บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ความน่าสนใจและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากความน่าสนใจและความสวยงามแล้ว แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีความหลากหลาย ซึ่งยิ่งเป็นการเพิ่มเสน่ห์และสร้างสีสันให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมมีความต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวบางคนอาจประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ บางคนอาจหลงใหลชื่นชมกับอารยธรรมโบราณในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน แต่บางคนอาจสนุกสนานไปกับแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ

การศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำผลการศึกษามาคาดการณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา ความสนใจ สื่อ ผู้ร่วมทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-sectional Data) จากการออกแบบสอบถามนักท่องท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Multinomial Logit ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ อายุ ภูมิลำเนา เพศ รายได้ ระดับการศึกษา ความสนใจ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และผู้ร่วมทาง สำหรับ จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย พบว่าไม่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาที่ได้ และการพิจารณาจากค่าความน่าจะเป็นในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ทำให้สามารถคาดการณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางนโยบายเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูง ซึ่งส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพ ผู้จัดการ-บริหาร/ผู้เชี่ยวชาญ-เทคนิค/ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ/ทหาร ดังนั้นถ้าสามารถประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้และ

เชิญชวนให้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว จะสามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาล เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง อย่างไรก็ดีนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบที่สะดวกสบายและหรูหรา ดังนั้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งมาตรฐานการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็น ด้านที่พัก และด้านการขนส่งให้เหมาะสมกับความต้องการ

กลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน เป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดล่างที่มีรายได้และค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในระดับต่ำ-ปานกลาง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพพนักงาน-ลูกจ้าง และกลุ่มแม่บ้าน อีกกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชนคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มากับครอบครัว กลุ่มสตรี และกลุ่มเกษียณอายุ ซึ่งถือเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวในระดับสูง และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป และโอเชียเนีย สำหรับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ได้ผลดีที่สุดควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยอาจนำเสนอในรูปแบบของภาพยนตร์โฆษณา หรือสารคดีท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคยุโรป และโอเชียเนีย อีกกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุน้อยหรือกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งชื่นชอบกิจกรรมกีฬาผจญภัยต่างๆในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ดำน้ำ ปีนเขา ปั่นจักยาน นอกจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเพราะชื่นชอบความท้าทายของกิจกรรมผจญภัยแล้ว นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวกับกลุ่มครอบครัวก็นับเป็นกลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติด้วยเช่นกัน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมควรเป็นไปในลักษณะของการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมผจญภัยต่างๆ ควบคู่ไปกับการเสนอภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสำหรับเป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับครอบครัว เพราะน่าจะทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายข้างต้นอยากที่จะเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น

กลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพียงลำพัง เดินทางมากับคู่รัก หรือกลุ่มเพื่อน ที่เป็นเช่นนี้เพราะนักท่องเที่ยวในกลุ่มดังกล่าวมักเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อหาความสนุกสนาน สำหรับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกลุ่มครอบครัว ไม่นิยมแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการเท่าไรนัก อาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการในความคิดของนักท่องเที่ยวจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภท Bar และ Night Show ซึ่งอาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพียงลำพัง หรือมากับคู่รัก และมากับเพื่อน มากกว่าที่จะเดินทางมากับครอบครัว นอกจากนักท่อง

เที่ยวในกลุ่มข้างต้น ยังมีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากข้อจำกัดในด้านเวลาและงบประมาณที่ใช้ในการศึกษา ขนาดตัวอย่างที่ใช้จึงมีขนาดเล็ก ซึ่งอาจทำให้ค่าที่ได้มีความเอนเอียง และเกิดความผิดพลาดขึ้นได้ และในส่วนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจาก 7 ประเทศเท่านั้น โดยกำหนดให้นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศญี่ปุ่น และสิงคโปร์ เป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก และนักท่องเที่ยวจากประเทศ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมัน และสวีเดน เป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป และนักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลีย เป็นตัวแทนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคโอเชียเนีย ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ศึกษาเห็นว่าการกำหนดประชากรในลักษณะดังกล่าว จะทำให้การสรุปผลการศึกษาเห็นภาพได้ชัดเจนขึ้น แต่การกำหนดให้ประชากรเพียงไม่กี่ประเทศเป็นตัวแทนประชากรในระดับภูมิภาคนั้น อาจทำให้การสรุปผลการศึกษาคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ดังนั้นถ้าผู้สนใจมีเวลาและงบประมาณเพียงพอ ควรเพิ่มขนาดตัวอย่างให้มากขึ้น และเพิ่มจำนวนประเทศที่จะใช้เป็นประชากรในการศึกษาให้ครอบคลุมมากขึ้นด้วย

2. เนื่องจากเหตุการณ์วินาศกรรมอาคารเวิลด์เทรด เซ็นเตอร์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงเดือนกันยายน ปี 2544 ทำให้เกิดผลกระทบโดยตรงในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งช่วงเวลาของเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นช่วงเวลาเดียวกับการจัดเก็บข้อมูล ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงจำเป็นต้องตัดนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาออกไปจากการเป็นประชากรในการศึกษา เนื่องจากความลำบากในการหากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นนักท่องเที่ยวที่ถือว่าเป็นตลาดที่สำคัญของไทย และสมควรที่จะนำมาศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นถ้าผู้สนใจมีเวลา และเหตุการณ์ทางการเมืองสงบลง สมควรที่ผู้สนใจควรจะศึกษากรณีนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มเติมด้วย

3. ระยะเวลาที่เก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2544 ถึงเดือนมกราคม 2545 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่คาบเกี่ยวระหว่างฤดูท่องเที่ยว และนอกฤดูท่องเที่ยว แต่ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาไม่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยแยกเป็นช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งผู้สนใจที่จะทำการศึกษาต่อไปควรแยกช่วงเวลาที่จะทำการศึกษา เพื่อจะได้แยกความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในช่วงฤดูท่องเที่ยว และนอกฤดูท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว สามารถนำมาใช้วางนโยบายเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ดังนี้

1) ประเด็นที่น่าสังเกตของสถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยก็คือ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย แต่ยังขาดการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งหมายความว่าประเทศไทยมีความพร้อมด้านอุปทาน แต่ยังขาดการพัฒนาในด้านอุปสงค์นั่นเอง และหากได้ศึกษานโยบายการท่องเที่ยวในปัจจุบัน พบว่านโยบายหลักคือการพัฒนาและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และมีความหลากหลาย โดยคาดหวังว่านโยบายดังกล่าวจะเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว แต่ไม่มีการวางนโยบายเกี่ยวกับการกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทอย่างจริงจัง การกำหนดนโยบายที่เน้นด้านอุปทานแต่เพียงอย่างเดียวนั้น ไม่สามารถทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสัมฤทธิ์ผลได้ ดังนั้นจึงควรวางนโยบายด้านอุปสงค์ไปพร้อมๆกัน นั่นคือต้องทำการศึกษาว่านักท่องเที่ยวกลุ่มไหนต้องการสินค้าท่องเที่ยวประเภทใด เพื่อเป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างถูกต้อง ซึ่งจากผลการศึกษาในครั้งนี้คาดว่าจะสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านอุปสงค์เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ เพราะผลการศึกษาที่ได้สามารถบอกกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท ได้ดังนี้

(1) กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพ ผู้จัดการ-บริหาร/ผู้เชี่ยวชาญ-เทคนิค/ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ/ทหาร

(2) กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงาน-ลูกจ้าง กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มครอบครัว กลุ่มสตรี กลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป และโอเชียเนีย และกลุ่มเกษียณอายุ

(3) กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป และโอเชียเนีย กลุ่มเยาวชน และกลุ่มครอบครัว

(4) กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพียงลำพัง และเดินทางมากับเพื่อน กลุ่มฮันนีมูน กลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก

และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง ซึ่งแฝงตัวอยู่ในนักท่องเที่ยวกลุ่ม Business และ กลุ่ม MICE[38](Meeting Intencive Conference Exhibition)

2) จากผลการศึกษาที่พบว่า สื่อวิทยุ โทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมชุมชน ดังนั้นจึงควรเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ผ่านสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ท้องถิ่น โดยอาจร่วมมือกับตัวแทนการท่องเที่ยวต่างๆ ยิ่งในปัจจุบันมีการเปิดตัวสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว(Thai TV Grobal Network : TGN)เพื่อแพร่ภาพผ่านระบบดาวเทียม ยิ่งเป็นการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3) เนื่องจากสื่อประเภทวิทยุ และโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ทางหน่วยงานการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องจึงควรทบทวนวิธีการประชาสัมพันธ์ทางอ้อมที่ปัจจุบันเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้น นั่นคือ การถ่ายทำภาพยนตร์โดยมีประเทศไทยเป็นฉากหลัง ซึ่งนับเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดี ยกตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง Anna and the King ที่ทำให้ชาวต่างชาติให้ความสนใจวัฒนธรรมไทยมากขึ้น ถึงแม้ว่าภาพยนตร์เรื่องนี้จะไม่ได้ถ่ายทำในเมืองไทย แต่เนื่องจากเป็นเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย จึงสามารถสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ แต่ในทางกลับกันการสนับสนุนให้มีการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย ก็เป็นนโยบายที่มีผลในด้านลบได้ ถ้าขาดการควบคุมดูแลจากภาครัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการทำลายทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม การนำเสนอภาพวัฒนธรรมท้องถิ่นในทางที่ไม่ควร เป็นต้น ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยวิธีนี้อย่างรอบคอบ

4) ควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุให้มากขึ้น ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ขายได้ทั้งในช่วงฤดูท่องเที่ยว และนอกฤดูท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชนให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นับเป็นเรื่องที่ดี เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ซึ่งถ้าการประชาสัมพันธ์ได้ผล จะสามารถสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวได้อย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ มีรายได้ และค่า

---

[38] MICE เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทการประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวที่เป็นรางวัล นักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ และให้ผลตอบแทนในระดับสูง อ้างจาก : ประภาวดี เผ่าทองจีน, "แผนการท่องเที่ยวปี 2544," จุลสารการท่องเที่ยว20(มกราคม-มีนาคม 2544) : 4-10.

ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่สูง ซึ่งปัญหาของการเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุก็คือ มีตัวแทนของหน่วยงานท่องเที่ยวในต่างประเทศที่ทำเรื่องการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจำนวนน้อยราย ดังนั้นทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงควรประสานงานกับตัวแทนการท่องเที่ยวต่างๆเพื่อเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุอย่างจริงจัง และสิ่งที่ควรทำควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ก็คือ การให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น การบริการด้านการแพทย์ที่ดี ที่พักที่มีคุณภาพ และสะดวก ผู้ดูแลที่พูดภาษาของนักท่องเที่ยวได้

5) จากผลการศึกษาที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง เป็นกลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะแฝงตัวอยู่ในนักท่องเที่ยวกลุ่ม Business และ กลุ่ม MICE ดังนั้นจึงควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวนันทนาการไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว โดยการประชาสัมพันธ์ไปในทิศทางว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความผ่อนคลายระหว่างการประชุม และเหมาะจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการรับรองลูกค้า ซึ่งถ้าการประชาสัมพันธ์ได้ผลจะเป็นผลดีให้กับการท่องเที่ยวได้อย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ และให้ผลตอบแทนในระดับสูง แต่สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ก็คือ การรักษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ เพราะประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้อยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์รวมของปัญหาโสเภณี และปัญหายาเสพติด

6) จากผลการศึกษาที่พบว่าแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด ซึ่งผู้ศึกษาคิดว่าสาเหตุของปัญหาดังกล่าวก็คือ นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าร่องรอยของโบราณสถานที่พบเห็น บอกเล่าเรื่องราวอะไร และมีความสำคัญอย่างไร ความไม่รู้นี่เองที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ดังนั้นทางหน่วยงานมีเกี่ยวข้องจึงควรสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว โดยการนำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ควบคู่ไปกับการขายความสวยงามทางสถาปัตยกรรมในแหล่งท่องเที่ยว โดยในแหล่งท่องเที่ยวอาจมีการบรรยายเรื่องราวให้หลากหลายภาษา แจกคู่มือการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถึงแม้ในปัจจุบันจะมีการดำเนินการอยู่บ้าง แต่ก็มีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ และมีแต่การนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น ดังนั้นควรเพิ่มการบรรยายในภาษาอื่นๆด้วย เช่น ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส เป็นต้น

7) ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง แต่ปัญหาที่มีในปัจจุบันก็คือ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มติดภาพว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของไทยยังมีความเสื่อมโทรม ซึ่งทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวซ้ำลดลง ดังนั้นจึงควรเสนอภาพและเรื่องราวแก่

นักท่องเที่ยวว่า ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของไทยกลับมาสวยงาม และมีปัญหาสิ่งแวดล้อมลดลง โดยต้องทำควบคู่ไปกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังด้วย

8) ถึงแม้การศึกษาครั้งนี้ จะไม่นำราคามาพิจารณา แต่ราคาอาจมีผลทางอ้อม ในรูปแบบของความคุ้มค่าของเงินในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นนโยบายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับ การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีความหลากหลาย แต่ความคุ้มค่าของเงินในที่นี้ไม่ใช่หมายความถึงการท่องเที่ยวราคาถูก แต่หมายถึงการทำให้เงินที่นักท่องเที่ยวต้องเสียไปเพื่อการท่องเที่ยว มีความคุ้มค่าและให้ความพอใจกับนักท่องเที่ยวได้สูงสุด ดังนั้นนโยบายที่นำมาใช้จึงไม่ใช่นโยบายลดราคา เหมือนนโยบายที่ใช้กับสินค้าทั่วไป เพราะการทำเช่นนั้นจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวราคาถูก แต่นโยบายที่ควรนำมาใช้ก็คือการสอดส่องดูแลราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้สูงเกินไป และการป้องกันปัญหาการโก่งราคาที่จะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

9) สิ่งหนึ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากก็คือ ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่พบในแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น พัทยา ภูเก็ต ซึ่งในปัจจุบันทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็กำลังดำเนินนโยบายเพื่อแก้ปัญหานี้อยู่ โดยได้ทำการปรับปรุง และฟื้นฟูสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหลักควบคู่ไปกับ การเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสริม เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง เพื่อให้เกิดการกระจายของนักท่องเที่ยว แต่ก็พบว่านโยบายดังกล่าวยังไม่ได้ผลเท่าไรนัก ทั้งนี้ทั้งนั้นไม่ว่าจะเป็นการดำเนินนโยบายฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวหลัก หรือเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสริม สิ่งที่ทุกฝ่ายจะต้องคำนึงถึงก็คือ ในเมื่อประเทศไทยพยายามสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ คุ้มค่าเงิน และมีความปลอดภัย ดังนั้นในทางปฏิบัติ ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก็ต้องทำให้สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นเช่นนั้นด้วยเช่นกัน