรกิจต่างๆ ทั้งนี้ มีประชากรส่วนน้อยที่ตั้งบ้านเรือนอยู่อาศัยอย่างถาวร เนื่องจากส่วนใหญ่จะเดินทางกลับที่พักอาศัยที่อยู่เขตรอบนอกเขตนี้ออกไป

เขตที่ 2 เขตศูนย์กลางการขนส่ง (Zone in Transition) หรือเขตปรับเปลี่ยน จะอยู่ถัดจากเขตที่ 1 ออกไป เขตนี้เป็นย่านการค้าส่ง (Wholesale District / Wholesale Zone) และอุตสาหกรรมเบา (Light Industries / Light Manufacturing Zone) ประกอบด้วย ตลาด คลังสินค้า รวมถึงโรงงานอุตสาหกรรมเก่า อย่างไรก็ตามในเขตนี้พบว่ามีร้านค้าปลีกต่างๆ อยู่ร่วมด้วยเช่นกัน (กฤษณาสี วรรณ, 2531)

เขตที่ 3 เขตที่อยู่อาศัยของผู้ใช้แรงงาน (Zone of Independent Workingmen's Home) นับเป็นเขตที่ 3 ถัดจากเขตที่ 1 อันเป็นใจกลางเมือง สภาพที่อยู่อาศัยในเขตนี้จะมีสภาพที่ดีกว่าเขตที่ 2

เขตที่ 4 เขตที่อยู่อาศัยชั้นดี (Zone of Better Residences) เป็นเขตที่อยู่ถัดจากเขตที่ 3 เขตนี้เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของคนชั้นกลางเป็นส่วนใหญ่ มักมีอาชีพประกอบธุรกิจต่างๆ ในเขตนี้ก็มีบริเวณการค้าขนาดเล็ก สำหรับขายสินค้าที่จำเป็นแก่ผู้ที่อยู่อาศัย (กุนทลี วรพล, 2530)

เขตที่ 5 เขตสัญจรไปมา หรือเขตสัญจรเช้า - เย็น (Commuters' Zone) ส่วนใหญ่จะอยู่นอกเมืองตามเส้นทางคมนาคมสำคัญๆ เพื่อสะดวกในการเดินทางเข้าออกเมืองเพื่อทำงานโดยรถประจำทางและรถส่วนตัว มักอยู่รวมกลุ่มกันเป็นย่านที่อยู่อาศัยเล็กๆ ผู้อยู่อาศัยในเขตนี้มีทั้งชนชั้นกลางค่อนข้างสูงและชนชั้นสูง เขตนี้เป็นเขตที่อยู่ไกลจากจุดศูนย์กลางมากที่สุด

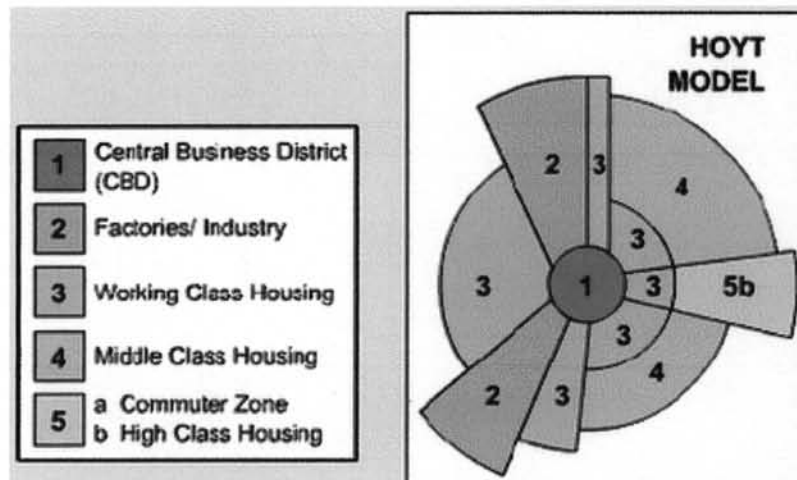
ในแง่ของความเป็นจริงแล้วเมื่อพิจารณาทฤษฎีของเบอร์เจส จะเห็นว่าการขยายตัวของเมืองไม่ได้มีลักษณะเป็นวงกลมทั้งหมด บริเวณย่านกลางของเมืองจะเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ และการกระจายของแหล่งธุรกิจการค้ามักกระจายไปตามเส้นทางคมนาคมสายที่สำคัญๆ ส่วนบริเวณค้าปลีกประเภทต่างๆ มักจะอยู่ใกล้กับแหล่งของผู้บริโภคโดยไม่จำกัดว่า จะต้องอยู่ล้อมรอบเขตศูนย์กลางของเมือง (กุนทลี วรพล, 2531)

มีผู้วิจัยว่าลักษณะเมืองในอเมริกาเหนือ จะมีโครงสร้างเป็นแบบ CBD หรือเขตศูนย์กลางธุรกิจ (Knox and Marston, 2004) แต่สำหรับ กรุงเทพฯ แล้ว Askew (2002) ได้แบ่งลักษณะวงแหวนร่วมของกรุงเทพฯ ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ชั้นใน (the inner) ชั้นกลาง (the middle) และชั้นนอก (the outer districts) และได้จัดให้บางลำพูเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ชั้นใน

2.2.2 ทฤษฎีแบบเสี้ยว หรือลิ้ม หรือเสียง หรือ ทฤษฎีเสี้ยววงกลม

การขยายตัวของเมืองตามทฤษฎีแบบเสี้ยว (Sector Theory/The Radial Sector Theory) นี้เป็นการขยายตัวในลักษณะเป็นเสี้ยวหรือเป็นเสียงๆ ลักษณะคล้ายรูปพัดที่แผ่ออกจากจุดศูนย์กลางของเมือง ผู้เสนอทฤษฎีนี้คือนักเศรษฐศาสตร์ที่ดินชื่อ โฮเมอร์ ฮอยท์ (Homer Hoyt) เมื่อ ค.ศ. 1939 เขาได้วิเคราะห์เขตที่อยู่อาศัยว่าเป็นการจัดรูปแบบในลักษณะเป็นเสี้ยวหรือเป็น

เสียงๆ ลักษณะคล้ายรูปพัดที่แผ่ออกจากจุดศูนย์กลางของเมือง ตลอดจนตามถนนสายสำคัญๆ (ภาพที่ 2.2)



ภาพที่ 2.2 การขยายตัวของเมืองแบบเสียง

ที่มา : <http://www.bbc.co.uk/schools/gcsebitesize/>

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้อยู่อาศัยจากหลายรัฐ ในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้ได้ข้อสรุปว่า ผู้อยู่อาศัยที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มักจะย้ายที่อยู่อาศัยไปสู่เขตรอบนอก ทำให้เกิดย่านที่อยู่อาศัยของผู้มีฐานะดีในบริเวณชานเมือง

ฮอยท์ได้แนวคิดทฤษฎีนี้มาจากเรื่องอัตราค่าเช่าที่ดิน โดยที่ค่าเช่าที่ดินจะสูงสุดเมื่ออยู่บริเวณใจกลางเมืองและจะลดลงในบริเวณที่อยู่โดยรอบ ลักษณะการขยายตัวของบริเวณที่พักอาศัยด้านราคาจะแพงหรือไม่ ขึ้นอยู่กับบริเวณสองฟากถนนที่เชื่อมต่อระหว่างศูนย์การค้าแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งของเมือง อาจจะขยายต่อเนื่องกันไปตลอดในทิศทางเดิมนั้น หรือขยายไปตามถนนที่เชื่อมระหว่างทางด่วน หรือสองข้างทางด่วน โดยสามารถขยายตัวได้ตลอดเวลาในทิศทางที่ไม่มีข้อจำกัดทางกายภาพ ส่วนแนวโน้มของการขยายตัวของบริเวณการค้า รวมทั้งธนาคาร และสำนักงาน จะสอดคล้องกับการขยายตัวของบริเวณที่พักอาศัยที่มีราคาแพงด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ อาคารที่พักอาศัยแบบหลายชั้นและมีค่าเช่าสูงควรเป็นบริเวณที่ใกล้กับศูนย์การค้า (Ray M. Northam, 1975: 189 - 190 อ้างถึงในคุณชาติ วรพล, 2531)

2.2.3 ทฤษฎีแบบศูนย์กลางหลายแห่งหรือหลายศูนย์กลาง

ผู้เสนอแนวคิดทฤษฎีแบบศูนย์กลางหลายแห่งหรือหลายศูนย์กลาง (Multiple Nuclei Theory) คือนักภูมิศาสตร์ชื่อ ไชนซี แฮร์ริส (Chauncy Harris) และเอ็ดเวิร์ด อัลมาน (Edward Ullman) ใน ค.ศ. 1945 ทฤษฎีของเขาทั้งสองนี้เป็นการรวมเอาแนวคิดของเบอร์เจส และฮอยท์ เข้าไว้ด้วยกัน

ตามทฤษฎีนี้ เมืองจะประกอบด้วยโครงสร้างที่สลับซับซ้อนโดยมีจุดศูนย์กลางของกิจกรรมต่างๆ อยู่มากกว่า 1 แห่ง และมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ รอบๆ จุดศูนย์กลางนั้นๆ การเกิดจุดศูนย์กลางต่างๆ นี้ เกิดจากปัจจัย 4 ประการ คือ

1. ธุรกิจแต่ละประเภท มีความต้องการใช้ทรัพยากร และสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน ธุรกิจที่ต้องการใช้ทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนกัน จะมาอยู่ในบริเวณที่มีทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมือนกัน เช่น เซตค้าปลีกจะตั้งอยู่ในทำเลที่ลูกค้าสามารถเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าได้ง่าย และมาได้สะดวกจากทุกทิศทางของเมือง กิจกรรมแต่ละอย่างต้องการความสะดวกและสาธารณูปโภคเฉพาะอย่าง รวมทั้งที่ตั้งอย่างเหมาะสม ซึ่งในเขตใจกลางเมือง (CBD) เป็นจุดที่มีความสะดวกในการเข้าถึงได้สูงสุด เช่น บริเวณกิจกรรมตติยกรรม จะต้องตั้งอยู่ในเขตใจกลางเมืองในจุดที่มีความสะดวกในการเข้าถึงได้ง่าย
2. ธุรกิจที่เหมือนกันจะมีการรวมตัวอยู่บริเวณเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในเชิงการค้าเปรียบเทียบและประโยชน์ในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า
3. การใช้ที่ดินของธุรกิจที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความขัดแย้งและไม่สามารถอยู่ร่วมกันได้ เช่น แหล่งที่อยู่อาศัยกับโรงงานอุตสาหกรรม ไม่สามารถอยู่ในบริเวณเดียวกันได้ จำเป็นต้องเลือกเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง
4. บริเวณที่มีราคาที่ดินสูงมากเป็นอุปสรรคทำให้ธุรกิจบางประเภทไม่สามารถเข้าไปทำธุรกิจได้ เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าที่ดินสูง ทำให้ไม่คุ้มกับการลงทุน นักลงทุนจึงต้องหาทำเลที่ตั้งใหม่ที่เหมาะสมกับธุรกิจที่จะดำเนินการ

2.2.4 เขตการค้า

มัลคอล์ม พราวด์ฟุต (Malcolm Proudfoot) (จัดรัชย์ พงศ์ประยูร, 2527 : 112 - 113) ได้วิเคราะห์โครงสร้างการค้าของเมืองในอเมริกาไว้ดังนี้

1. เขตย่านการค้ากลาง (Central Business District - CBD) หรือย่านดาวทาวน์ (Downtown) เป็นศูนย์รวมร้านค้า ธุรกิจ และบริการต่างๆ เป็นหัวใจของกิจการค้าภายในเมืองๆ หนึ่ง ทั้งยังเป็นศูนย์รวมของสถานประกอบการกิจกรรมตติยภูมิมากกว่าส่วนอื่นของเมือง เขตนี้เป็นเขตที่ดึงดูดลูกค้าได้ทั้งที่อยู่ใกล้และไกล รวมถึงแรงงาน เป็นจุดที่เข้าถึงสะดวก เป็นแหล่งรวมการคมนาคมขนส่งทุกชนิด แต่เขตนี้มีลักษณะพิเศษคือประชากรหนาแน่นมากในตอนกลางวัน แต่กลางคืนลดลง เพราะมิได้เป็นเขตที่อยู่อาศัย
2. เขตการค้ารอบนอก (Outlying Business Center) เป็นส่วนจำลองของเขต CBD เขตนี้สถานประกอบการอยู่รวมกันเป็นแถบๆ ธุรกิจการค้าเป็นรองย่าน CBD เพราะไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้ทั่วเมือง แต่สามารถดึงดูดลูกค้าจากระยะทางไกลๆ เพราะบุคคลเหล่านั้นยึดเอาถนนสายสำคัญเป็นเส้นทางคมนาคม
3. ย่านธุรกิจสำคัญ (Principal Business Thoroughfare) มักตั้งอยู่บนถนนสำคัญ เป็นย่านธุรกิจของแถบหนึ่งของเมือง สินค้าที่ขายประกอบด้วยสินค้าทั่วไป ส่วนมากอาศัยลูกค้าที่มาโดยรถส่วนตัวหรือรถประจำทาง
4. ถนนธุรกิจในละแวก (Neighborhood Business Street) เป็นเขตการค้าเฉพาะละแวกหรือย่านหนึ่งๆ ของเมือง และดึงดูดลูกค้าทุกระดับที่อาศัยอยู่ในละแวกนั้น ภายในรัศมีเดินเท้า สินค้ามีระดับทรงตัว (threshold) ต่ำ เช่น ร้านขายของชำ ตลาดเนื้อ ผลไม้ ผักและสินค้าจำเป็นอื่นๆ บางครั้งร้านค้าอาจแผ่เข้าไปในเขตที่อยู่อาศัยก็ได้
5. กลุ่มร้านค้าโดดๆ (Isolated Store Cluster) เป็นร้านค้าและบริการที่มีความสำคัญน้อยที่สุดภายในเมืองหนึ่งๆ มีร้านค้าที่ตั้งพียงพียงกันและกันอยู่ 2-3 ร้าน ตามมุมถนนในเขตรอบๆ เมือง สำหรับบริการผู้ที่อยู่ห่างไกลเมือง

ลักษณะของเขตการค้า

Horwood and Boyce (Horwood and Boyce, 1959: 21 อ้างถึงใน กฤตพร ลากพิมพ์, 2546) กำหนดว่า CBD ของเมือง ประกอบด้วย 2 ส่วน คือเขตศูนย์กลางและเขตขอบนอก แนวความคิดนี้เป็นการพิจารณาถึงความแตกต่างทั้ง 2 ส่วน ในด้านความเข้มข้นของการใช้ที่ดิน ความสูงของอาคาร ความพลุกพล่านของผู้คน ความเป็นศูนย์กลางของการขนส่ง และการเน้นเฉพาะของกิจกรรม โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมตติยภูมิมีดังนี้

1. เขตศูนย์กลาง (Core) เขตนี้มีความหมายและลักษณะตรงกับเขต CBD โดยที่มีการใช้ที่ดินอย่างเข้มข้นและหลายประเภท ประกอบด้วยตึกสูงๆ มีการค้าปลีก สำนักงานบริการต่างๆ รวมทั้งโรงแรม โรงละคร ธนาคาร หรือสถาบันการเงินต่างๆ บริเวณนี้มีการขนส่งที่บริการภายในชุมชนเมือง ผ่านหลายสาย ทั้งยังเป็นเขตที่มีกิจกรรมหรือบทบาทหน้าที่เน้นเฉพาะในด้านต่างๆ มากมาย
2. เขตขอบนอก (Frame) เขตนี้มีการใช้ที่ดินเข้มข้นน้อยกว่าเขตศูนย์กลาง และมีสถานประกอบการน้อยชิ้นกว่า

บริเวณเขตการค้าหรือย่านพาณิชยกรรมหมายถึงอาณาเขตทางภูมิศาสตร์ที่มีประชาชนอยู่อาศัยและเป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการหรือเป็นบริเวณที่คนนิยมไปซื้อขายสินค้าและบริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้น บริเวณเขตการค้าจึงมักประกอบด้วย "กิจกรรมทางเศรษฐกิจขั้นที่ 3" (Tertiary Economic Activities) หรือ กิจกรรมเศรษฐกิจประเภทตติยภูมิที่ประกอบด้วย การค้าและบริการ ซึ่งไม่เพียงแต่สนองตอบต่อความต้องการของประชาชนภายในเมืองเท่านั้น แต่ยังให้บริการแก่ผู้ที่อยู่รอบนอกอีกด้วย (สุมนา อยู่โพธิ์, 2531 อ้างถึงใน กฤตพร ลากพิมพ์, 2546)

เสน่ห์ ญาณสาร (เสน่ห์ ญาณสาร, 2542: 235-236 อ้างถึงในอ้างถึงใน กฤตพร ลากพิมพ์, 2546) มีแนวคิดเรื่องรูปแบบย่านการค้าว่ามีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของเมือง และมีแนวโน้มว่ากิจกรรมประเภทเดียวกันจะรวมกลุ่มกันมากขึ้น และร้านค้าขนาดเล็กจะมีจำนวนลดน้อยลงไป ซึ่งรูปแบบย่านการค้าประกอบด้วยเขตธุรกิจการค้า 2 ส่วน คือ

1. ธุรกิจการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Sector) มีตลาดสดเป็นศูนย์กลาง และมีร้านค้าแบบห้องแถวอยู่รายรอบ เมื่อเมืองเจริญขึ้นส่วนที่เป็นเขตการค้าดั้งเดิมจะได้รับการพัฒนาปรับปรุงทำให้บทบาทหน้าที่เปลี่ยนไป คือ มีกิจกรรมหรือธุรกิจใหม่ๆ เพิ่มเติมเข้าไปทำให้ร้านค้าขนาดเล็กลด

จำนวนลงไป นอกจากนั้น กิจกรรมค้าปลีกยังมีบทบาทหน้าที่เด่นในปัจจุบันซึ่งก่อนนั้น เขตนี้นอกจากจะเป็นเขตการค้าปลีกแล้ว ยังเป็นเขตการค้าส่ง เขตอุตสาหกรรม และเขตที่อยู่อาศัยด้วย เขตธุรกิจการค้าดั้งเดิมนี้ จะพลุกพล่านจอแจและมีชีวิตชีวามากในช่วงกลางวัน แต่จะเงียบในช่วงกลางคืน เขตการค้าเขตนี้ให้บริการแก่ผู้คนหลายระดับและยังให้บริการแก่คนชนบทที่เดินทางเข้ามาในเมืองด้วย

2. เขตธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Modern Sector) เขตนี้เป็นส่วนที่เพิ่มเติมเข้ามาในภายหลัง นับตั้งแต่ประมาณทศวรรษที่ 1960 เป็นต้นมา ส่วนนี้มีรูปแบบคล้ายคลึงกับ CBD ของเมืองในซีกโลกตะวันตก และมีถนนกว้างขวาง เขตนี้ประกอบด้วยศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า อาคารจอดรถ อาคาร โรงแรม โรงภาพยนตร์ ร้านขายของที่ระลึก ภัตตาคาร และอื่นๆ ในส่วนนี้ยังมีธุรกิจขนาดเล็ก และธุรกิจที่ไม่เป็นทางการปะปนอยู่ด้วย เขตการค้าแบบใหม่นี้ให้บริการส่วนใหญ่แก่ผู้มีฐานะปานกลางและฐานะดี ตลอดจนนักท่องเที่ยว

คำรงค์ดี ชัยสนธิ (อ้างถึงใน กฤตพร ลาภพิมล, 2546) ได้จำแนกรูปแบบของย่านการค้าออกเป็น 5 ประเภท โดยแบ่งตามลักษณะการเลือกทำเลที่ตั้ง ดังนี้

1. ย่านการค้าในเมือง (Downtown Area or CBD) เหมาะสำหรับเป็นที่ตั้งห้างสรรพสินค้า ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง มีลูกค้าไปมาหนาแน่น และมีสินค้าให้เลือกหลายประเภท
2. ย่านการค้าชั้นสอง (Secondary Shopping District) มีลูกค้าหนาแน่นรองจากย่านการค้าในเมือง ร้านค้าในย่านนี้ขายสินค้าเหมือนกับย่านการค้าในเมืองแต่ขนาดของร้านเล็กลง และมุ่งขายสินค้าให้ประชาชนบางส่วนในเมืองเท่านั้น ตั้งอยู่บนทำเลที่มีผู้คนไปซื้อสินค้ามากพอควร และมักมีตลาดสดขายอาหารอยู่ด้วย
3. ย่านการค้าใกล้บ้านพัก หรือย่านการค้าที่อยู่ในชนบท (Neighbourhood Shopping District) ตั้งอยู่ในย่านที่ประชาชนพักอาศัย มุ่งขายสินค้าให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในย่านนั้น ร้านค้ามีขนาดเล็ก เช่น ร้านขายของเบ็ดเตล็ด ร้านขายของชำ ร้านกาแฟ

4. ย่านการค้าตามแนวถนน (String Streets) ลักษณะเป็นย่านการค้าที่มีร้านค้าที่เชื่อมไปสู่ตัวเมือง มุ่งขายสินค้าให้ลูกค้าที่เดินทางผ่านไปมา เช่น ร้านอาหาร ร้านขายผลไม้ ปั่นน้ำมัน
5. ศูนย์การค้า (Planned Shopping Center) มักตั้งอยู่ย่านการค้าในเมือง ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้า ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง ที่พักผ่อนหย่อนใจ โรงภาพยนตร์ ที่รวมของสินค้าและบริการทุกชนิด อำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อเรื่องสถานที่จอดรถและบริการทุกชนิด

2.2.5 แนวความคิดเรื่องศูนย์การค้าแบบริบบอน

ศูนย์การค้าแบบริบบอน (Ribbon) หรือริบบิ้น เป็นศูนย์การค้าแบบที่สองภายในเมืองที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน เพราะปรากฏอยู่ตามเส้นทางสายสำคัญๆ ธุรกิจเหล่านี้ไม่ต้องการทำเลในใจกลางเมือง แต่ยึดเอาการเข้าถึงเป็นใหญ่ จึงเป็นธุรกิจที่ปรากฏตามถนนหลายสายภายในเมือง ได้แก่ (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, 2527: 120)

1. ร้านค้าตามถนนหลวง
2. ร้านค้าตามถนนสายสำคัญ
3. ร้านค้าตามถนนเล็กๆ
4. ร้านค้าตามถนนชานเมือง

ในกรุงเทพฯ ศูนย์การค้าลักษณะนี้ที่เห็นได้ชัดคือ "ตลาด" ซึ่งเป็นแหล่งบริการสินค้าทั้งอุปโภคและบริโภคของกรุงเทพฯ และมีวิวัฒนาการไปตามการขยายตัวของกาตั้งถิ่นฐาน (เกียรติ จิวะกุลและคณะ, 2525) กล่าวคือ ตอนต้นกรุงรัตนโกสินทร์เส้นทางการค้าจะใช้ทางน้ำเป็นหลัก ต่อมาเมื่อถนนเข้ามามีบทบาทแทนแม่น้ำลำคลอง ทำให้กาตั้งถิ่นฐาน และเส้นทางคมนาคมหลักเปลี่ยนจากเส้นทางน้ำเป็นเส้นทางบก คือ

".....ต่อมาในสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าฯ ผลจากการพัฒนาเศรษฐกิจการค้า การคมนาคม ตลอดจนกาเพิ่มของประชากร รวมทั้งกาขยายตัวของเมือง ได้เกิดย่านการค้าที่สำคัญตามเส้นทางคมนาคมทางบก" (เกียรติ จิวะกุล และคณะ, 2525 : 18)

และยังทำให้รูปแบบการค้าขายเปลี่ยนจากตลาดน้ำเป็นตลาดบก เกิดร้านค้าริมถนนและแผงลอยต่างๆ ขึ้นเป็นลำดับ โดยที่ตลาดและย่านการค้าบางแห่ง ยังคงมีบทบาทสำคัญต่อเนื่องมาจนปัจจุบัน ในขณะที่มีตลาดหรือย่านการค้าบางแห่งได้ซบเซา หรือเสื่อมสลายไป นอกจากนี้ การพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ในสมัยรัชกาลที่ 5 อาทิเช่นการค้า การคมนาคม ประกอบกับการเพิ่มจำนวนประชากร รวมทั้งการขยายตัวของเมืองในสมัยนั้น ทำให้เกิดย่านการค้าที่สำคัญตามเส้นทางคมนาคมทางบก อันได้แก่เส้นทางถนนที่ได้มีการตัดใหม่หลายต่อหลายสายในยุคนั้น เช่น ถนนเจริญกรุง ที่มีห้างร้านต่างๆ ตั้งอยู่ตามรายทาง (เกียรติ จิวะกุล และคณะ, 2525)

ในสมัยที่บริเวณการค้าเดิมอยู่ตามริมแม่น้ำลำคลอง ประชาชนส่วนใหญ่ตั้งบ้านเรือนอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีอาชีพเป็นชาวสวน ชาวนา และทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน มีย่านการค้าที่สำคัญ 3 แห่ง คือ บริเวณถนนเยาวราชเป็นย่านคนจีน บริเวณบางรักเป็นย่านชาวยุโรป และบริเวณบางลำพูเป็นย่านคนไทย ทั้ง 3 ย่านจะมีลักษณะแยกออกจากกันอย่างเด็ดขาด โดยแต่ละย่านจะประกอบด้วยบริเวณที่พักอาศัย การประกอบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และการค้าขาย

พิเชษฐ เดชผิว (2548) ได้ศึกษาพบว่า ในสมัยก่อนศูนย์กลางการค้าของกรุงเทพฯ อยู่ที่ บางรัก สะพานหัน วังบูรพา บางลำพู เป็นต้น ส่วนพื้นที่ของกรุงเทพฯ แบ่งเป็น 3 เขต ดังนี้

1. เขตเมือง (Urban Area) ได้แก่ บริเวณอันเป็นที่ตั้งของสถานธุรกิจการค้าและบริการต่างๆ เช่น เยาวราช สะพานหัน บางลำพู เป็นต้น
2. เขตชานเมือง (Suburban Area) ได้แก่ บริเวณรอบนอกของเขตในเมือง ซึ่งประชากรอาศัยกันอยู่อย่างเบาบางกว่าย่านธุรกิจการค้า
3. เขตชนบท ได้แก่ เขตที่ถัดจากชานเมืองออกไป ซึ่งประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตนั้นประกอบอาชีพเกษตรกรรมและมีวิถีชีวิตเช่นเดียวกับชาวชนบท

เมื่อพิจารณาถึงบางลำพู อภิชาติ กาบทอง (2542) ได้วิเคราะห์การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการพัฒนาชยกรรมอย่างหนาแน่น จนบางลำพูกลายเป็นศูนย์กลางการค้าทั้งปลีกและส่ง โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูป ว่ามีการกระจายตัวไปยังพื้นที่ใกล้เคียงตามแนวของถนนทั้งสองฟากในบางลำพู อีกทั้งเมื่อที่พักอาศัยมีการขยายตัวทางบกเนื่องจากการสร้างระบบโครงข่ายสัญจรทางบกทำให้เกิดการขยายตัวของที่พักอาศัยตามแนวถนนที่ตัดใหม่ ทั้งนี้การกระจายตัวของการพัฒนาชยกรรมและการขยายตัวของที่พักอาศัยล้วนมีลักษณะตรงกับแนวความคิดแบบริบบอน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.3.1 นิยาม

การท่องเที่ยว

“การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง

1. การเดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นชั่วคราว
2. การเดินทางโดยสมัครใจ
3. ไม่ใช่การเดินทางไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และไม่ใช่นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในจังหวัดที่เดินทางไป

(ยุพดี เสตพรพรรณ, 2539) และ (วรรณา วงษ์วานิช, 2539)

โดยที่จุดประสงค์ของการเดินทางเพื่อการพักผ่อน สนุกสนานรื่นเริง รวมถึงเพื่อการประชุมสัมมนา ศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา ติดต่อธุรกิจ หรือเยี่ยมญาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. 2529 อ้างถึงใน ยุพดี เสตพรพรรณ, 2539)

ความหมายของการท่องเที่ยว นอกจากเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ และการท่องเที่ยวยังเป็นกระบวนการที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อกันคือมีกิจกรรมร่วมกันและมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันทำให้ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน (วรรณา วงษ์วานิช, 2539: 7)

ในอีกความหมายหนึ่ง การท่องเที่ยวหมายถึงการที่ผู้คนเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ และตลอดระยะเวลาเหล่านั้นได้มีกิจกรรมต่างๆ เกิดขึ้น เช่น การเที่ยวชมสถานที่ที่สวยงาม หรือมีทิวทัศน์แปลกตา หรือเลือกซื้อสิ่งของต่างๆ การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประเภทของการคมนาคมที่เลือกใช้ในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ท่องเที่ยว ตลอดจนค่าใช้จ่ายต่างๆ (อานนติ จักรแก้ว, 2545)

นักท่องเที่ยว

หน่วยงานหลักที่กำกับดูแลการท่องเที่ยว อันได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นิยามคำว่า “นักท่องเที่ยว” (Tourist) คือ ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนั้น โดยวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่มีไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน

นักท่องเที่ยวคือผู้เยี่ยมชม ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนั้นๆ โดยวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนา หรือทำงานประจำ หรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น ทั้งนี้ ต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน หรืออยู่เกิน 24 ชั่วโมงขึ้นไป (ยุทธศาสตร์พรรณ, 2539)

นักท่องเที่ยว ยังหมายถึงผู้ที่เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยจะถาวรหรือไม่ก็ตาม ไปยังบริเวณอื่นๆ เพื่อวัตถุประสงค์ ดังนี้ (วรรณ วรชวานิช, 2539: 5)

1. ความสุขารมณ์ เพื่อเหตุผลเกี่ยวกับสถานของตนเอง เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเรื่องอื่นๆ อันเป็นเรื่องเฉพาะตัว
2. การประชุมประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือปฏิบัติการกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นในเชิงวิทยาศาสตร์ เชิงการสำรวจวิจัย การบริหาร การทูต หรือศาสนา
3. การทำธุรกิจของตนเอง หรือของหมู่คณะ เช่น สำรวจตลาด ตรวจรับสิ่งของที่สั่งซื้อ ติดต่อด่วนแทนต่างๆ

นอกจากนี้เมื่อกล่าวถึงลักษณะของการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวให้ทัศนะว่า "นักท่องเที่ยว" หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากที่พักอาศัยของตนแล้วกลับมาเกินกว่า 24 ชั่วโมง และได้ไปพักแรมที่ใดที่หนึ่งชั่วคราวเวลาหนึ่ง หรือบางประเทศเรียกว่า Night Visitor (วรรณ วรชวานิช, 2539: 6)

นักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. **นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ** (International Tourist) หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางมาพำนักในประเทศไทยครั้งหนึ่งไม่น้อยกว่า 1 คืน (24 ชั่วโมง) และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์มาพักผ่อน เยี่ยมญาติ ประชุม เป็นตัวแทนสมาคมหรือหน่วยงาน ติดต่อกิจ หรือ มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอดไม่น้อยกว่า 1 คืน
2. **นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน** (Domestic Tourist / Foreign Tourist) คือคนไทย หรือต่างด้าว ที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางจากจังหวัดที่อาศัยเป็นปกติไปยังจังหวัดอื่น โดยมีค่าใช้จ่ายได้และพักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

นักทัศนอาจร

นักทัศนอาจร (Excursionist) หมายถึง ผู้เยี่ยมชมที่มาเยือนชั่วคราว ไม่พักค้างคืนหรืออยู่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (ยุพดี เสตพรธณ, 2539)

ส่วนทัศนะของนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนักทัศนอาจรตามลักษณะของการท่องเที่ยวว่าหมายถึง นักท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ หรือกลับมาถึงบ้านภายใน 24 ชั่วโมง โดยไม่พักแรม ณ ที่ใด ซึ่งในบางประเทศ เรียกว่า Day Visitor (วรรณา วงษ์วานิช, 2539: 6)

ในทัศนะที่กล่าวมาสอดคล้องกับที่ ททท. ได้ให้นิยามไว้ คือ ผู้เยี่ยมชมที่ไม่พักค้างคืน (ททท., 2548: 3)

ผู้เยี่ยมชม

ผู้เยี่ยมชม (Visitor) หมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ซึ่งมีชีวิตอยู่โดยปกติของบุคคลนั้น ด้วยเหตุผลต่างๆ ตามแต่กรณี แต่ทั้งนี้ ต้องมีชีวิตเพื่อประกอบอาชีพหารายได้ (อานติ จักรแก้ว, 2545)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้นิยาม "ผู้เยี่ยมชม" ที่ค่อนข้างละเอียด ว่าผู้เยี่ยมชม คือบุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ซึ่งมีชีวิตประจำวันของตนเองเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใดๆ โดยมีได้รับค่าจ้างในการดังกล่าวนั้น และยังสามารถแบ่งประเภทของผู้เยี่ยมชมออกเป็น 2 ประเภท คือ ผู้มาเยี่ยมชมที่ค้างคืน และผู้เยี่ยมชมที่ไม่ค้างคืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548: 3)

2.3.2 ประเภทของการท่องเที่ยว

วรรณา วงษ์วานิช (2539: 17) กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายต่างๆ เป็นต้น โดยทั่วไปแล้วอาจจะแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ
2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ

ในการนี้ได้มีคำนิยามเฉพาะการท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548: 3) ว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศคือการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่มีใ้ไปทำงานประจำ การศึกษาและไม่เป็นคนที่ต้องถิ่น ที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดที่เดินทางไป

และแบ่งลักษณะการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์เป็น 6 ลักษณะ (วรรณา วงษ์วานิช, 2539 : 17-18) ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง
2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน
3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม
4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬา รวมทั้งไปเล่นกีฬาและออกกำลังกาย
5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา
6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

2.3.3 องค์ประกอบการท่องเที่ยว

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เพราะนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นผลดีแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

กิจกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง (วรรณา วงษ์วานิช, 2539) คือ

1. นักท่องเที่ยว
ประกอบด้วยรายละเอียดนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติ สัญชาติ มีจำนวนมากน้อยเพียงใด กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อการประชุม การพักผ่อนหย่อนใจ แข่งขันกีฬา เจริญธุรกิจ เยี่ยมญาติ นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในฤดูใดมาก ฤดูใ้ใ้ น้อย รวมถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยว

2. **สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว**
 สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ คือ เป็นสินค้าที่รวบรวมเอา
 สินค้าและบริการหลายประเภททั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมไว้ด้วยกัน
 เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อธิยาศัยไมตรี
 สาธารณูปโภคต่างๆ สินค้าเหล่านี้มีคุณสมบัติต่างกัน จึงต้องมีการ
 จัดการที่แตกต่างกันด้วย
3. **การคมนาคมขนส่ง**
4. **ข้อมูลข่าวสารและการบริการซึ่งประกอบด้วยบริการในด้านต่างๆ**
 ดังนี้ คือ
 - 4.1 **ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว** ได้แก่ โรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท ที่พักแรม
 กลางแจ้ง บังกะโล การจัดระดับของโรงแรมซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่ว
 โลก จะถูกจัดระดับโดยใช้สัญลักษณ์เป็นรูปดาว คือ ถ้าเป็นโรงแรม
 ระดับหรูหรามีบริการยอดเยี่ยมจะให้สัญลักษณ์ 4-5 ดาว และ
 ลดหย่อนลงมาตามลำดับ
 สำหรับประเทศไทย ได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานการจัดระดับ
 ของโรงแรม หรือสถานที่พักที่เปิดบริการอยู่ในประเทศโดยใช้เกณฑ์
 ราคาห้องพักต่อคืนเป็นตัวกำหนดดังต่อไปนี้

โรงแรมระดับ 1	ราคาที่พักต่อห้อง/คืน	2,500 บาท ขึ้นไป
โรงแรมระดับ 2	ราคาที่พักต่อห้อง/คืน	1,500 - 2,500 บาท ขึ้นไป
โรงแรมระดับ 3	ราคาที่พักต่อห้อง/คืน	ต่ำกว่า 1,500 บาท
 - 4.2 **อาหารและเครื่องดื่ม**
 - 4.3 **ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง**
 - 4.4 **บริการด้านสถานที่จอดรถ**
 - 4.5 **บริการด้านสถานที่และอุปกรณ์สำหรับออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ
 น้ำ สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เป็นต้น**
5. **ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าเมือง**
6. **องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน**

7. การสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเงินการธนาคาร สถานที่ศึกษาหรือแหล่งค้นคว้าทางด้านต่างๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีต่อกัน

2.3.4 ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึงสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ประเพณีและวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือน สามารถจำแนกปัจจัยส่งเสริมหรือดึงดูดนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ ได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางกายภาพ

ปัจจัยทางกายภาพ (Physical Factors) แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

ภูมิประเทศ : ความหลากหลายของภูมิประเทศที่เกิดขึ้นในแต่ละท้องถิ่น เกิดจากการกระทำทางธรรมชาติ ทำให้เกิดเป็นภูมิทัศน์ต่างๆ เช่น ภูเขา น้ำตก เกาะแก่ง ทะเลสาบ ถ้ำ น้ำพุร้อน ชายหาด เป็นต้น การกระทำของธรรมชาติเช่นนี้ ทำให้เกิดทิวทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงามหรือแปลกตา เป็นประโยชน์ในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ภูมิประเทศที่แตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับลักษณะภูมิประเทศของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งเพื่อเป็นข้อมูลในการจัดบริการการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ทั้งด้านการเดินทาง ระยะเวลา และการบริการต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

ภูมิอากาศ

ภูมิอากาศเป็นองค์ประกอบทางกายภาพที่สำคัญ และมีอิทธิพลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวมาก สภาพภูมิอากาศที่ผันแปรไปตามฤดูกาลจะมีผลต่อแบบรูป (Pattern) ของการท่องเที่ยวและการใช้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ เช่น ฤดูร้อนนิยมท่องเที่ยวตามชายฝั่งทะเล ฤดูหนาวนิยมเที่ยวภาคเหนือ เป็นต้น

2. ปัจจัยทางวัฒนธรรม

ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ในแต่ละท้องถิ่นหรือแต่ละภูมิภาคอาจมีวัฒนธรรมความคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันได้

เนื่องจากความใกล้ชิดกันของประชากรหรือการที่มีพื้นที่ติดต่อกัน วัฒนธรรมนี้ ได้แก่ ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่น การคมนาคมขนส่งระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

ในการจำแนกปัจจัยทางวัฒนธรรมนี้ วิชัย เทียนน้อย (2540) ได้แยกไว้โดยละเอียดแบ่งเป็น 12 ชนิด คือ การประกอบอาชีพ ศิลปกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี มรดกทางประวัติศาสตร์ สนามกีฬา สวนสาธารณะ สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์ วัด โรงมหรสพ ศูนย์การค้า และการคมนาคม

จะเห็นว่าปัจจัยทางวัฒนธรรมนั้นครอบคลุมสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมากมาย

3. ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่

- การคมนาคมขนส่ง โดยเฉพาะการขนส่งทางบกและทางอากาศ ทั้งจากต่างประเทศและในประเทศจะต้องสะดวกปลอดภัย รวดเร็ว มีความทันสมัย มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีสายการบินมาลงหลายสาย
- ประชากรมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีการใช้แรงงานเครื่องจักรแทนแรงงานคนมากขึ้น รวมทั้งที่ผู้คนต้องการพักผ่อนและแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ผ่านการท่องเที่ยวมากขึ้น
- ประชากรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สามารถออกท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนได้มากขึ้น บ่อยขึ้น และครั้งละหลายๆ วัน
- การดำเนินการด้านการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กระตุ้นให้ผู้คนเกิดความต้องการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
- พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการจัดระเบียบวิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว และมีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งสู่ที่พัก เป็นต้น
- การมีที่พักระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักเหมาะสมกับคุณภาพสะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล
- การมีร้านอาหารให้เลือกหลากหลาย ทั้งอาหารสากลและอาหารท้องถิ่น ถูกสุขลักษณะ บริการที่สุภาพ และมีการกำหนดราคาอาหารเป็นที่แน่นอน

- การมีบริการนำเที่ยว จัดนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง การมีบริษัทท่องเที่ยวทำหน้าที่ให้บริการด้านต่างๆ ทำให้การท่องเที่ยวสะดวกสบายยิ่งขึ้น
- สินค้าของที่ระลึก มีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา การส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงามดึงดูดใจ และมีความแข็งแรง
- ความปลอดภัยและความสงบเรียบร้อยของประเทศ มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่กังวลต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตน
- ความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าของท้องถิ่น ทำให้เกิดความประทับใจ

ปัจจัยการท่องเที่ยวต่างๆ ที่กล่าวมาล้วนมีความสำคัญ และเป็นสิ่งเอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เพราะหมายถึงต้นทุนการท่องเที่ยวที่มีอยู่ หากมีปัจจัยการท่องเที่ยวหลากหลาย ย่อมหมายถึงตัวเลือกทางการท่องเที่ยวมากมาย ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกบริโภคได้ตามอัธยาศัยและตามอัธภาพแห่งตน

2.3.5 กิจกรรมตติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้สำคัญอันดับต้นๆ ของประเทศ ทำให้ทั้งภาครัฐและเอกชนมีความตื่นตัวที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวในขอบเขตความรับผิดชอบของตน เช่น ภาครัฐดำเนินนโยบายเพื่ออำนวยความสะดวกและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว ส่วนภาคเอกชนดำเนินกิจกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ฉะนั้น กิจกรรมตติยภูมิต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแทบทั้งสิ้น

สำหรับคำจำกัดความของกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น บางครั้งอาจพบคำว่า "อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว" โดยที่ความหมายของคำว่า "อุตสาหกรรม" ตามที่กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ให้ความหมายไว้ นั้น หมายถึง วิสาหกิจต่างๆ ที่ใช้เงินลงทุนและแรงงานเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ หรือผลผลิตหรือบริการในเชิงการค้า เช่น การทำเหมืองแร่ การขุดบ่อน้ำมัน การก่อสร้าง การท่องเที่ยว และประเภทของอุตสาหกรรมนี้ หากเรียกตามกรรมวิธีหรือขบวนการผลิต อาจแยกได้เป็นหลายประเภท หนึ่งในนั้นคือการท่องเที่ยว ที่ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

อุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) คืออุตสาหกรรมให้บริการความสะดวก เช่น การขนส่งทางน้ำ ทางบก ทางอากาศ การท่องเที่ยว ในความหมายนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท เช่น การบิน การรถไฟ การเดินรถ การเดินเรือ การผลิตอาหาร การให้บริการที่พัก การนำเที่ยว การผลิตสินค้าที่ระลึก เป็นต้น (ยุพดี เสตพรณ, 2539)

กิจกรรมตติยกรรมที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้เป็นกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ (ยุพดี เสตพรณ, 2539)

1. ร้านค้าของที่ระลึก
2. โรงแรมและห้องพัก
3. ภัตตาคาร ร้านอาหาร
4. กิจการขนส่ง ได้แก่ การขนส่งทางน้ำ ทางบก และทางอากาศ
5. ธุรกิจบริษัทท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว บริษัทจำหน่ายตั๋วโดยสาร

ในแหล่งการค้าที่มีนักท่องเที่ยว หรือในแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป จะพบกิจกรรมตติยกรรมประเภทต่างๆ ให้บริการเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ ล้วนเป็นบริการในลักษณะเดียวกับที่กล่าวมาข้างต้น ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่ากิจกรรมตติยกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ก็คืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั่นเอง

2.4 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง "การศึกษาปรากฏการณ์ เจนตรีฟิเคชัน ในการอนุรักษ์ชุมชนเมือง : กรณีผลกระทบทางสังคมในย่านชุมชนบางลำพู กรุงเทพมหานคร" ของจาตุรงค์ โพคะรัตน์ศิริ (2546) เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ "เจนตรีฟิเคชัน" ในประเด็นการอนุรักษ์ชุมชนเมือง และผลกระทบทางสังคมต่อย่านชุมชนในพื้นที่เขตชั้นในของเมือง โดยวิเคราะห์ถึงผลกระทบทางสังคมจากการเข้าแทนที่โดยกลุ่มคนที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มคนในชุมชนเดิม พบว่าในกรณีของบางลำพู ปรากฏการณ์ "เจนตรีฟิเคชัน" (Gentrification) ได้แก่ ผู้เข้ามาอยู่ใหม่ในบริเวณที่มีการปรับปรุงอาคารเก่า ผู้คนเหล่านี้เป็นผู้อยู่ในวัยหนุ่มสาว มีการศึกษา และมีรายได้สูงกว่าผู้ถือครองอาคารกลุ่มอื่นที่เหลือ แหล่งที่เกิดเจนตรีฟิเคชันมากที่สุด คือ ย่านชุมชนเก่าที่อยู่ในเขตพื้นที่ชั้นในของเมือง หรืออยู่ในบริเวณชุมชนเก่าแก่ ในกรุงเทพฯ พบว่ามีลักษณะของปรากฏการณ์รูปแบบนี้เกิดขึ้น โดยเฉพาะในบริเวณ "บางลำพู" ซึ่งจัดว่าเป็นบริเวณที่มีความเป็นมาเก่าแก่มากที่สุดแห่ง

หนึ่งของกรุงเทพฯ การที่กลุ่มคนภายนอกบางลำพูเข้ามาถือครองอาคารในบางลำพูก็เพื่อประโยชน์ด้านกิจกรรมเศรษฐกิจมิใช่ด้านที่พักอาศัย และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านกิจกรรม ตติยกรรมเกี่ยวกับความบันเทิงและท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงด้าน เศรษฐกิจ สังคม ต่อชุมชนและการจ้างงานของประชากร อีกทั้งประชากรส่วนใหญ่รู้สึกว่าการ ท่องเที่ยวให้ประโยชน์ต่อชุมชน เช่นช่วยปรับปรุงการขนส่งสาธารณะ

ส่วนงานวิจัยเพื่อศึกษาวิวัฒนาการและกระบวนการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบชุมชน ในบริเวณบางลำพู ตลอดจนแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เรื่อง “กระบวนการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบชุมชนในกรุงรัตนโกสินทร์ : กรณีศึกษาย่านบางลำพู” ของ อภิชัย กาบทอง (2542) ระบุว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้บางลำพูมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใน พื้นที่จำนวนมากที่สุดแห่งหนึ่งของกรุงเทพฯ ไม่ว่าจะเข้ามาพักอาศัย เข้ามาท่องเที่ยว หรือซื้อ สินค้า ส่งผลให้เกิดการสร้างงานและอาชีพให้คนท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก เช่น ธุรกิจที่พักอาศัย ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก บริษัทท่องเที่ยว ร้านรับซักรีด ร้านขายยา และอื่นๆ

นอกจากนี้ มีการศึกษาบทบาทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย โดย ธวัชชัย ยงกิตติกุล และ อีรพงษ์ วิภิตเศรษฐ (ธวัชชัย ยงกิตติกุล และ อีรพงษ์ วิภิตเศรษฐ, 2520 อ้างถึงใน สามารถ ปิอกตั้ง, 2532) ศึกษาโดยใช้แบบจำลองเศรษฐกิจ (Econometrics) พบว่าการ ท่องเที่ยวนอกจากจะช่วยลดอัตราว่างงานแล้ว ยังทำให้เกิดการจ้างงานในกิจกรรมตติยกรรม ประเภทต่างๆ เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว การบริการขนส่ง เป็นต้น นอกจากนี้รายได้ ของการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และมีส่วนทำให้ผลิตภัณฑ์ประชาชาติ เพิ่มขึ้นอีกด้วย

สำหรับผลกระทบของธุรกิจการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม ญาณี จิตต์กุลสัมพันธ์ (2544) ได้ศึกษา “ผลกระทบธุรกิจการท่องเที่ยวต่อการ เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนข้าวสาร” ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งของ บางลำพู โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทาง เศรษฐกิจและสังคมของชุมชนถนนข้าวสารในรอบ 10 ปี รวมทั้งวัฒนธรรมของประชากรในชุมชน ถนนข้าวสาร ผลการวิจัยพบว่าผลกระทบของการท่องเที่ยวส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้าน เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ต่อประชากรในชุมชนถนนข้าวสาร โดยในด้านเศรษฐกิจ นอกจาก

จะทำให้ประชากรมีรายได้สูงขึ้นแล้ว ยังทำให้ประชากรในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงอาชีพไปทำกิจกรรมตติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากขึ้น ทางด้านสังคมพบว่ามีคนต่างถิ่นย้ายถิ่นฐานเข้าสู่ชุมชนเพื่อประกอบกิจกรรมเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น และลักษณะที่อยู่อาศัยในชุมชนมีการปรับเปลี่ยนจากอาคารบ้านเรือนเป็นสถานประกอบการเพิ่มขึ้น รวมทั้งมีการใช้ประโยชน์จากเนื้อที่เพิ่มมากขึ้น

วิมลสิริ เหมทานนท์ (2546) ทำวิจัยเรื่อง "การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีชุมชนย่านบางลำพู" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับการมีส่วนร่วมในมิติต่างๆ ของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยและปัญหา ข้ออุปสรรค พบว่าบางลำพูเป็นบริเวณการค้าที่สำคัญมาตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น จนกระทั่งปัจจุบันยังคงเป็นบริเวณที่มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งมีทั้งห้างสรรพสินค้าและร้านค้าที่เป็นอาคารพาณิชย์ ส่วนสินค้าที่จำหน่ายมีทั้งเครื่องอุปโภค บริโภค ตลอดจนมีเกสต์เฮาส์จำนวนมาก และเมื่อกระแสทุนนิยมประกอบกับนโยบายเน้นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมทำให้บางลำพูเปลี่ยนไปเป็นบริเวณพาณิชยกรรมและบริเวณที่พักอาศัยปะปนกัน มีสถานประกอบการที่รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น บริษัทท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านถ่ายรูป และยังมีการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวต่างชาติบางรายใช้บางลำพูเป็นที่พักเพื่อเตรียมตัวเดินทางต่อไปยังประเทศหรือจังหวัดใกล้เคียงต่อไป โดยที่งานวิจัยนี้ให้แนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลาย เช่น ทฤษฎีการอนุรักษ์ ทฤษฎีการทำให้เป็นเมือง ทฤษฎีวิทยาการปรับปรุงเมือง แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน มาเป็นแนวคิดในการศึกษา

ชญัญ ชีวภรณ์วิวัฒน์ (2544) ได้ศึกษาวิวัฒนาการและรูปแบบการตั้งถิ่นฐานรวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของชุมชนย่านบางลำพู ตลอดจนบทบาทและความสำคัญของชุมชนย่านบางลำพูในอดีตและปัจจุบัน พร้อมทั้งเสนอแนะบทบาทและรูปแบบการตั้งถิ่นฐานที่เหมาะสมสำหรับชุมชนย่านบางลำพูไว้ในวิทยานิพนธ์เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการตั้งถิ่นฐานย่านบางลำพู" โดยศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิวัฒนาการของเมือง และการตั้งถิ่นฐาน พบว่าบางลำพูเปลี่ยนแปลงจากบริเวณสำหรับอยู่อาศัยที่มีตลาดเป็นศูนย์กลางการเติบโตของเมือง มีวังและวัดเป็นแกนนำในอดีต มาเป็นบริเวณที่มีการดำเนินกิจกรรมตติยภูมิที่สำคัญและเป็นแหล่งที่พักของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ชญัญได้สรุปข้อเสนอนโยบายที่เหมาะสมสำหรับบางลำพูในอนาคตไว้ 4 ประการ ซึ่ง 2 ประการ ใน 4 ประการนั้นคือบทบาทของ

กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวและกิจกรรมย่านการค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจประเภทกิจกรรมตติยกรรมในบางลำพูน

2.5 สรุป

สำหรับบทนี้เริ่มจากการอธิบายการจำแนกกิจกรรมเศรษฐกิจเป็น 3 ประเภท จากนั้นเป็นการนำเสนอแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมตติยกรรม โดยในที่นี้ได้กล่าวถึงทฤษฎีต่างๆ ได้แก่ ทฤษฎีแบบมีหลายศูนย์กลางหรือทฤษฎีวงแหวน ทฤษฎีแบบเดี่ยวหรือเดี่ยว และทฤษฎีแบบหลายศูนย์กลาง และยังได้กล่าวถึงแนวความคิดอื่นๆ คือ เขตการค้า และศูนย์การค้าแบบบริบอบน จากนั้นจึงได้นำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและกิจกรรมตติยกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว