

รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ภาควิชา รัตนโรจนกุล

คุณฉันทิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาคุณฉันทิพนธ์บัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา


คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

กรกฎาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมคุณวุฒิบัณฑิตและคณะกรรมการสอบคุณวุฒิบัณฑิต ได้พิจารณา
คุณวุฒิบัณฑิตของ ภาคภูมิ รัตนโรจนากุล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา
ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

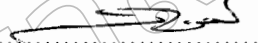
คณะกรรมการควบคุมคุณวุฒิบัณฑิต

.......... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทศนัยนา)

.......... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ดร.ศักดิ์ชาย พัทธกัญวงศ์)

.......... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมโภชน์ อเนกสุข)

คณะกรรมการสอบคุณวุฒิบัณฑิต

.......... ประธาน

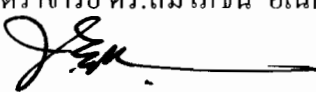
(ดร.เสกสรร นาควงศ์)

.......... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทศนัยนา)

.......... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมโภชน์ อเนกสุข)

.......... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤพนธ์ วงศ์จตุรภัทร)

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา อนุมัติให้รับคุณวุฒิบัณฑิตฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา
ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.......... คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(ดร.ศักดิ์ชาย พัทธกัญวงศ์)

วันที่ 14 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2554

ประกาศคุณูปการ

คุณุณิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในประเทศไทยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้โดยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทัศนัยนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ดร.ศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมโภชน์ อเนกสุข อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่กรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และเอาใจใส่ด้วยคิดลอคมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ดร.เสกสรร นาควงศ์ ประธานกรรมการสอบคุณุณิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทัศนัยนา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมโภชน์ อเนกสุข และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤพนธ์ วงศ์จตุรภัทร กรรมการสอบคุณุณิพนธ์ที่กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนการแก้ไข

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เอนก สุตรมมงคล รองศาสตราจารย์ ดร.ประทุม ม่วงมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ ดร. นายแพทย์เกษม ไข่มุกด์ กิจ ดร.ไพฑูริย์ กันสิงห์ กรุณาให้คำปรึกษาที่ดีในการทำคุณุณิพนธ์ รวมทั้งคุณครู อาจารย์ ทุกท่านในทุกระดับ การศึกษาที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้อันมีค่ายิ่งให้แก่ผู้วิจัย จนประสบความสำเร็จในวันนี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในประเทศไทยทุกท่าน ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการ ผู้นำเส้นทาง ผู้ให้บริการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิ ในการสนทนากลุ่มและการวิพากษ์ทุกท่าน

ขอขอบคุณ คุณฉันทไชย ทัศนโสภณ คุณรังสรรค์ สงวนศรี คุณไกรศักดิ์ บุญทิพย์ คุณอนุกุล สอนเอก คุณชเนศ ทัศนพิรพานิช คุณนที เรืองสะอาด คุณธรรมสฤษดิ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา คุณอุทัย ยอดคำมัน คุณธีรศักดิ์ ขนานใต้ คุณสมบุญรณ์ หง่าฝ้า คุณสมเดช หง่าฝ้า คุณแคทลียา อุปคำ คุณณกรณ์ วุฒิกานากร คุณนงลักษณ์ เพชรอำนวย คุณชาติชาย เกษมสุข คุณชัยวุฒิ พุ่มทอง คุณสมยศ ทองแก้ว คุณจำลอง ฉิมคล้าย คุณทวีศักดิ์ เพ็ญประยูร คุณแสงปทีป แก้วสาคร อ้อย ยูโรและผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีได้เอื้อนาม รวมทั้งนิสิตปริญญาเอกทุกท่านที่เป็นกำลังใจโดยตลอดมา

ขอขอบพระคุณ คุณพ่ออยู่เชียง แซ่อึ้ง คุณแม่รุจี รัตนโรจนากุล คุณพี่ราเชนทร์ รัตนโรจนากุล คุณศิริพงษ์ รัตนโรจนากุล และนางสาวภคพร รัตนโรจนากุล บุตรี ผู้ที่เป็นแรงบันดาลใจที่สร้างความประทับใจและกำลังใจด้วยดีเสมอทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการ คุณุณิพนธ์สำเร็จในครั้งนี้

ภาคภูมิ รัตนโรจนากุล

48810281: สาขาวิชา: วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา; ปร.ด.

(วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา)

คำสำคัญ: กีฬาปีนหน้าผา/ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์/ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ภาควิชา รัตนโรจนากุล: รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผา
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย (A MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR
ROCK CLIMBING, ECOTOURISM IN THAILAND) คณะกรรมการควบคุมคุณภาพนิพนธ์: นภพร
ทัศนัยนา, ค.ค, ศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์, ค.ค, สมโภชน์ อเนกสุข, กศ.ค. 209 หน้า. ปี พ.ศ. 2554.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย โดยกำหนดระเบียบวิธีวิจัย 4 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาเอกสารงานวิจัย รวมถึงมาตรฐานการท่องเที่ยว มาตรฐานกิจกรรมปีนหน้าผา และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง สร้างเป็นแบบสอบถามสภาพและปัญหาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย โดยใช้ กรอบแนวคิด โครงสร้างหน้าที่ทางการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การปฏิบัติการ การควบคุมและทรัพยากรในการบริหาร ประกอบด้วย ทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่และการจัดการมีค่าความเที่ยงตรง .60 ขึ้นไป และมีค่าความเชื่อมั่น .78 2) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 3) วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบและกระบวนการนำมาสร้างเป็นรูปแบบโดยการสนทนากลุ่ม 4) จัดเวทีทำการประชาพิจารณ์โดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อสรุปรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

ยุทธศาสตร์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย/ วัตถุประสงค์ เป็น 6 ยุทธศาสตร์ 33 กลยุทธ์ ในการจัดองค์การ มีคณะกรรมการการดำเนินงานบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ศูนย์ส่งเสริมกลยุทธ์เพื่อการบริหารจัดการ และศูนย์ส่งเสริมมาตรฐานของผู้ประกอบการ มีการปฏิบัติการ 6 ด้าน คือ โครงสร้างการพัฒนองค์กรที่ชัดเจน, การจัดกิจกรรมอย่างยั่งยืน, การส่งเสริมมาตรฐานกีฬา, การจัดกิจกรรมส่งเสริมเอกลักษณ์กีฬาปีนหน้าผาเฉพาะถิ่น, การจัดกิจกรรมกีฬาปีนหน้าผาเชิงนิเวศเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทย และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการแข่งขันและมีการควบคุม 4 ด้าน คือ การตรวจสอบและติดตามการประเมินผลการทำงาน, ระบบ วิธีการติดตาม ตรวจสอบ และแนวทางในการปรับปรุงอย่างมีประสิทธิภาพ และการสรุปวิเคราะห์การดำเนินงานในปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินงานต่อไป

48810328: MAJOR: EXERCISE AND SPORT SCIENCE; Ph.D.
(EXERCISE AND SPORT SCIENCE)

KEYWORDS: ROCK CLIMBING/ MANAGERIAL STRATEGY/ ECOTOURISM

PARKPOOM RATANAROJANAKOOL: A MANAGERIAL STRATEGIC MODEL
FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM IN THAILAND. ADVISORY COMMITTEE:
NOPPORN TASNAINA, Ed.D., SAKCHAI PITAKWONG, Ed.D., SOMPOCH
ANEGASUKHA, Ed.D. 209 P. 2011.

The purpose of this research was to study the managerial strategic model for rock climbing, ecotourism in Thailand, using four steps methods; (1) literature reviews on nature of rock climbing of Thailand, including the standard of tourism as well as the standard of rock-climbing activity and relevant law to construct the Strategic Management Status and Problem Questionnaire for the rock-climbing tourism in Thailand. The conceptual framework and construction of management functions included planning, organization, operation, controlling, and management resources, consisting of human resources, budgeting, instrument, place, and management. This Questionnaire is valid ($> .60$) and reliable ($r = .78$), (2) Data collected, (3) analysis and synthesis factors and procedures for model formation through focus group technique. (4) a public resolution, by experts for a summary making of the strategic management of rock climbing for ecological tourism in Thailand. The percentage, mean, and standard deviation were used for the data examination.

Results were as follows;

The managerial strategic model on ecotourism of Thailand includes vision, obligation, goal/ purpose in 6 strategies, and 33 tactics. The organization composed of the committee of managerial strategy, a strategies on support centre for management, as well as a centre to support standard of stakeholder which contained 6 practical activities (e.g., obvious structure of organizational development, sustainable organization, promotion, promotion of local uniqueness promotion of Thai-culture, and organization of cliff-sport-tourism supporting activity for competition, and 4 control activities (e.g. determination and assessment of working outcome, and systems, strategies and guidelines of improvement, and summary and analysis of current administration for future administration information).

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
คำถามของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
คุณค่าและความสำคัญของการท่องเที่ยว.....	6
รูปแบบของการท่องเที่ยว.....	10
องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	21
ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	25
ความหมายของธุรกิจการท่องเที่ยว.....	31
ระบบการท่องเที่ยว.....	32
การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว.....	41
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	43
กิจกรรมการปีนหน้าผา.....	55
การจัดการเชิงกลยุทธ์.....	64
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	76
การสนทนากลุ่ม.....	81
การวิจัยเชิงบูรณาการแบบองค์รวม.....	98
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	104

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	123
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	125
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	125
การเก็บรวบรวมข้อมูล	125
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	126
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	127
ผลการวิจัย.....	128
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	164
สรุปผลการวิจัย	164
อภิปรายผล.....	166
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	169
ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้.....	170
บรรณานุกรม	171
ภาคผนวก.....	179
ประวัติย่อของผู้วิจัย	209

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	เปรียบเทียบวิสัยทัศน์ของการพัฒนาของแผนฯ 8 แผนแม่บทการท่องเที่ยวและนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ..... 48
2	การวิเคราะห์สภาพสิ่งแวดล้อม..... 72
3	สภาพแวดล้อมภายใน..... 74
4	แสดงการวิเคราะห์ Tows Matrix..... 75
5	แสดงจำนวนและคำร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาปีนหน้าผา..... 128
6	แสดงผล คำเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสภาพที่เป็นจริงด้านการวางแผนการจัดการจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย..... 130
7	แสดงผล คำเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสภาพที่เป็นจริงด้านการจัดการจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย..... 132
8	แสดงผล คำเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสภาพที่เป็นจริงด้านการปฏิบัติการการจัดการจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย..... 134
9	แสดงผล คำเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสภาพที่เป็นจริงด้านการควบคุมการจัดการจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย..... 136
10	แสดงผล คำเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของปัญหาการวางแผนการจัดการจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย..... 137
11	แสดงผล คำเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับของปัญหาการจัดการจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย..... 139

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
12 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับของปัญหาการปฏิบัติการ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในประเทศไทย.....	140
13 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับของปัญหาการควบคุม การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในประเทศไทย.....	142

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	22
3 แสดงระบบการท่องเที่ยว	32
4 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	37
5 แสดงกระบวนการที่ให้บริการนักท่องเที่ยว	40
6 ระบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	45
7 การปีนหน้าผาในลักษณะของการปีนขึ้น (Top-roping)	59
8 การปีนหน้าผาในลักษณะของการปีนขึ้น (Single-pitch)	60
9 การปีนหน้าผาแบบโรยตัว (Abseiling)	61
10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับทางการบริหารกับการวางแผนชนิดต่าง ๆ	64
11 แสดงระดับของกลยุทธ์	65
12 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ตามขั้นตอนทั้ง 5 ขั้น	67
13 สภาพสิ่งแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมในการดำเนินการและสภาพแวดล้อมภายใน	71
14 วงจรสร้างคำอธิบายเชิงทฤษฎีจากพื้นที่สนาม	80
15 แสดงขั้นตอนการวิจัย การดำเนินการและผลที่ได้รับแต่ละขั้นตอน	124
16 ภาพแสดงจุดอ่อนและจุดแข็งของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย	145
17 แสดงให้เห็นในสิ่งที่เป็โอกาสของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย	146
18 แสดงให้เห็นในสิ่งที่ควรพิจารณาหรืออุปสรรคของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย	147
19 แสดงถึงหลักการของโครงสร้างหน้าที่การบริหารจัดการและทรัพยากรในการบริหาร รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง มาตรฐานและกฎหมายต่าง ๆ	148
20 แสดงให้เห็นถึง การศึกษาในองค์ประกอบย่อยในแต่ละด้านของการบริหารจัดการ เชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย	149
21 แสดงให้เห็นรายละเอียดจุดแข็งและจุดอ่อนด้านการวางแผน (Planning) ในการบริหาร จัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย	150

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
22 แสดงให้เห็นรายละเอียดจุดแข็งและจุดอ่อนด้านการจัดองค์การ (Organizing) ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย.....	151
23 แสดงให้เห็นรายละเอียดจุดแข็งและจุดอ่อนด้านการปฏิบัติการ (Implementing) ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย.....	152
24 แสดงให้เห็นรายละเอียดจุดแข็งและจุดอ่อนด้านการควบคุม (Controlling) ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย.....	153
25 แสดงรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย.....	159
26 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์การพัฒนามนุษย์ (Man).....	160
27 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์พันธมิตรทางการเงินที่ดี (Money).....	160
28 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์การดูแลวัสดุอุปกรณ์และสถานที่อย่างยั่งยืน (Material).....	160
29 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Management).....	161
30 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์การตระหนักรู้ความรู้อย่างยั่งยืน (Knowledge) ในกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย.....	161
31 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์สารสนเทศและนวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยวกีฬาปีนหน้าผาเชิงนิเวศในประเทศไทย.....	161

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวกีฬา (Sport Tourism) มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นธุรกิจการให้บริการก่อให้เกิดรายได้ เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ มีอัตราการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยเป็นจำนวนมากก่อให้เกิดรายได้เป็นอย่างมากจากการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2546) เป็นเพราะทัศนคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อประเทศไทยเป็นไปในทางที่ดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิรายุทธ บุญแต่ง (2549, บทคัดย่อ; สิทธิชัย ชีวะโรธ, 2548, บทคัดย่อ; นีออน ศรีสมยง, 2549, บทคัดย่อ) ที่แสดงให้เห็นว่า เมื่อมีแหล่งท่องเที่ยวก็จะเกิดนักท่องเที่ยวและมีการใช้จ่าย ซึ่งจะก่อให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ ส่งผลให้เกิดเป็นอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและมีผู้ประกอบการดำเนินการในด้านธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางกีฬาปีนหน้าผาขึ้น (Rock Climbing Tourism) รวมทั้งมีรูปแบบการบริหารจัดการในธุรกิจการท่องเที่ยวทางการกีฬา (Sports Business Model) ในกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalize) ในโลกของสังคมออนไลน์ของระบบสารสนเทศ ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันและแพร่หลายในทวีปยุโรปรวมทั้งกระจายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

การท่องเที่ยวกีฬาปีนหน้าผา เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ใช้การกีฬาปีนหน้าผาเป็นสื่อที่ผนวกเข้าไปในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว มุ่งเน้นในการนำเอากิจกรรมกีฬาปีนหน้าผาเป็นส่วนที่สำคัญในกิจกรรมการท่องเที่ยว เน้นไปยังกระแสของความห่วงใยธรรมชาติและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผิดชอบร่วมกัน เกี่ยวกับการดูแลรักษาธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับระบบนิเวศ ก่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) หรือการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นประสานงานร่วมกัน ก่อให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) เป็นตลาดการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มุ่งกระจายไปยังการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือตลาดเฉพาะกลุ่ม (Market Segment) ที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วที่สุดและมีอนาคตทางธุรกิจที่เป็นไปตามกระแสโลกที่หันมาสนใจกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น (เกสรี ลัดเด็ย, 2549)

การท่องเที่ยวกีฬาปีนหน้าผาในประเทศไทยเป็นรูปแบบการบริหารจัดการในธุรกิจการท่องเที่ยวทางกีฬา ก่อให้เกิดการสร้างงานในรูปแบบของผู้ประกอบการ ที่เป็นบริษัทและผู้ที่เกี่ยวข้องของการนำเที่ยวการปีนหน้าผาในส่วนต่าง ๆ ของประเทศไทย ได้รับการส่งเสริมทั้งในภาครัฐบาลและในภาคเอกชน มีการจัดทำมาตรฐานกีฬาปีนหน้าผา (Cliff Climbing Standard) ในประเทศไทย แบบประเมินเกณฑ์มาตรฐาน กิจกรรม คู่มือประเมิน หลักสูตรฝึกอบรมสำหรับผู้ประกอบการและผู้รับผิดชอบในพื้นที่กิจกรรม (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2549) มีการสร้างการให้บริการที่สอดคล้องกับหลักการนิเวศวิทยาเพื่อการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ และสอดคล้องกับจุดเด่นและจุดแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ในกลุ่มสินค้า 7 ประเภท (7 Wonder Products) รวมทั้งได้วางตำแหน่งของการท่องเที่ยว (Position) ไว้ในรายภูมิภาคอีก 5 ภาค ให้มีลักษณะเด่นเพื่อเน้นจุดสนใจ มีการจดทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและผู้นำเส้นทาง ใบอนุญาตมีอายุ 2 ปี ผู้นำเส้นทางจะต้องมีใบอนุญาตภาคพิเศษ (แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ) บัตรสีม่วง จึงจะสามารถดำเนินกิจกรรมการทางธุรกิจกีฬาปีนหน้าผาได้ (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2547) แต่ยังคงพบว่ามีเหตุปัจจัยอื่นที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางกีฬา ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยลดน้อยลง ทั้ง ๆ ที่ภาพพจน์การท่องเที่ยวในประเทศไทยดีมากในสายตาชาวต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิทย์ สุวัฒน์ เขมรัฐ (2547, บทคัดย่อ) นีออน ศรีสมขง (2549, บทคัดย่อ) จิรายุทธ บุญแดง (2549, บทคัดย่อ) สิทธิชัย ชีวะโรรส (2547, บทคัดย่อ) พรพิชญ์ พรหมศิระ (2547, บทคัดย่อ) ก่อให้เกิดปัญหาสืบเนื่องมายังผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยวโดยตรงไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ความไม่สงบทางบ้านเมือง ความวุ่นวายในเมืองหลวง หรือเหตุการณ์ซีนามิในภาคใต้ รวมทั้งการดำเนินการของผู้ประกอบการเองที่มีปัญหาในการบริหารจัดการองค์การภายในและการดำเนินการตรวจสอบมาตรฐานกีฬาปีนหน้าผาที่ผ่านมาตรฐานสถานประกอบการของการท่องเที่ยวของข้างน้อย ขาดกลยุทธ์รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการในการดำเนินงาน สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของ คุณไกรศักดิ์ บุญทิพย์ (สัมภาษณ์ วันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2552) เป็นอนุกรรมการในคณะกรรมการ การมาตรฐานการท่องเที่ยวของประเทศไทยและคุณฉันทเชษฐ กิติโสภณ เป็นบุคคลไทยคนแรกที่เผยแพร่กีฬาปีนหน้าผาให้แพร่หลายในเมืองไทยและเป็นอดีตโค้ชทีมชาติไทย (สัมภาษณ์ วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2552) ที่ให้ความเห็นตรงกันว่า ยังมีปัญหาเกิดขึ้นอีกหลายประเด็นที่ทำให้เกิดอุปสรรคทั้งกรณีของการดำเนินการภายในของบริษัทเองและปัญหาภายนอกที่เกิดขึ้น รวมทั้งการประสานพื้นที่ที่จะทำการปีนหน้าผา รวมทั้งการจัดการเชิงพาณิชย์ ในด้านของการขายในระบบสารสนเทศของคอมพิวเตอร์หรือเว็บไซต์ ที่สำคัญคือมีการบริหารงานที่ไม่มีประสิทธิภาพดีพอและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากจนเกินไป ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดจำนวนลง ควรที่จะมีรูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

กีฬาป็นหน้าผาที่เด่นชัดและมีทางเลือกที่หลากหลายสามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการ
เชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาในประเทศไทย

จากเหตุผลของหลาย ๆ ประเด็นที่เกิดขึ้นรวมทั้งจากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษานำมา
ประมวลองค์ความรู้พบว่า กีฬาป็นหน้าผา เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีรูปแบบการบริหารจัดการ
เชิงกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยวทางการกีฬาที่ตอบสนองต่อการสร้างงานในชุมชน รวมทั้งธุรกิจการ
ประกอบการของผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผาและผู้ที่เกี่ยวข้อง (Tourism Stakeholders)
ส่งผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและกระทบต่อเนื่อง ไปถึงรายได้ที่พึงมีของประเทศชาติ จึงจำเป็น
จะต้องมีการนำเสนอแนวทางที่เป็นทางเลือกของรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้า
ผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ที่เป็นกระบวนการทางเลือกของรูปแบบที่นำเสนอต่อ
ผู้ประกอบการและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดประโยชน์ในองค์รวมของการช่วยเหลือ
และการเสนอแนะในรูปแบบขององค์ความรู้ใหม่ของทางเลือกที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ โดยอาศัย
ข้อมูลที่เป็นจริงในพื้นที่และสถานประกอบการกีฬาป็นหน้าผา ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญ
ของประเด็นปัญหาดังที่กล่าวมาแล้วว่ามีความสำคัญและมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการบริหาร
จัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย อันจะเป็นแนวทาง
ในการนำรูปแบบที่เสนอแนะไปพัฒนาในกระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผา
เชิงนิเวศสืบต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

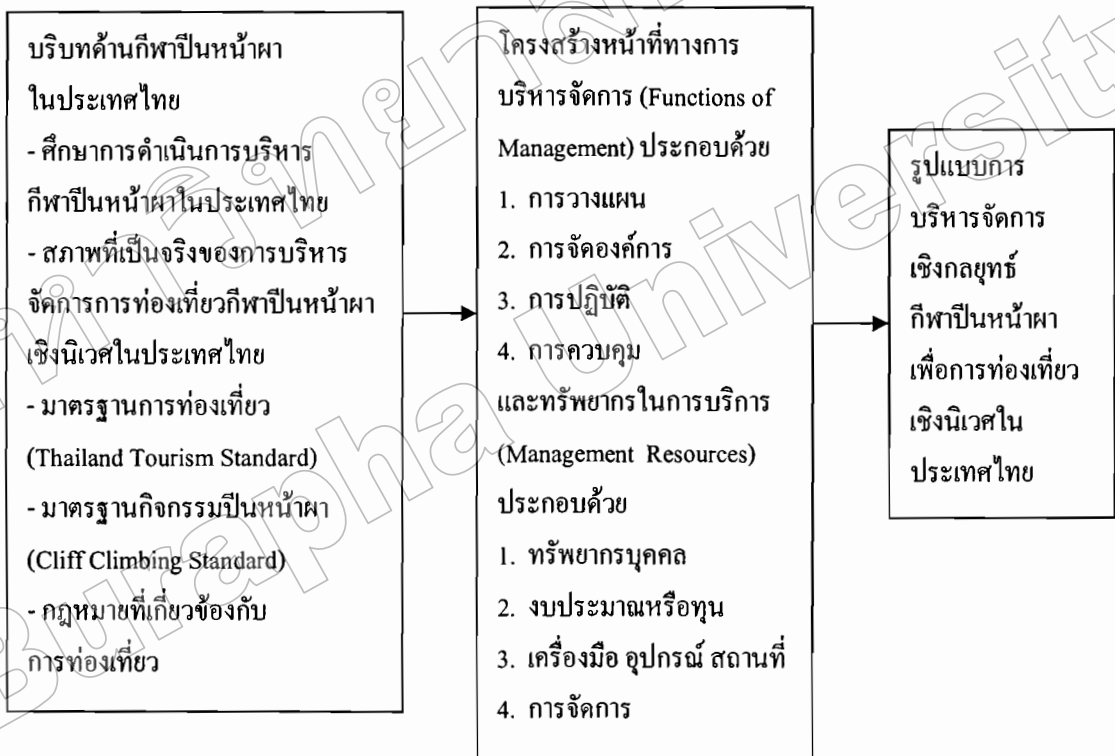
เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ในประเทศไทย

คำถามของการวิจัย

1. สภาพการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ในประเทศไทยเป็นอย่างไรในปัจจุบัน
2. ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ในประเทศไทยควรมีรูปแบบเป็นเช่นไร
3. องค์ประกอบและกระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศในประเทศไทยมีอะไรบ้าง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ประกอบด้วย หน้าที่ทางการบริหารจัดการ (Functions of Management) 4 ด้านของ Bridges and Roquemore (2001) ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การปฏิบัติการ (Implementing) และการควบคุม (Controlling) และใช้หลักการทรัพยากรในการบริหาร (Management Resources) ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล (Man) งบประมาณหรือทุน (Money) เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ (Material) และการจัดการ (Management)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์กีฬาปีนหน้าผา (Strategic Management Model for Rock Climbing) หมายถึง การนำเอาความรู้ทางด้านหลักและวิธีการการบริหารจัดการไปใช้ในการกำหนดเงื่อนไขและวิธีปฏิบัติสำหรับการให้บริการนักกีฬาปีนหน้าผาโดยใช้แนวทางการบริหารจัดการ 4 ด้านของ Bridges and Roquemore (2001) ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การปฏิบัติการและการควบคุม และใช้หลักการทรัพยากรในการบริหาร ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ และการจัดการ มาใช้ในการดำเนินการ
2. กีฬาปีนหน้าผา (Rock Climbing) หมายถึง กิจกรรมกีฬาประเภทหนึ่งที่ต้องอาศัยความสามารถทางทักษะผนวกเข้ากับการใช้อุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยและมีระบบของการดำเนินการที่เป็นรูปแบบมาตรฐาน ปีนขึ้นไปบนหน้าผาจริงตามเส้นทางที่กำหนดไว้
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน
4. รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง แบบแผนและ โครงสร้างของการดำเนินงานที่เป็นแม่แบบในการตัดสินใจเพื่อการบริหารจัดการให้ผลของงานบรรลุเป้าหมายที่คาดหวัง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณค่าและความสำคัญของการท่องเที่ยว

คุณค่าและความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีดังนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจ เนื่องจากในกระบวนการเดินทางท่องเที่ยวย่อมมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น ตั้งแต่ช่วงก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง กระทั่งค่าใช้จ่ายภายหลังการเดินทาง กระบวนการของกิจกรรมดังกล่าวย่อมสนับสนุนให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจที่ได้รับผลโดยตรงจากนักท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ได้รับผลประโยชน์จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง ขณะที่การดำเนินธุรกิจโรงแรมและที่พักจะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ ผู้ประกอบการก็ต้องมีการว่าจ้างบริษัทรับเหมาก่อสร้างให้การดำเนินการก่อสร้างให้ดำเนินการก่อสร้างโรงแรมบริษัทรับเหมาก่อสร้างก็ต้องจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างจากตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและต้องใช้บริการทางด้านสถาปนิกในการออกแบบ วิศวกรและแรงงานในการก่อสร้าง ซึ่งที่กล่าวมาล้วนแต่ไม่ได้ติดต่อธุรกิจกับนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่ได้รับประโยชน์โดยอ้อมจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการสร้างงานและสร้างรายได้

นอกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในระดับจุลภาคแล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาค ในแง่ของการสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ความสำคัญต่อดุลการค้าและบริการของประเทศ การสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) การกระจายรายได้ การจ้างงาน และการลงทุนของประเทศ

ความสำคัญต่อการสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ หากพิจารณาในเชิงเศรษฐศาสตร์ รายได้ที่เกิดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในส่วนของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) ถูกจัดเป็นรายได้สินค้าส่งออก (Export) เป็นแหล่งสำคัญของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ องค์การการท่องเที่ยวโลกได้รายงานว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นสินค้าส่งออกที่สร้างรายได้สูงสุดที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ที่เกิดจากการส่งออกสินค้าประเภทอื่น ๆ

ความสำคัญต่อดุลการค้าและดุลการชำระเงิน ในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ จะประสบปัญหาภาวะการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงิน เนื่องจากประเทศกำลังพัฒนา

ต้องพึ่งการนำเข้าสินค้าที่ตนเองไม่สามารถผลิตได้ โดยเฉพาะเครื่องมือ เครื่องจักร และเทคโนโลยีต่าง ๆ อันถือเป็นปัจจัยทุนที่จำเป็น หากประเทศใดมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการค้าและดุลการชำระเงินของประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เมื่อพิจารณาดุลการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งเกิดจากรายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะพบว่ามีความเกินดุลอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ดุลการค้าและการบริการของประเทศกลับมาอยู่ในสภาพเกินดุลในช่วงปี พ.ศ. 2541-2542 จากอดีตดุลบัญชีเดินสะพัดของประเทศไทยต้องเผชิญกับปัญหาการขาดดุลการค้ามาโดยตลอด แม้ว่าดุลบริการของประเทศจะอยู่ในสภาพเกินดุลก็ตาม แต่ปริมาณการเกินดุลในภาคการค้าบริการต่ำกว่ายอดการขาดดุลภาคการค้าสินค้าส่งผลให้ประเทศไทยต้องขาดดุลการค้าและบริการเป็นจำนวนที่สูงถึงประมาณ 175,080 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2533 และเพิ่มเป็น 417,647 ล้านบาทใน พ.ศ. 2539 ซึ่งในช่วงระยะเวลาดังกล่าวดุลการท่องเที่ยวอยู่ในภาวะเกินดุลมาตลอด จะเห็นได้ว่าขณะที่ภาคการค้าอื่น ๆ ของประเทศอยู่ในภาวะที่ขาดดุล แต่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในสภาพเกินดุล

ความสำคัญต่อการเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council) ได้คาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 1998 ภาคการท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดผลผลิตในโลกประมาณ 3.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 11.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ของโลก สำหรับประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2541 ความต้องการในการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวไทยภายในประเทศ ซึ่งมีมูลค่าการบริโภครวมกันเกิน 400,000 ล้านบาท ก่อให้เกิดการผลิตเกิดขึ้นภายในประเทศถึงประมาณ 320,000 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 6.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) แม้ว่าการผลิตที่เกิดขึ้นจะอยู่ในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว และอื่น ๆ ประมาณร้อยละ 58 ของการผลิตทั้งหมด ที่การท่องเที่ยวมีส่วนก่อให้เกิดการผลิตดังกล่าว และมีจำนวนการผลิตอีกส่วนหนึ่งที่กระจายไปยังภาคการผลิตสาขาอื่น ๆ เช่น สาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรม สาขาพาณิชย์กรรมและเกษตรกรรม ซึ่งผลผลิตที่เกิดขึ้นนี้เป็นส่วนหลักค้ำให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นตลอดมา การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการบริโภคให้เกิดขึ้นภายในประเทศจึงเป็นเสมือนฟันเฟืองตัวหนึ่งต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ

ความสำคัญต่อการกระจายรายได้และการจ้างงาน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนในประเทศทั่วทุกภาค เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยกระจายอยู่ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ บางพื้นที่ท่องเที่ยวอาจเหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบางพื้นที่อาจเหมาะต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่ว่าพื้นที่นั้น ๆ จะเหมาะกับนักท่องเที่ยวประเภทใดก็ตาม トラบโดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังพื้นที่ที่ย่อมจะสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่นั้น ๆ ในช่วง 10 ที่ผ่านมารายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะตกอยู่กับพื้นที่กรุงเทพฯ และแหล่งท่องเที่ยวหลักเพียงไม่กี่แห่ง แต่ในปัจจุบันเพียงร้อยละ 44 ของรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตกอยู่กับพื้นที่กรุงเทพฯ ร้อยละ 24 อยู่กับพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก คือ ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่และถึงร้อยละ 32 กระจายไปยังพื้นที่อื่น

นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังช่วยการกระจายรายได้ไปสู่แรงงาน เนื่องจากความต้องการแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีค่อนข้างสูง ทั้งนี้เพราะว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel & Tourism Council) ได้ทำการผลการศึกษาเรื่อง ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวในประเทศไทย พ.ศ. 2540 พบว่าร้อยละ 29 ของการบริโภคของนักท่องเที่ยวจะกระจายไปเป็นค่าแรงงานในสาขาการผลิตต่าง ๆ ก่อให้เกิดการจ้างงานทางตรงไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคน เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการขนส่ง ภัตตาคาร ร้านอาหาร และการจ้างงานทางอ้อมไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคน เช่น งานด้านการก่อสร้าง และงานด้านกสิกรรม

2. ความสำคัญของสังคมและวัฒนธรรม

เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งอันเกิดจากความต้องการของมนุษย์ที่เดินทางเพื่อแสวงหาการพักผ่อน ความบันเทิง หรือจุดประสงค์อื่น ๆ ในทางสังคมและวัฒนธรรม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีความเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม ดังนี้

การท่องเที่ยวช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น ผลจากการกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ในท้องถิ่น ส่งผลให้คนในท้องถิ่นมีอาชีพและมีรายได้ในการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้นได้ เป็นการช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น

การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังอีกพื้นที่หนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคในท้องถิ่น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น เส้นทางคมนาคมไฟฟ้า ประปา และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ทำให้ประชาชนท้องถิ่นมีโอกาสได้รับความสะดวกจากการบริการของภาครัฐและการลงทุนของภาคเอกชน เช่น

ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงพยาบาลเอกชน ธุรกิจการขนส่ง เป็นต้น ทำให้ท้องถิ่นได้รับความเจริญและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง การท่องเที่ยวเป็นการเปิดโอกาสให้คนในแต่ละท้องถิ่นในได้พบปะกัน ก่อให้เกิดความเข้าใจระหว่างคนต่างท้องถิ่น ต่างวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่ความเข้าใจกันระหว่างประเทศและเกิดสันติภาพของโลกในที่สุดการท่องเที่ยวจึงเปรียบเสมือนสื่อนำไปสู่สันติภาพ เสริมสร้างความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประเทศและเชื่อมโยงโลกเข้าไว้ด้วยกัน

การท่องเที่ยวช่วยฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ก็ย่อมมีส่วนกระตุ้นให้คนท้องถิ่นเกิดความสามัคคีในการช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน และโบราณวัตถุ และเห็นความสำคัญว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าในการดึงดูดความสนใจของคนต่างถิ่นให้เดินทางมาเยือน และทำให้ประชาชนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวรู้สึกตระหนักในเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองมากขึ้น

การท่องเที่ยวกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในท้องถิ่น วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และความเข้มแข็งของวัฒนธรรมในชุมชน นอกจากเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวแล้วยังส่งผลให้ประชาชนในท้องถิ่นเกิดความรักและความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นหรือก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองอันเป็นการลดปัญหาการย้ายถิ่นเพื่อไปทำงานนอกพื้นที่ และปัญหาความแออัดทางสังคมที่จะตามมาด้วย

การท่องเที่ยวส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพกายและจิตใจที่ดี ด้วยประสบการณ์ที่ได้เดินทางพักผ่อนท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ ได้พบเห็นสิ่งที่แปลกใหม่ได้รับความรู้และความเพลิดเพลินจึงเท่ากับเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีสุขภาพจิตที่ดีซึ่งจะช่วยลดปัญหาสังคมทางอ้อม

การท่องเที่ยวช่วยประชาชนรู้จักการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวก็ย่อมมีการใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของที่ระลึก ด้วยเหตุนี้ ประชาชนสามารถนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตเป็นสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก นอกจากจะเป็นการสร้างรายได้แล้วยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกด้วย

การท่องเที่ยวเสริมสร้างพื้นฐานทางสังคมที่ดี ประชาชนในพื้นที่ควรมีคุณลักษณะในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพื้นฐานทางสังคมที่ดี ในลักษณะนี้จึงเป็นปัจจัยหลักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยหลายประเทศได้หันมาให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ตัวอย่างเช่น ประเทศสิงคโปร์ พยายามรณรงค์

ให้ประชาชนในประเทศอื่น ในขณะที่ประเทศไทยรับสมญานามว่า “สยามเมืองยิ้ม” เป็นจุดขายสำคัญทางการท่องเที่ยว จากงานวิจัยทางการท่องเที่ยวหลายฉบับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แสดงให้เห็นว่า อรรถาศัยไมตรี รอยยิ้มและความมีน้ำใจของคนไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาว ต่างชาติกลับมาเยือนเมืองไทย

3. ความสำคัญต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการดึงดูดนักท่องเที่ยว หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์และดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมรวมทั้งป้องกันผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีการออกมาตรการต่าง ๆ เช่น การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมสำหรับ โรงแรมขนาดใหญ่ที่เปิดให้บริการกับนักท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เพื่อลดปัญหาน้ำเสียที่เกิดจากโรงแรม เป็นต้น รวมทั้งการศึกษาเพื่อกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและเพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้น และในปัจจุบันทั่วโลกต่างเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวกับทรัพยากร ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและสังคมจึงได้ร่วมกันศึกษาเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ภายใต้แนวคิด โลกลีเขียวของสภากาชาดและการท่องเที่ยวโลก และในหลายประเทศได้มีการศึกษาเพื่อวางแผนจัดการด้านการท่องเที่ยว เพื่อต้องการให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดและให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทางที่ยั่งยืน

รูปแบบการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างในการจัด แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยว รวมทั้งวัตถุประสงค์ของการจัดแบ่ง โดยทั่วไปรูปแบบของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบด้วยกันคือ รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์ การเดินทาง และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง และรูปแบบของการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการการเดินทาง

1. รูปแบบการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทางและถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว การจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ สามารถจัดแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) และการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Internal Tourism) วัตถุประสงค์ของการจัดแบ่งในลักษณะนี้ คือ เพื่อใช้ประโยชน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาใช้สำหรับการวางแผนการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ตลอดจนเพื่อศึกษาผลได้ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักต่างกัน

1.1 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อการหารายได้ในประเทศนั้น ๆ และต้องผ่านพิธีการระหว่างประเทศ เช่น พิธีการตรวจคนเข้าเมือง พิธีการศุลกากร เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของการจัดการนำเที่ยวใน 2 รูปแบบ คือ

การท่องเที่ยวที่ชาวออก (Outbound Tourism) คือ การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตนเพื่อไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทย (Thai Traveler) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreigner Traveler) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreigner Traveler) ซึ่งมีถิ่นพำนักในประเทศไทย เดินทางออกไปเที่ยวยังประเทศออสเตรเลีย นักท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จัดเป็นนักท่องเที่ยวออก (Outbound Tourist) ของประเทศไทยและประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่จัดส่งนักท่องเที่ยวออกไป (Generating Country)

การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourism) คือ การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของบุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย (Australian Tourist) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreigner Traveler) ที่มีถิ่นพำนักในประเทศออสเตรเลีย เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียจัดเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย (Inbound Tourist) และประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่ได้รับท่องเที่ยวหรือเป็นแหล่งจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Destination)

ฉะนั้น บุคคลที่มีรูปแบบการเดินทางในสองลักษณะดังกล่าวจัดเป็น “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” (International Tourist) จากรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไว้ว่า หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการพักค้างในประเทศที่ตนเองไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี ด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม แต่ต้องมีค่าใช้จ่ายสำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการพักค้างในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดรายได้ตอบแทนจากประเทศนั้นซึ่งรวมถึงบุคคลที่ถือสัญชาติเดียวกับประเทศที่ตนไปเยือนแต่มิได้มีถิ่นพำนักในประเทศนั้น

จากความหมายของการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 3 ประเภท คือ

- **นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (Foreigner)** หมายถึง ชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศที่ตนเองเดินทางไปท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยหรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

- **นักท่องเที่ยวโพ้นทะเล (Overseas Tourists)** นักท่องเที่ยวที่เคยมีถิ่นพำนักอยู่ในอีกประเทศหนึ่ง แล้วย้ายถิ่นพำนัก หรือไปศึกษาต่อ หรือไปทำงานยังอีกประเทศหนึ่ง เดินทางกลับมาเที่ยวยังประเทศถิ่นพำนักเดิม เช่น คนไทยไปตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทย เรียกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า “คนไทยโพ้นทะเล” (Overseas Thai) หรือคนอเมริกันที่มาทำงานในประเทศไทยแล้วเดินทางกลับไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

- **นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักชั่วคราวในต่างประเทศที่ไม่ใช่ถิ่นฐานเดิมของตน (Expatriate)** แล้วเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น ชาวอเมริกันที่ไปทำงานในประเทศสิงคโปร์แล้วเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยหรือคนไทยที่ไปทำงานในประเทศสิงคโปร์ แล้วเดินทางไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

ลักษณะของการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว เป็นการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ หั่งขาเข้าและขาออก โดยส่วนใหญ่แต่ละประเทศต่างพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะขาเข้ามากกว่าการท่องเที่ยวขาออก ด้วยเหตุผลที่ว่า การท่องเที่ยวขาเข้าสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ ในขณะที่การท่องเที่ยวขาออกทำให้เงินตราในประเทศรั่วไหลออกนอกประเทศ ซึ่งจะมีผลต่อดุลการท่องเที่ยว กล่าวคือ หากค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวต่างประเทศของคนในประเทศ มากกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามา ประเทศนั้นก็จะมีผลลบต่อการค้าดุลทางการท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้ามหากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามามีจำนวนมากกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศ ประเทศนั้น ก็จะได้รับดุลการท่องเที่ยวที่เกินดุล

1.2 การท่องเที่ยวในประเทศ

การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่มีภูมิศาสตร์เฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้น ๆ รวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรและมิได้ มีถิ่นพำนักถาวรภายในประเทศนั้น จากความหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เกิดขึ้นจากการเดินทางของบุคคล 2 กลุ่ม คือ

1.2.1 **นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist)** คือ บุคคลที่เดินทางอยู่ภายในประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตนเช่นคนไทยที่มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทยและเดินทางท่องเที่ยวภายใน ประเทศไทย

1.2.2 นักท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourist) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งครอบคลุมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนักท่องเที่ยวโพ้นทะเล และนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักชั่วคราวในต่างประเทศที่มีถิ่นฐานเดิมของตนเองแล้วเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ตามที่กล่าวแล้วข้างต้น

2. รูปแบบการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

รูปแบบการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง เป็นการจัดแบ่งที่พิจารณาจากวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ สามารถจัดแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน

การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงสภาพชีวิตที่จำเจ และต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ไปจากสภาพแวดล้อมเดิมของนักท่องเที่ยวหรือหลีกเลี่ยงสภาพอากาศในประเทศของตน ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ รวมทั้งเพื่อชมทิวทัศน์ที่แตกต่างเท่านั้น จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นจุดประสงค์พื้นฐานของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั่วโลก

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

ในปัจจุบันหลายประเทศได้มีการเปิดการค้าเสรีกับต่างประเทศ ส่งผลให้ประชาชนมีการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจกันมากขึ้น ฉะนั้น ธุรกิจกับการเดินทางจึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กัน แม้ว่าวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจจะเกี่ยวข้องกับการทำงานเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็จัดอยู่ในประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะก่อให้เกิดรายได้แก่จุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจเดินทางไปเยือนและนักธุรกิจเหล่านั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปตั้งถิ่นฐาน ณ สถานที่แห่งนั้น เพื่อการประกอบอาชีพหรือการทำงานเป็นการถาวร การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular Business Travel) หมายถึง การเดินทางไปติดต่อประสานงานหรือลงนามสัญญาทางธุรกิจ โดยอาจมีระยะเวลาพักผ่อน 2-3 วันแทรกอยู่ใน การเดินทางนั้น เช่น นักธุรกิจชาวอังกฤษที่เดินทางมาลงนามธุรกิจเป็นหุ้นส่วนโรงแรมในประเทศไทย หรือตัวแทนขายประกันเดินทางไปเยี่ยมลูกค้า เป็นต้น

สิ่งที่นักธุรกิจประเภทนี้ต้องการ คือ ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทางเนื่องจากบางครั้งอาจมีเวลาจำกัดในการติดต่อธุรกิจ และอาจต้องเดินทางหลายแห่งในคราวเดียวกัน รวมถึงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ เช่น รถยนต์ส่วนตัว โทรศัพท์เคลื่อนที่

สถานที่พักผ่อนที่มีบริการติดต่อธุรกิจ บริการด้านการติดต่อสื่อสาร กลุ่มนักธุรกิจเหล่านี้จัดเป็นกลุ่มระดับคุณภาพเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูง มีรายได้สูง และพร้อมที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จึงเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความสำคัญของผู้ประกอบธุรกิจและธุรกิจการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อการจูงใจหรือจูงใจ (Meeting Incentive Convention and Exhibition) หรือนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ลักษณะของกิจกรรมดังกล่าวอาจมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน กล่าวคือ การจูงใจหรือจูงใจอาจมีการจัดการประชุมแทรก อยู่ในงานหรือผู้ที่เดินทางแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลก็อาจเดินทางเข้าร่วมประชุมแทรกอยู่ในการเดินทางก็ได้จากลักษณะที่กล่าวมาทำให้กิจกรรมทั้ง 4 อย่างไม่สามารถแบ่งแยกจากกันได้อย่างชัดเจน

การท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวได้รับการส่งเสริมทั้งจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญถึงรายได้และภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและมีความสามารถในการใช้จ่ายค่อนข้างสูง แม้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมิวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเชิงธุรกิจก็ตาม แต่หากผู้เดินทางกลุ่มนี้เกิดความประทับใจในประเทศที่เดินทางมาเยือน ก็อาจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในโอกาสข้างหน้า เนื่องจากกลุ่มผู้เดินทางเหล่านี้เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูงและเป็นผู้นำทางความคิด ดังนั้นหากเลือกที่จะมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวใด ย่อมเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ

ในอดีตการท่องเที่ยวไม่มีรูปแบบที่หลากหลายอย่างเช่น ที่พบเห็นอยู่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบมวล (Mass or Conventional Tourism) ซึ่งมักจะกระจุกตัวอยู่ตัวแหล่งท่องเที่ยวอย่างหนาแน่น แต่ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) จึงเกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่รู้สึกว่าการเดินทางเพียงเพื่อชมบ้านเมืองหรือชมธรรมชาติ ไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการท่องเที่ยวที่หลากหลายและซับซ้อนเกิดจาก 2 กลุ่มปัจจัย คือ การเปลี่ยนแปลงในด้าน โครงสร้างประชากร และภูมิหลังของนักท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากประเทศตะวันตกได้ที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ เกิดขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น และเกิดจากการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของประชากรโลกอันเป็นผลมาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้ประชาชน

แต่ละสังคมมีความแยกย่อยในการเลือกบริโภคที่แตกต่างกันตามลักษณะความชอบและรสนิยมของแต่ละบุคคล จึงมีความหวังต่อการเดินทางต่างไปจากแต่ก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสวงหาประสบการณ์ที่มีความหมายและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น

การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษดังกล่าวนี้ บางครั้งจะเรียกว่า การท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ซึ่งมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวกระแสหลัก โดยพิจารณาจากแรงจูงใจ แรงผลักดันและจุดมุ่งหมายในการเดินทางเป็นสำคัญ การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษจึงไม่ได้ถูกจำกัดไว้แค่การเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายหรือความสนใจพิเศษนั้น ๆ เพียงสิ่งเดียว นักท่องเที่ยวอาจ เลือกเข้าร่วมกิจกรรมความสนใจพิเศษอีกหลาย ๆ ชนิดได้ จากการเปลี่ยนแปลงความต้องการของนักท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวต่างพยายามเข้าถึง ตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้ที่มีความสนใจพิเศษ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือนส่งผลให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวทั่วโลกได้พัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่นหรือการสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากประเทศอื่น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรายการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของแต่ละบุคคลได้มากขึ้น

ปัจจุบันการจัดการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งนักพัฒนาการท่องเที่ยวได้จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ เพื่อสามารถแยกกิจกรรมของการเดินทางตามที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจ นอกจากนี้ยังสามารถพิจารณาวางแผนส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ตัวอย่างของรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ได้แก่ (วิฑูรย์, 2545; สุรเชษฐ์, 2547)

2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวซึ่งได้รับความนิยมเมื่อราว 15 ปีที่ผ่านมา แม้จะมีผู้ให้ความหมายแตกต่างกันออกไป ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน แต่ความหมายของการท่องเที่ยวประเภทนี้มีหลักสำคัญประกอบด้วย (Ceballos-Lascurain, 1996; สุรเชษฐ์, 2547 และ ครรชนี, 2541)

- เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ
- เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากแหล่งท่องเที่ยว โดยตรง

ทวีปยุโรป ประเทศนิวซีแลนด์และออสเตรเลียโดยเจ้าของฟาร์มมักจะจัดที่พัก (Farmstay) พร้อมอาหารที่เป็นผลผลิตผลต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อกลับไป

ในประเทศไทย การท่องเที่ยวชนบท ซึ่งมีการส่งเสริมควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมักเรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการดำเนินการตามหน่วยงานราชการ เช่น สถานทดลองพืชสวนหรือสถานีวิจัยพืชสวนและฟาร์มของเอกชนขนาดปานกลางและขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่จะใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก รวมทั้งอาจมีการจัด สร้างที่พักแรมสำหรับผู้มาเยือน

2.3.4 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบพิเศษที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะได้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีลักษณะท้าทาย ตื่นเต้น เช่น กิจกรรมปีนเขา การล่องไพร หรือการเดินทางระยะไกล ล่องแก่งตามลำน้ำที่ไหลเชี่ยว การเดินทางเข้าป่าลึกโดยใช้ออฟโรด ฯลฯ แหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวแบบผจญภัยส่วนใหญ่อยู่ในแหล่งธรรมชาติที่ประเภทป่าเขาเกาะแก่ง ทะเลหรือแหล่งที่มีธรรมชาติโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ เช่น ทุ่งหญ้าซาฟารีในแอฟริกา ทะเลทรายในหลายประเทศ หรือตามขั้วโลกที่มีหิมะปกคลุมตลอดปี

ดังนั้นการท่องเที่ยวแบบผจญภัยจึงมีความเชื่อมโยงหรือคาบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะไม่เน้นการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกจนเกินความจำเป็นเพราะนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและนักท่องเที่ยวแบบผจญภัย มักให้ความสำคัญต่อดัชนีหรือคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายสำคัญของการไปเยือนในประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเริ่มมีการส่งเสริมและให้บริการมากขึ้นเพราะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศบางกลุ่มให้ความสนใจและแสวงหากิจกรรมผจญภัย โดยเฉพาะกิจกรรมปีนเขา กิจกรรมล่องไพรและการล่องแก่ง ผู้ประกอบ การเริ่มหันมาพัฒนารูปแบบมาตรฐานของกิจกรรมการท่องเที่ยวและการบริการในรูปแบบดังกล่าวมากขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขันดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้ ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะเติบโตมากขึ้นเป็นลำดับ

2.3.5 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีฐานธรณีสงเคราะห์ต่าง ๆ เช่น หินผา โขงถ้ำ เพื่อศึกษาธรรมชาติและเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งหิน ดิน แร่ ฟอสซิล เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับการผลิตเพลิน ความรู้บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นต่อการจัดการการท่องเที่ยว อาจมีนักสื่อความหมายธรรมชาติหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชมการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวจึงจำเป็นต้องมีการจัดการโดยประชาชนท้องถิ่น

มีส่วนร่วมกับพหุภาคี (หน่วยงานราชการ ผู้ประกอบการ องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น) ร่วมกันจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้และได้รับผลประโยชน์อย่างเสมอภาคตลอดจน ร่วมกันกำหนดนโยบายวางแผนและจัดทำแผนปฏิบัติงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

2.3.6 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางไปรับ การบริการเพื่อรักษาสุขภาพหรือประ โยชน์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ดังนั้น การท่องเที่ยว เพื่อสุขภาพจึงอาจรวมถึง การเข้ารับการรักษาทางการแพทย์ จากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา ที่ไม่สามารถพบเจอในภูมิลำเนาหรือประเทศของตนเอง การเพิ่มพูนความสมบูรณ์ของสุขภาพ โดยการเดินทางไปยังแหล่งหรือสถานบริการ เช่น สถานที่อาบน้ำแร่ สถานที่ออกกำลังกาย เป็นต้น รวมทั้งการฟื้นฟูสุขภาพโดยการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีสภาพแวดล้อมเอื้อให้การเจ็บป่วย บรรเทาลงหรือสามารถฟื้นฟูสุขภาพให้กลับมาสู่สภาวะปกติ

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ กล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพสูงสามารถส่งเสริมและให้บริการแก่ตลาดระดับบนในอนาคตได้อย่างดี สำหรับ ประเทศไทยการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และปัจจุบันสถานที่บริการ เรื่องสุขภาพดังกล่าวข้างต้นเริ่มปรากฏให้บริการเพิ่มขึ้นจำนวนมาก

2.3.7 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม (Cultural and Historical Tourism) เป็นรูปแบบการเดินทางไปเยือนสถานที่ทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี พิพิธภัณฑ์ แหล่งสถาปัตยกรรม นิทรรศการทางศิลปะหรือการแสดงต่าง ๆ ที่สะท้อนถึง วัฒนธรรมท้องถิ่นรวมทั้งสถานที่ทางศาสนิก การท่องเที่ยวประเภทนี้ สามารถเกิดขึ้นได้ทั่วโลก เพราะแต่ละประเทศจะมีทรัพยากรเหล่านี้เป็นมรดกสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ การท่องเที่ยว เชิงศิลปวัฒนธรรมอาจมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะประเทศที่มีรูปแบบ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสืบสานกลมกลืนมาพร้อมกับธรรมชาติเป็นระยะเวลาานาน ตัวอย่างเช่น ประเทศต่าง ๆ ในทวีปแอฟริกา เปรู อียิปต์ อินเดียและกัมพูชา โดยทั่วไปแล้ว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมักบรรจุมักรวมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผสมผสานไปกับ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรายการนำเที่ยวอยู่เสมอ

สำหรับประเทศไทย กล่าวได้ว่าตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ตลาดโลกก็นำทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มาเป็นจุดขายและส่งเสริม การตลาดจนเป็นกลุ่มตลาดหลักมาตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณคดี สถานที่สำคัญทางศาสนาและเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์และ วัฒนธรรมอันดีงามของไทยอย่างไรก็ดี

2.3.8 การท่องเที่ยวชมงานประเพณี (Traditional Tourism) หมายถึง

การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ในรอบปี ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ มีความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม โดยประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และควรมี การวางแผนการจัดงานอย่างมีความรับผิดชอบต่ออนุรักษประเพณีแบบดั้งเดิม รวมทั้งมีวิทยากรหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชมซึ่งนักท่องเที่ยวได้เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอันตื่นตาตื่นใจได้รับความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติม

3. รูปแบบการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการการเดินทาง

การท่องเที่ยวในลักษณะนี้แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ ตามลักษณะของการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ และการท่องเที่ยวแบบอิสระ (สุวัฒน์ จูรากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส, 2544)

3.1 การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ

เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวซื้อรายการนำเที่ยว (Package Tour) จากบริษัทนำเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวน 11 คนขึ้นไป อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะอาจมีนักท่องเที่ยวน้อยกว่า 11 คน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจของบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้บริษัทนำเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจัดสรรบริการเพียงบางสิ่งบางอย่างให้เท่านั้นหากเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมการเดินทางเป็นหมู่คณะในราคาพิเศษที่มีการจ่ายล่วงหน้า โดยไม่มีเงื่อนไขว่าคณะดังกล่าวจะต้องเดินทางโดยเที่ยวบินเดียวกันทั้งไปและกลับ ตลอดจนใช้เวลาทั้งหมดในการเดินทางร่วมกัน เรียกว่า การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแบบจ่ายเบ็ดเสร็จ (Group Inclusive Tour: GIT หรือ All Inclusive: AIT)

โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นหมู่คณะ ด้วยรถนำทาง โดยมีมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้นำทาง และบรรยายเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวลักษณะนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาเยือนสถานที่นั้นเป็นครั้งแรก (First Visitor) และยังไม่คุ้นเคยหรือไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ มาก่อน เหตุผลที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกการเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ มีดังนี้

3.1.1 ประหยัดเงิน เนื่องจากการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นแบบเหมาจ่าย และมีจำนวนผู้เดินทางมาก บริษัทนำเที่ยวจึงสามารถให้ราคาพิเศษแก่นักท่องเที่ยวได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็ได้รับการบริการที่ถูกต้องกว่าการเดินทางด้วยตนเอง

3.1.2 ได้เพื่อนร่วมทาง นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวไปในสถานที่แปลกใหม่ ก็จะไม่รู้สึกโดดเดี่ยว และรู้สึกปลอดภัย เมื่อเดินทางเป็นหมู่คณะไปกับบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ยังอาจได้เพื่อนใหม่ที่มีรสนิยมและความสนใจใกล้เคียงในขณะเดินทางไปด้วยกัน

3.1.3 ความเหมาะสมคล่องตัว โดยเฉพาะในเรื่องการวางแผนการเดินทาง เนื่องจากการเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัทนำเที่ยวจะมีการวางแผนและการเตรียมการล่วงหน้า รวมทั้งการดูแลเรื่องความปลอดภัยและปัญหาเฉพาะหน้าที่จะเกิดขึ้น โดยผู้จัดการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงไม่ต้องเสีย เวลาในการตัดสินใจหรือแก้ปัญหาใด ๆ ในระหว่างการท่องเที่ยว จึงรู้สึกสบายและท่องเที่ยวได้เต็มที่

3.1.4 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร หากเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่มี ภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากตัวนักท่องเที่ยวมากและนักท่องเที่ยวไม่สามารถสื่อสารภาษานั้นได้ การเดินทางเป็นหมู่คณะไปกับบริษัทนำเที่ยวจะช่วยลดอุปสรรคดังกล่าวได้

3.1.5 สิทธิพิเศษที่ได้รับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปหมู่คณะอาจได้รับสิทธิพิเศษ บางอย่าง เช่น การเยี่ยมชมสถานที่สำคัญบางแห่งจะเปิดให้แก่บุคคลบางคณะเท่านั้น หรือการเดินทางไปกับบุคคลสำคัญในคณะ เป็นต้น

3.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT – Foreign Individual Tourism)

เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตนเอง ทุกอย่างหรือใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางส่วน เช่น การจองบัตรโดยสารเครื่องบิน การจองที่พัก เป็นต้น แต่เป็นผู้วางแผนการท่องเที่ยวที่จะเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว เมื่อใดและจะใช้เวลานานเท่าใด เป็นความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวเองทั้งหมด

ในกรณีการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ นักท่องเที่ยวเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว แต่หากนักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคยกับเส้นทางหรือสถานที่นั้น ๆ ก็อาจเสียเวลาและค่าใช้จ่ายมากเกินความจำเป็นได้ การท่องเที่ยวประเภทนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น ๆ มาก่อน หรือเป็นนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่นั้นซ้ำอีกครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยกับสถานที่นั้นดีแล้ว สำหรับเห็นผลหลัก ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ มีดังนี้

3.2.1 มีความเป็นส่วนตัวสูง และความสามารถยืดหยุ่นเวลาได้ตามต้องการ ทั้งหากเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตามเวลาที่กำหนดไว้ในรายการนำเที่ยวอย่างเคร่งครัด โอกาสที่จะเยี่ยมชมสถานที่ที่น่าสนใจอย่างละเอียดจึงมีน้อย

3.2.2 ต้องการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าปริมาณแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน กล่าวคือ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ นักท่องเที่ยวมักจะไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่นักท่องเที่ยวกลับไม่มีเวลาได้ศึกษาสถานที่นั้นอย่างละเอียดดังที่ต้องการหรือขาดโอกาสที่จะได้เรียนรู้วัฒนธรรมหรือรู้จักกับคนในท้องถิ่นได้เต็มที่ นักท่องเที่ยวจึงได้เพียงสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวนั้นโดยผิวเผิน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเองจะมีโอกาสในการสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือนได้อย่างลึกซึ้งตามความต้องการ เนื่องจากมีเวลาและสามารถวางแผนการเดินทางได้ด้วยตนเอง (ชนกฤต สังข์เฉย, 2550)

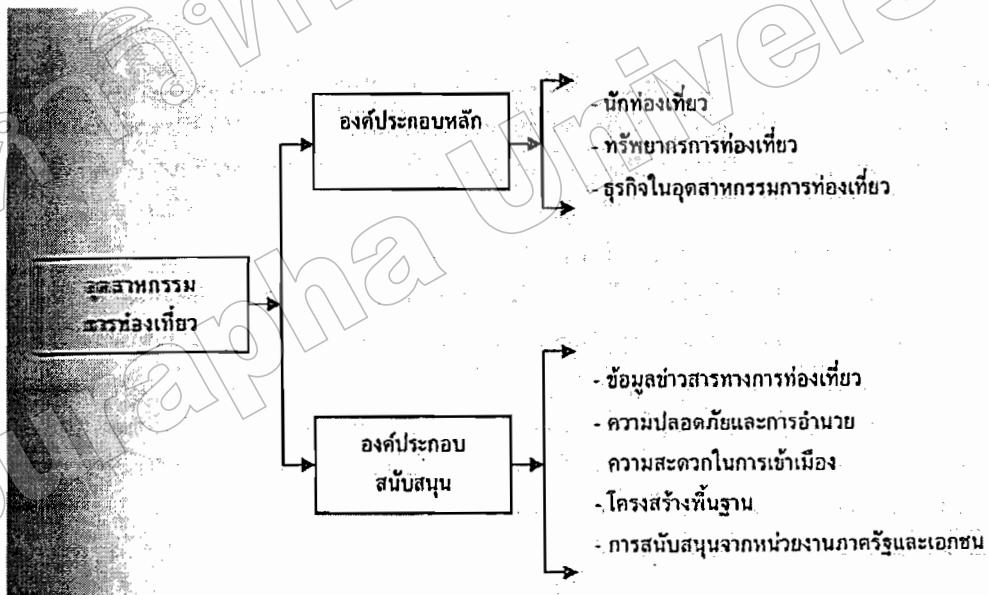
องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตมาก โดยมีการกล่าวถึงองค์ประกอบไว้หลายด้าน โดยสามารถจัดเป็นหมวดประเภท ได้ดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548)

การท่องเที่ยว ประกอบด้วย การจัดธุรกิจและการบริการส่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ประกอบด้วย ทางบก ทางเรือและทางอากาศ, ที่พักแรม ประกอบด้วย โรงแรมและบังกะโล โมเต็ล สำหรับนักท่องเที่ยวรวมทั้งที่พักแรมประเภทอื่น, ร้านอาหารและภัตตาคาร ประกอบด้วย การจัดการที่กินอาหารประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวและองค์ประกอบของร้านอาหาร, บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ประกอบด้วย ผู้ประกอบธุรกิจการจูงนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว, สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ทรัพยากรหรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว) ประกอบด้วย ประเภทธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ (ประเภทประวัติศาสตร์, โบราณ วัตถุสถานและศาสนาและประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม), ร้านขายของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง ประกอบด้วย การผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ สำหรับขายนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบสินค้าประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน การจัดและตกแต่งร้าน รวมทั้งการจัดบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อของการบรรจุหีบห่อ การรับสั่งซื้อสินค้า การจัดส่งบริการพิเศษอื่น ๆ ที่จัดให้, ความปลอดภัย, การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง ประกอบด้วย ระเบียบพิธีการเข้าเมือง การขนส่งกระเป๋าผู้โดยสาร, การจัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การจัดการประชุมในประเทศและการประชุมนานาชาติ การจัดบริการในด้านข้อสนเทศและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการบันเทิงและกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอื่น ๆ และการเผยแพร่โฆษณา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสานสินค้าและการบริการประเภทต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะปรากฏในรูปแบบการบริการในธุรกิจต่าง ๆ เช่น การบริการนำเที่ยว การบริการขนส่ง การบริการที่พักแรม เป็นต้น ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีองค์ประกอบของสินค้าและการบริการหลายประเภท ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้ความหมายขององค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าหมายถึง ธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 2 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวและธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. องค์ประกอบที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง โครงสร้างพื้นฐาน และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน



ภาพที่ 2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จากภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันโดยเริ่มจากองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบที่สนับสนุนการท่องเที่ยว อธิบายได้ดังนี้

องค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว เปรียบเสมือนอุปสงค์ของอุตสาหกรรม เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและความพึงพอใจ ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ หากแหล่งท่องเที่ยวใดมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวนมากก็จะส่งผลให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวและการบริการทางการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบตามมาในหลายประเทศ ต่างพยายามวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวและใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว

วัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรือที่เรียกว่าทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและสิ่งที่มีคุณค่าที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในผู้คนในท้องถิ่น เทศกาล งานประเพณี อาจหมายรวมถึง สิ่งแวดล้อมของมนุษย์ สิ่งต่างๆ ที่ปรากฏอยู่รอบตัวมนุษย์ทั้งสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต ที่มีความสำคัญกลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อการท่องเที่ยวสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน ฉะนั้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน

3. ธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง โดยมีทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น หลังจากนั้นธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เข้ามามีบทบาทในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอันประกอบไปด้วย ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกและธุรกิจอื่น ๆ ที่อำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระหว่างการท่องเที่ยว

องค์ประกอบสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว

ข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดอย่างหนึ่งในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือน นอกจากนี้ยังรวมถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว ลักษณะข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการเผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เทศกาล งานประเพณี ที่พักแรม ร้านอาหาร รวมทั้งแผนที่ท่องเที่ยว เช่น การนำเสนอรายการนำเที่ยวในราคาพิเศษ การลดราคาค่าห้องพัก เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแล้ว ส่งผลให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศนั้น ๆ ความข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา สำหรับลักษณะข้อมูลข่าวสารที่ใช้เผยแพร่ให้แก่คนในท้องถิ่น เช่น การสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว และนำเสนอในสิ่งที่คนในท้องถิ่น เช่น การสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว และการนำเสนอในสิ่งที่คนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งที่ควรปฏิบัติเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น การรณรงค์ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การรณรงค์ไม่โก่งราคาสินค้านักท่องเที่ยว การไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง

ปัจจัยหลักส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก็คือความปลอดภัยหากแหล่งท่องเที่ยวใดเกิดภาวะสงครา การประท้วง การก่อการร้ายข้ามชาติ การลอบวางระเบิดหรือมีสถิติการก่ออาชญากรรมในระดับสูง แหล่งท่องเที่ยวนั้นก็จะไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายควรให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพราะเป็นปัจจัยที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ตั้งแต่ก้าวแรกที่เดินทางเข้ามาสู่ประเทศนั้น ๆ ตั้งแต่ก้าวแรกที่เดินทางเข้ามาสู่ประเทศนั้น ๆ หน่วยงานสำคัญที่เป็นเสมือนด่านแรกที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ถึงการต้อนรับที่ดีของประเทศนั้น ๆ ได้แก่ ท่าอากาศยานระหว่างประเทศ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และกรมศุลกากร

3. โครงสร้างพื้นฐาน

โครงสร้างพื้นฐานอันประกอบไปด้วย ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณสุข และระบบขนส่งสาธารณะ เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้การท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี โดยเฉพาะการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว การเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ รวมทั้งทำให้ได้รับสะดวกรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว

โดยเฉพาะธุรกิจนำเที่ยวและเอเย่ต์การลงทุนของธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เช่น ธุรกิจที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร เป็นต้น ฉะนั้น แหล่งท่องเที่ยวใดที่ขาดโครงสร้างพื้นฐานก็จะส่งผลต่อความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและนักลงทุนลดน้อยลง

4. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชน

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ ต้องอาศัยความร่วมมือจากองค์กรทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐ และองค์กรภาคเอกชนหรือองค์กรที่ไม่ใช่รัฐบาล การให้การสนับสนุนและพัฒนากการท่องเที่ยว จึงเป็นเรื่องที่ภาครัฐบาลและภาคเอกชนจะต้องประสานความร่วมมือกัน เช่น ภาครัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรมีบทบาทในการกระตุ้นและส่งเสริมการดำเนินงานของภาคเอกชนในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ในการจัดสินค้าและการบริการแก่นักท่องเที่ยวและการลงทุนในด้านการสร้างสาธารณูปโภค ส่วนภาคเอกชนนั้นมีบทบาทในการวางแผนพัฒนาสินค้าและบริการในส่วนของตนเองให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ประเทศใดก็ตามที่องค์กรรัฐบาลและเอกชนมีการประสานความร่วมมือกันในการวางแผนพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็จะเจริญก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็วเอง (ชนกฤต สังข์เฉย, 2550)

ธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรง ในระบบเศรษฐกิจคำว่า “การท่องเที่ยว” หมายถึง าคเศรษฐกิจที่รวมธุรกิจทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวบริโภค อาจเป็นทั้งสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น หรืออาจเป็นสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นหลักก็ได้ ธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ธุรกิจหลักดังนี้

1. **ธุรกิจที่พักแรม (Aommodation)** เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวหรือเดินทางมาเองก็จำเป็นต้องใช้สถานที่พักแรม ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งมีให้เลือกมากมายหลายประเภท เช่น โรงแรม เกสต์เฮ้าส์ รีสอร์ท อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม เป็นต้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกันไป

2. **ธุรกิจนำเที่ยว (Travel Agent)** เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรง นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ให้บริการจัดจำหน่ายตั๋วเดินทาง จัดพาหนะบริการ จัดหาที่พักและจัดบริการนำเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยว

ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศในบางครั้งธุรกิจนำเที่ยวยังทำหน้าที่เป็นผู้สำรวจและบุกเบิก แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ด้วยเช่นกัน ประเภทของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยทั่วไป แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

2.1 บริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่ (Wholesale Travel Agent) มีหน้าที่ในการจัดรายการนำเที่ยวประเภทเหมารวม (Package Tour) เพื่อขายให้แก่บุคคลทั่วไป โดยผ่านเครือข่ายตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวหรือสายการบิน ซึ่งบริษัทการท่องเที่ยวประเภทนี้อาจจะไม่ได้ติดต่อกับผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวโดยตรงและอาจจะไม่ได้ดำเนินการพาเที่ยวโดยตรง แต่จะมอบให้บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) เป็นผู้ดำเนินการหรือมอบให้บริษัทที่รับช่วงพาเที่ยว (Land Arrangement) ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นผู้ดำเนินการ บริษัทการท่องเที่ยวดังกล่าวจะดำเนินการจัดรายการท่องเที่ยวที่จะเสนอขายในลักษณะเหมารวม และจะหาบริษัทรับช่วงในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นผู้ดำเนินการ โดยบริษัทมักจะจัดการเฉพาะกำหนดการเดินทางและสายการบินรับส่งในสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น บริษัทการท่องเที่ยวขนาดใหญ่มักจะพัฒนาขึ้นในประเทศซึ่งมีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปต่างประเทศจำนวนมาก เช่น ในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เป็นต้น บริษัทเหล่านี้มักจะเป็นบริษัทในเครือของบริษัทสายการบิน หรือเครือโรงแรมขนาดใหญ่ และมีสาขารอบคลุมพื้นที่ขายเป็นบริเวณกว้าง บริษัทเหล่านี้จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งนักท่องเที่ยวเข้าไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ

2.2 บริษัทท่องเที่ยวรายย่อย (Retail Travel Agent) มีหน้าที่จำหน่ายบริการการท่องเที่ยวโดยตรงให้แก่ผู้ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่จะเป็นสาขาของบริษัทการท่องเที่ยวขนาดใหญ่หรือบางครั้งก็เป็นตัวแทนของบริษัทการท่องเที่ยว สายการบิน บริษัทเรือ บริษัทรถโดยสาร โรงแรม รถเช่า แต่ในปัจจุบันก็มีบริษัทจำนวนมากที่ดำเนินงานอิสระ โดยเข้าร่วมระบบคอมพิวเตอร์สำรองตั๋วเครื่องบินและโรงแรม รวมทั้งออกแบบรายการท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้าแต่ละราย โดยอาศัยข้อมูลจากระบบ CRS (Computer Reservation System) ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันความแตกต่างระหว่างบริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่กับบริษัทท่องเที่ยวรายย่อยที่เห็นชัดเจน คือ บริษัทการท่องเที่ยวรายย่อยจะออกแบบรายการท่องเที่ยวแบบเหมารวมให้ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย แต่บริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่จะเสนอรายการเหมารวมมาตรฐาน (Standard Package Tour) เสนอขายในตลาดและมีการ โฆษณาในระดับสูงเพื่อให้ได้ลูกค้าปริมาณมาก

2.3 บริษัทบริการนำเที่ยว (Tour Operator) เป็นเสมือนบริษัทหรือหน่วยงานที่รับช่วงต่อจากบริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่ หรือบริษัทท่องเที่ยวรายย่อยโดยทำหน้าที่ในการจัดบริการตามรายการท่องเที่ยวที่ได้โฆษณาไปแล้ว บริษัทบริการนำเที่ยวอาจมีรถโดยสารหรือโรงแรมเองหรืออาจเช่าหรือจูงใจลูกค้าลักษณะสำคัญของบริษัทบริการนำเที่ยวที่แตกต่างจาก

บริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่หรือบริษัทการท่องเที่ยวรายย่อยก็คือจะทำหน้าที่ให้บริการ ณ พื้นที่ท่องเที่ยววนั้น ๆ โดยไม่เกี่ยวข้องกับกรนำลูกค้าเข้ามายังพื้นที่ท่องเที่ยวการดำเนินงานลักษณะดังกล่าวมีลักษณะเดียวกับบริษัทรับช่วงพาเที่ยว (Land Arrangement) หรือบริษัทรับนักท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Agents) โดยบริษัทเหล่านี้จะมีบทบาทสำคัญในการรับนักท่องเที่ยวจากบริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่หรือรายย่อยเข้ามาจากประเทศผู้ส่งออกนักท่องเที่ยวในประเทศไทย บริษัทนำเที่ยวจะดำเนินการในลักษณะเช่นนี้เป็นส่วนใหญ่ โดยดำเนินการนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ บริษัทบริการนำเที่ยวเหล่านี้บางแห่งก็อาจมีการถือหุ้นโดยบริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่ หรือเป็นการริเริ่มดำเนินการโดยชาวต่างประเทศที่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยวจากประเทศผู้ส่งออกนักท่องเที่ยว เช่น บริษัทดิทเฮล์ม แทรเวล จำกัด (Diethelm) บริษัททูริสม (Turismo) บริษัทอีสต์ เวส สยาม (East West Siam) เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่จะดำเนินการในรูปแบบบริษัทบริการนำเที่ยว ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

- **บริษัทบริการนำเที่ยวเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (Inbound Tour Operator)** เป็นบริษัทที่ทำหน้าที่จัดการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยจัดการตั้งแต่การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย การจัดนำเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทย จนกระทั่งการส่งนักท่องเที่ยวให้เดินทางกลับไปยังต่างประเทศเมื่อสิ้นสุดรายการนำเที่ยว

- **บริษัทบริการนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound Tour Operator)** เป็นบริษัทที่ทำหน้าที่จัดการท่องเที่ยวให้แก่คนไทยหรือชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยในการเดินทางออกไปเที่ยวยังต่างประเทศ ทำหน้าที่ตั้งแต่การจัดการเรื่องการเดินทางออกนอกประเทศ การจัดการนำเที่ยวในต่างประเทศ จนกระทั่งนักท่องเที่ยวเดินทางกลับเข้ามายังประเทศไทย

- **บริษัทนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour Operator)** เป็นบริษัทที่ทำหน้าที่จัดการท่องเที่ยวให้แก่คนไทยที่เดินทางภายในประเทศ การนำเที่ยวในลักษณะนี้เป็นการจัดการเดินทางข้ามจังหวัดซึ่งอยู่ห่างไกล โดยนักท่องเที่ยวต้องการการอำนวยความสะดวก ตั้งแต่การจัดการด้านการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่ รวมทั้งที่พักและอาหาร

- **บริษัทบริการนำเที่ยวในท้องถิ่น (Local Tour Operator)** เป็นบริษัทที่ทำหน้าที่เหมือนบริษัทที่จัดนำเที่ยวภายในประเทศ แต่เน้นการจัดการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่ที่บริษัทนั้นตั้งอยู่เนื่องจากบริษัทมีความเชี่ยวชาญรวมทั้งชำนาญเส้นทางในพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งรวมถึงการนำเที่ยวในลักษณะพิเศษที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น การจัดนำเที่ยวเดินป่า การดำน้ำ การล่องแก่ง เป็นต้น

- บริษัทบริการนำเที่ยวหลายลักษณะ เป็นบริษัทที่ดำเนินการจัดนำเที่ยวผสมผสานกันหลายรูปแบบจากลักษณะการดำเนินงาน 4 รูปแบบ ดังกล่าวข้างต้น โดยส่วนใหญ่การดำเนินการร่วมกันจะเป็นลักษณะผสมผสานระหว่างการจัดนำเที่ยวเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และการจัดนำเที่ยวภายในประเทศกับการจัดนำเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งมีลักษณะการดำเนินการที่ใกล้เคียงกัน และสามารถประสานงานร่วมกันได้

2.4 บริษัทท่องเที่ยวลักษณะพิเศษ (Special Intermediaries) ทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่มักทำหน้าที่จัดการประชุมหรือเป็นบริษัทจัดนำเที่ยวเข้ามาเป็นกลุ่ม หรือเป็นบริษัทนายหน้าของรถโดยสาร หรือตัวแทนโรงแรมซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้เดินทางหรือองค์กรธุรกิจในตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งนายหน้าดังกล่าวนี้จะได้รับค่าจัดการจากการดำเนินการ บริษัทเหล่านี้ได้แก่ บริษัทจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Company) บริษัทจัดหารถโดยสาร (Motorcoach Brokers) และบริษัทจัดประชุม (Meeting and Convention Planner and Destination Planners)

3. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม อาหารและเครื่องดื่มจัดเป็นสินค้าบริโภคพื้นฐานซึ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหลัก สิ่งสำคัญของธุรกิจประเภทนี้คือการบริการที่คำนึงถึงคุณภาพอาหารที่สะอาดถูกหลักอนามัยและราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก คือ ภัตตาคาร หรือร้านอาหารเดี่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสถานประกอบการอื่น ๆ และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการเดินทาง

สำหรับประเทศไทยร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีหลากหลายทั้งประเภทภัตตาคารและศูนย์อาหาร ร้านบริการอาหารจานด่วน ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารนานาชาติ หรือแม้กระทั่งร้านหาบเร่ เป็นต้น อาหารไทยนับว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยอาหารไทยหลายประเภทเป็นที่รู้จักในต่างประเทศ เช่น ต้มยำกุ้ง ต้มข่าไก่ ก๋วยเตี๋ยวผัดไทย เป็นต้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้นำอาหารไทยมาจัดเป็นสินค้าหลัก 1 ใน 9 กลุ่มประเภทสินค้าโคเคเด่นเพื่อเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวในโครงการปีท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2541-2542 หรือที่รู้จักกันในชื่อ Amazing Thailand 1998-1999 โดยใช้ชื่อประชาสัมพันธ์อาหารไทยทางการตลาดว่า “Amazing Taste of Thailand” ประเทศไทยยังไม่มีมีการจัดรูปแบบร้าน อาหารและเครื่องดื่มเพื่อบริการเฉพาะนักท่องเที่ยวออกเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน ร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่ให้บริการคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีความพยายามที่จะแบ่งประเภทร้านอาหารที่ให้บริการส่วนใหญ่แก่นักท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บสถิติทางการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเกณฑ์ว่า

เป็นร้านอาหารหรือภัตตาคาร ที่มีที่ตั้งถาวรอยู่ในบริเวณใกล้เคียงสถานที่พักประเภทต่างๆ โดยจะมีรายชื่อปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ข้อมูลแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือนิตยสารการท่องเที่ยว จากการสำรวจสถานประกอบการอาหารและเครื่องดื่มตามคำจำกัดความข้างต้น ในปี พ.ศ. 2543 พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนสถานประกอบการอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด 5,506 แห่ง

4. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก นักท่องเที่ยวมักมีความต้องการที่จะใช้สินค้าอุปโภคบริโภคในระหว่างการเดินทาง โดยส่วนใหญ่ผู้ท่องเที่ยวหาซื้อได้จากร้านค้าปลีกในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งให้บริการแก่คนในท้องถิ่นอยู่แล้ว ส่วนร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกนั้นมีจุดประสงค์หลักในการจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งมักจะพบในบางพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวที่มีสินค้าที่ระลึกอันมีเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่นั้น ๆ และเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมักนิยมซื้อเป็นของฝากและที่ระลึก ในหลายประเทศได้นำสินค้าและของที่ระลึกมาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว โดยพยายามแข่งขันกันจัดเทศกาลลดราคาสินค้าเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ตัวอย่างประเทศในเอเชียที่มีจุดเด่นด้านสินค้าที่มีราคาถูกและสามารถใช้กลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ประเทศสิงคโปร์ ฮองกง รวมทั้งประเทศไทยซึ่งได้นำสินค้าและของที่ระลึกมาประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวในชื่อ “Amazing Shopping Paradish” ในโครงการปีท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2541-2542

“Amazing Thailand 1998-1999”

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกสามารถสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงกว่าธุรกิจอื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากสถิติการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทยปี พ.ศ. 2542 ที่แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายสินค้าเป็นอันดับสูงสุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.72 จากค่าใช้จ่ายทั้งหมด สร้างรายได้ทั้งสิ้น 87,838.48 ล้านบาท สินค้าของไทยที่นิยมของชาวต่างประเทศคือ เสื้อผ้า เพชรพลอย และผ้าไหมตามลำดับ

ลักษณะของธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกคล้ายกับธุรกิจคล้ายกับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มคือให้บริการทั้งแก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงเก็บข้อสถิติเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเกณฑ์พิจารณาเฉพาะสถานประกอบการร้านขายปลีกที่ค้าและหรือผลิตสินค้าพื้นเมือง เครื่องหัตถกรรม โดยธุรกิจเหล่านี้ต้องมีที่ตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือรอบบริเวณสถานที่พักผ่อน หรือมีรายชื่อปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลของ

ศูนย์ข้อมูลแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม แผ่นพับแนะนำจังหวัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือนิตยสารทางทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2543 ประเทศไทยมีสถานประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกตามคำจำกัดความดังกล่าวทั้งสิ้น 9,569 แห่ง

5. ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการเคลื่อนย้ายคนจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังท้องถิ่นอื่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจคมนาคมเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต้องการทั้งภายในและระหว่างประเทศ การคมนาคมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยย่อมส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น กรณีของหมู่เกาะซีเชลล์ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ได้รับความนิยมจากชาวยุโรป ภายหลังจากการก่อสร้างสนามบินนานาชาติแล้วเสร็จได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกหรือภายหลังจากที่มีการสร้างสนามบินของเอกชนบนเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ก็ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวได้สะดวกยิ่งขึ้น ดังนั้น การพัฒนาระบบขนส่งก็นับว่ามีความสำคัญเช่นเดียวกัน โดยทั่วไประบบการขนส่งจะเกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า และการขนส่งผู้โดยสาร แต่การขนส่งที่นับว่ามีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยว คือ การขนส่งผู้โดยสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับการขนส่ง 3 ประเภท คือ การขนส่งทางอากาศ การขนส่งทางบกและการขนส่งทางน้ำ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยส่วนใหญ่นิยมใช้การคมนาคมขนส่งทางอากาศมากที่สุดเนื่องจากการเดินทางระหว่างประเทศทั้งภายในและระหว่างภูมิภาค รองลงมาเป็นการคมนาคมขนส่งทางบก ซึ่งเป็นเส้นทางข้ามพรมแดนระหว่างประเทศเพื่อบ้าน โดยส่วนใหญ่จะเดินทางเข้ามา ทางภาคใต้ผ่านประเทศมาเลเซีย และสุดท้ายคือการคมนาคมขนส่งทางน้ำ ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้เส้นทางนี้น้อยที่สุด แต่กำลังเริ่มได้รับความนิยมและขยายตัวเพิ่มขึ้นในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางภายในประเทศส่วนใหญ่ใช้การคมนาคมทางบกมากที่สุด รองลงมาคือการคมนาคมทางอากาศและทางน้ำ ตามลำดับ

ธุรกิจการคมนาคมขนส่งสาธารณะในประเทศมีลักษณะการให้บริการทั้งแก่คนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงจัดแบ่งสถานประกอบการธุรกิจการคมนาคมขนส่งที่รองรับเฉพาะการท่องเที่ยว โดยกำหนดว่าสถานประกอบการคมนาคมขนส่งทางอากาศจะต้องมีเส้นทางบินประจำภายในประเทศและ/หรือมีเส้นทางบินประจำระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ สำหรับสถานประกอบการคมนาคมขนส่งทางบกจะต้องเป็นสถานประกอบการที่ทำธุรกิจขนส่งผู้โดยสารด้วยรถยนต์ขนาดใหญ่ โดยมีเส้นทางเดินรถประจำทางระหว่างกรุงเทพฯกับจังหวัดอื่น ๆ และหรือเส้นทางเดินรถประจำทางระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ เช่นเดียวกับสถานประกอบการขนส่งทางน้ำ ซึ่งจะต้องมีเส้นทางเดินเรือประจำ

ภายในประเทศและ/ หรือมีเส้นทางเดินเรือประจำระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ โดยในปี พ.ศ. 2543 ประเทศไทยมีสถานประกอบการด้านการคมนาคมขนส่งที่ดำเนินงานโดยเอกชน จำนวนทั้งสิ้น 361 แห่ง

สำหรับสถานประกอบการของภาครัฐ ได้แยกสถานประกอบการซึ่งเป็นหน่วยงาน รัฐวิสาหกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขนส่งผู้โดยสารออกมาจากผู้ประกอบการภาคเอกชน รวมสถานประกอบการดังกล่าวจำนวนทั้งสิ้น 4 แห่ง คือ การรถไฟแห่งประเทศไทย บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด มหาชน ป บริษัทขนส่ง จำกัด และบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

ความหมายของธุรกิจการท่องเที่ยว (Tourism Business)

ธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Business) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยวซึ่งเป็นการดำเนินการโดยหวังผลกำไร

ธุรกิจท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่มีผลต่อเศรษฐกิจของชาติ และเป็นอุตสาหกรรมหลักที่เกื้อหนุนภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ทำให้เกิดธุรกิจอื่น ๆ มากมาย เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจด้านภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สินค้าเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นต้น

Gee, Choy and Makens (1984, p. 14) ได้อธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับธุรกิจต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น สายการบิน โรงแรมและที่พัก การขนส่ง ภาคพื้นดินบริษัทนำเที่ยว ภัตตาคาร และร้านค้าปลีกต่างๆ
2. ธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวหรือมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาการต่าง ๆ เช่น บริษัทจัดนำเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการนำเที่ยวบุคลากร ฝ่ายบริหารในธุรกิจโรงแรม และบริษัทที่ทำการวิจัยหรือวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว สถาบันการเงิน บริษัทก่อสร้าง สถาบันการศึกษาและฝึกอบรมที่เกี่ยวกับวิชาการท่องเที่ยวอื่น ๆ
3. หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือเอกชน ซึ่งมีหน้าที่ในการวางแผนอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว สถาบันการเงิน บริษัทก่อสร้าง สถาบันการศึกษา และฝึกอบรมที่เกี่ยวกับวิชาการท่องเที่ยวอื่น ๆ

ระบบการท่องเที่ยว

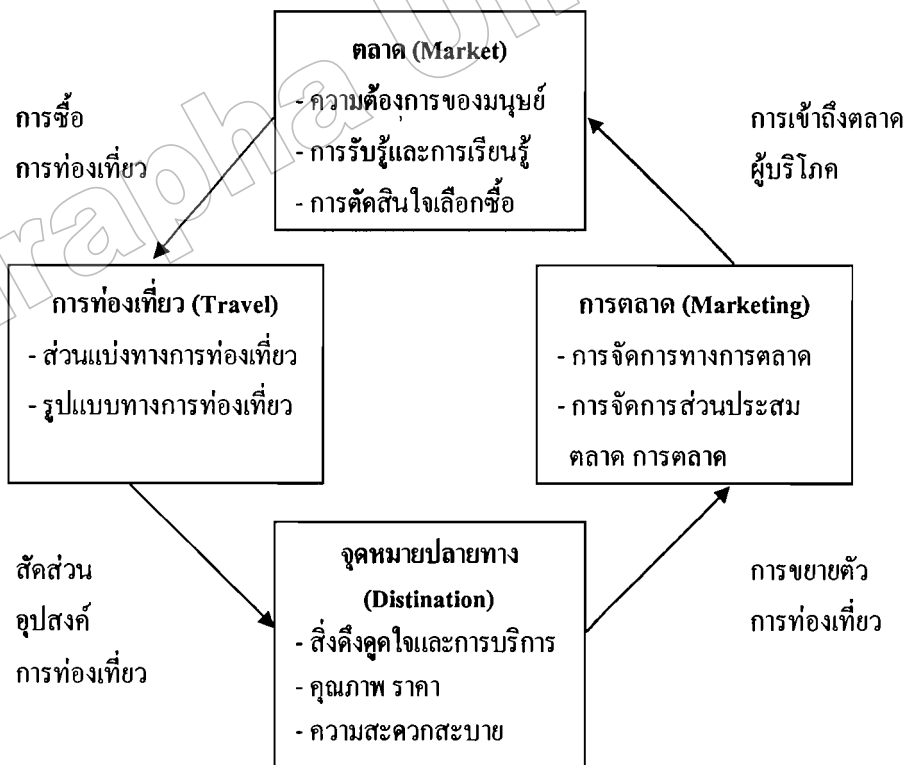
ระบบ (System) หมายถึง กลุ่มของสิ่งซึ่งมีลักษณะประสานเข้าเป็นสิ่งเดียวกันตามหลักแห่งความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันด้วยระเบียบของธรรมชาติ หรือหลักเหตุผลทางวิชาการ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546, หน้า 933)

ระบบการท่องเที่ยว (The Tourism System) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กันและมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ระเบียบขั้นตอน

การจัดระบบการท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในการศึกษาหาแนวทางและพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาที่มีหลักการและสะดวก เพราะการท่องเที่ยวมีลักษณะซับซ้อนตั้งแต่พฤติกรรมของการเลือกซื้อ กระบวนการรับรู้ของมนุษย์ การตัดสินใจซื้อ ตลอดจนระดับการวิเคราะห์วิจัยปัจจัยองค์ประกอบต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้น จึงต้องมีการจัดระบบการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับการจัดระบบของสิ่งอื่น ๆ เช่น ระบบขนส่งมวลชนของรัฐบาล ระบบการคลังสินค้า และระบบอื่น ๆ

ระบบการท่องเที่ยวประกอบด้วย สิ่งสำคัญ 4 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ตลาด (Market) การท่องเที่ยว (Travel) จุดหมายปลายทาง (Destination) และการตลาด (Marketing) ดังรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 3 แสดงระบบการท่องเที่ยว (Tourism System)

1. ตลาด (Market) ตลาดการท่องเที่ยวประกอบด้วย ผู้ซื้อ (Buyer) สินค้าหรือบริการ (Product or Service) และผู้ขายหรือผู้ผลิต (Seller or Producer) แต่ละแตกต่างจากตลาดของสินค้าทั่ว ๆ ไป คือ

1.1 ผู้ซื้อ (Buyer) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผู้ซื้อ 2 ประเภท คือ ผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค (Consumer) ก็คือผู้ท่องเที่ยวโดยทั่ว ๆ ไป กลุ่มผู้ซื้อเหล่านี้จะเป็นผู้ตัดสินใจในการซื้อและการจัดการเดินทางด้วยตนเองหรือผ่านทางบริษัทตัวแทนนำเที่ยวต่าง ๆ ผู้ซื้ออีกประเภทหนึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่ไม่ได้บริโภคด้วยตนเอง แต่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อและจัดการซื้อให้ผู้บริโภคคนอื่น ๆ คือ ผู้ซื้อระดับองค์กร ได้แก่ กลุ่มผู้จัดการประชุม (Convention Organization) กลุ่มผู้ซื้อเพื่อจัดเป็นรางวัลให้แก่พนักงานหรือตัวแทนขายของตนที่ทำยอดขายได้ตามเป้าหมายทางการค้า (Incentive Travel Organization)

1.2 สินค้า (Product) สินค้าทางการท่องเที่ยวแตกต่างจากสินค้าโดยทั่ว ๆ ไป สินค้าบริโภคโดยทั่วไปนั้น ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าเป็นหน่วยเดียวได้ แต่สินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าบริการนั้น ผู้บริโภคจะต้องบริโภคสินค้าในหลาย ๆ ส่วนประกอบกันหรือรวมกันเป็นแบบสำเร็จรูป (Package) องค์ประกอบของสินค้าทางการท่องเที่ยวที่นำไปเสนอขายในตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ระบบสาธารณูปโภค และการคมนาคมขนส่ง

1.3 ผู้ผลิต (Producer) หรือผู้ขายสินค้าทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการที่แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1.3.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านที่พัก ผู้ประกอบการด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านเครื่องสำอาง ผู้ประกอบการด้านการนำเที่ยว เช่น บริษัทจกนำเที่ยว ฯลฯ ผู้ประกอบการด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สวนสามพราน ฟาร์มจระเข้ ฯลฯ ผู้ประกอบการด้านร้านค้าของที่ระลึก และผู้ประกอบการด้านอื่น ๆ ที่ขายบริการเพื่อกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น ร้านเสริมสวย ปิมน้ำมัน ชนาคาร์ ฯลฯ

1.3.2 ผู้ผลิตในภาครัฐบาลเป็นผู้ผลิตอีกระดับหนึ่งอาจจะเป็นระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ ผู้ผลิตกลุ่มนี้จะขายสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งหมดในขอบเขตที่ตนรับผิดชอบไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่พักแรม การคมนาคมขนส่ง ฯลฯ และไม่ได้ระบุเจาะจงว่า เป็นชิ้นใดชิ้นหนึ่งโดยเฉพาะผู้ผลิตในภาครัฐบาลนี้มีหลายหน่วยงานที่รับผิดชอบ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมป่าไม้ กรมเจ้าท่า เป็นต้น

ในระบบการท่องเที่ยว ตลาดเป็นจุดเริ่มต้นของระบบ เพราะการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ซื้อ และคิดตัดสินใจว่าจะซื้อการท่องเที่ยวหรือไม่ เมื่อใด

รูปแบบไหน แต่ก่อนที่ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อได้นั้นก็ต้องมีกระบวนการรับรู้ การเรียนรู้เกิดขึ้น มีการพิจารณาตัวสินค้าหรือบริการพิจารณาผู้ขายประเภทใดที่เขาต้องการจะซื้อ ซึ่งเป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อน นั่นคือ พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ดังนั้น ในการศึกษาตลาดท่องเที่ยว ผู้จัดการการตลาดจะต้องคำนึงถึงดังต่อไปนี้

1. ความต้องการของมนุษย์ (Need) ในตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การตัดสินใจซื้อจะแตกต่างกันไป เช่น เพื่อการพักผ่อน เพื่อให้สังคมยอมรับ เพื่อการศึกษา เป็นต้น นักจิตวิทยาชื่อ มาสโลว์ (Maslow) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ โดยเรียงลำดับความต้องการเป็น 5 ชั้น คือ

- 1.1 ความต้องการทางร่างกาย เกี่ยวกับปัจจัย 4
- 1.2 ความต้องการความปลอดภัย
- 1.3 ความต้องการการยอมรับและความรัก
- 1.4 ความต้องการการนับถือจากสังคม
- 1.5 ความต้องการความสำเร็จสูงสุดของชีวิต

ความต้องการของมนุษย์มีความแตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนและความต้องการเหล่านั้นจะเริ่มจากการตอบสนองต่อความต้องการตามลำดับชั้น ดังนั้น เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองในเรื่องปัจจัยสี่ เช่น การเข้าพักแรมก็จะต้องการสิ่งตอบสนองเพิ่มขึ้น คือ เข้าพักในสถานที่พักที่ปลอดภัย ในขณะที่บางคนต้องการการเข้าพักโรงแรมที่มีชื่อเสียงเพื่อให้สังคมยอมรับ เป็นต้น

2. การรับรู้และการเรียนรู้ (Perception and Learning) การรับรู้เป็นการกระบวนการที่นักท่องเที่ยวติดตามและรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว แต่ละคนจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกันทั้งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ลักษณะของสิ่งกระตุ้น สิ่งแวดล้อม และลักษณะเฉพาะบุคคล ส่วนการเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและมีการตอบสนองการเรียนรู้เกิดจากเจตคติ ความเชื่อถือ และประสบการณ์ในอดีต เช่น เคยเข้าไปใช้บริการในโรงแรมแห่งหนึ่งที่ได้รับการบริการที่ไม่ดีก็เกิดการรับรู้และการเรียนรู้และไม่ซื้อบริการจากสถานที่ นั้นอีกต่อไป (Mill & Morrison, 1985, pp. 9-11)

3. การตัดสินใจเลือกซื้อ (Buyer Decision) การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

3.1 ปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่อยู่ภายในของผู้ซื้อ เกิดจากการสร้างสมมาจากครอบครัว สภาพแวดล้อม เช่น การรับรู้ การเรียนรู้ เจตคติ บุคลิกภาพ เช่น เชื่อว่าบริการท่องเที่ยวที่มีราคาสูงจะมีคุณภาพและการให้บริการที่ดี หรือหากสมาชิกในครอบครัวเคยใช้บริการพักโรงแรมแห่งหนึ่งประจำก็เกิดการเรียนรู้ขึ้น

2.3 จัดแบ่งตามรูปแบบการท่องเที่ยว (Model of Travel Categories) เช่น การเดินป่า การล่องแพและการล่องแก่ง เป็นต้น

2.4 การจัดแบ่งตามระยะเวลา (Timing Categories) เช่น การท่องเที่ยวครั้งเดียว การท่องเที่ยวเต็มวัน หรือการท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน เป็นต้น

2.5 จัดแบ่งตามลักษณะรายการ (Tour Design Categories) เช่น การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย การท่องเที่ยวตามความประสงค์เฉพาะบุคคล เป็นต้น

ส่วนแบ่งทางการท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการแบ่งตลาดผู้บริโภคที่มีความต้องการคล้าย ๆ กัน ออกเป็นกลุ่ม ๆ แล้วเลือกเข้าไปทำตลาดเฉพาะกับกลุ่มที่เห็นว่ามีความสามารถที่จะทำได้ จากนั้นก็พัฒนาส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เข้าไปเสนอ โดยตลาดกลุ่มเดียวกันมักจะใช้สูตรเดียวกัน ตลาดต่างกลุ่มกันใช้ต่างสูตรกัน ผู้ประกอบการจะต้องจัดแบ่งส่วนตลาดเพื่อประเมินว่าจะเลือกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดอย่างไร เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักศึกษา ฯลฯ ส่วนแบ่งตลาดสามารถจัดแบ่งได้ดังนี้

1. การจัดแบ่งส่วนตลาดตามอายุของผู้บริโภคหรือที่เรียกว่า การจัดแบ่งตามประชากรศาสตร์ เช่น แบ่งตามอายุเป็นอายุตั้งแต่ 1-5 ปี อายุตั้งแต่ 5-17 ปี อายุตั้งแต่ 18-25 ปี อายุตั้งแต่ 26-35 ปี เป็นต้น แบ่งตามเพศ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ ฯลฯ

2. การจัดแบ่งส่วนตลาดตามภูมิศาสตร์ ได้แก่ การแบ่งเป็นพื้นที่ระดับต่าง ๆ เช่น แบ่งเป็นภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือแบ่งตามจังหวัด เมืองใหญ่ ๆ เป็นต้น

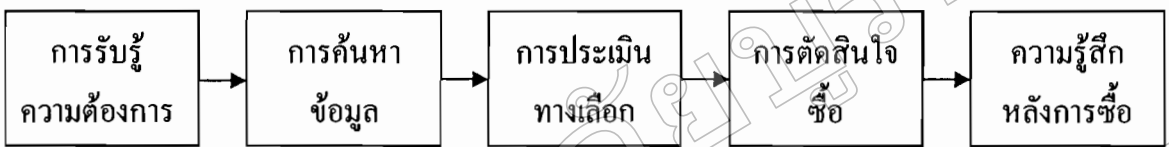
3. การจัดแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมศาสตร์ จะแบ่งตามพฤติกรรมของการบริโภคของกลุ่มลูกค้า หรือการตอบสนองที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ตลอดจนจัดแบ่งตามพฤติกรรมอื่น ๆ เช่น ความจงรักภักดีต่อตราหือของสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

4. การจัดแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะเชิงจิตวิทยา เป็นการแบ่งตามฐานะทางสังคมของกลุ่มผู้บริโภค เช่น การเลือกใช้สินค้าที่มีราคาแพง สินค้าที่มีคุณภาพ การแบ่งตามลักษณะการอ่านหนังสือ เช่น หนังสือภาษาต่างประเทศ เป็นต้น การแบ่งตามบุคลิกภาพ เช่น บุคลิกของคนทำงาน ในสำนักงาน บุคลิกของคนใช้แรงงาน บุคลิกของแม่บ้าน เป็นต้น หรือการแบ่งตามรสนิยม ในการใช้สินค้าหรือบริการ เช่น รสนิยมต่อสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ หรือสินค้าที่ผลิตในประเทศ เป็นต้น (Kotler, 2003, pp. 279-295)

3. จุดมุ่งหมายปลายทาง (Destination) ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจและการบริการ (The Attractions and Services) หรือที่เรียกว่า “ทรัพยากรการท่องเที่ยว” (Travel Resources) ซึ่งเป็นสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ถ้าจุดมุ่งหมายปลายทางนั้นมีประโยชน์และมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค กระบวนการซื้อซ้ำ (Repeat) ก็อาจเกิดขึ้นในกระบวนการที่สามนี้ได้ นักท่องเที่ยวจะมีรูปแบบหรือขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อที่ยากหรือง่ายแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งดึงดูดใจและบริการการท่องเที่ยว คุณภาพของสินค้าหรือบริการ ราคาหรือความคุ้มค่า ความสะดวกสบาย และสถานการณ์ ในขณะที่มีการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการซื้อ มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

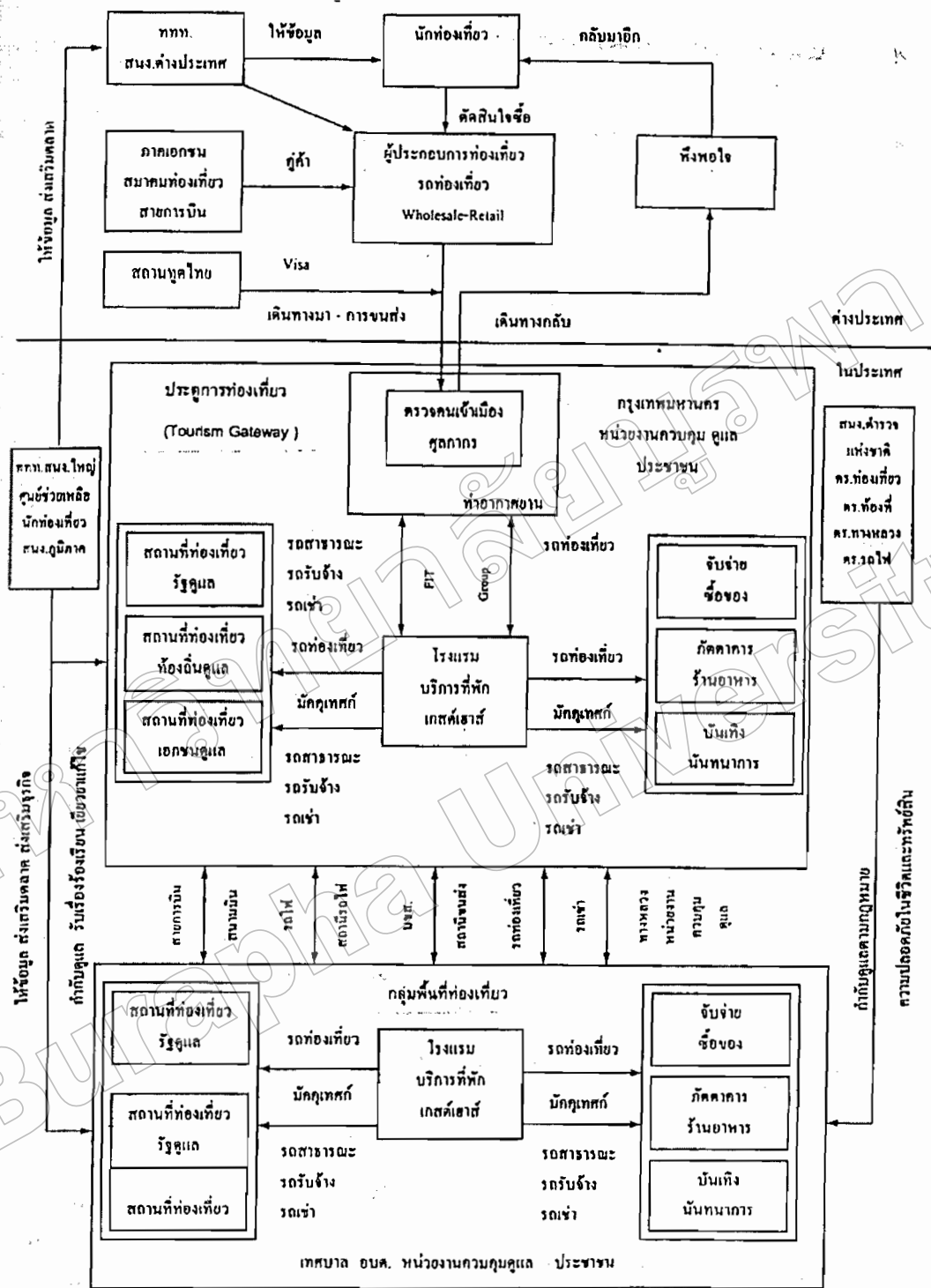


ภาพที่ 4 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (อัจจิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนพานิช, 2535)

1. การรับรู้ความต้องการ (Arousal) จุดเริ่มต้นของการซื้อบริการท่องเที่ยว คือ การทำให้เกิดความต้องการ เช่น เห็นภาพดอกซากุระบาน ภาพภูเขาที่เต็มไปด้วยหิมะ น้ำตกและป่าที่อุดมสมบูรณ์ เกิดความต้องการอยากไปเที่ยว อยากไปชม และสัมผัส
2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความต้องการจะซื้อบริการท่องเที่ยวก็ต้องค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น จากเพื่อน สื่อโฆษณา ตัวแทนการขาย
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อนักท่องเที่ยวได้ข้อมูลข่าวสารก็จะใช้เลือกซื้อสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว การประเมินทางเลือกนั้น นักท่องเที่ยวไม่สนใจคุณลักษณะทุกประการของสินค้าแต่ละประเภท จึงต้องแบ่งส่วนตลาดออกเป็นหลาย ๆ กลุ่มตามคุณลักษณะหรือประโยชน์ของสินค้าที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนั้น ๆ สนใจมากที่สุด เช่น บางคนชอบโรงแรมใกล้ทะเลเพื่อได้พักผ่อน บางคนชอบโรงแรมอยู่ใจกลางเมืองเพื่อการเลือกซื้อสินค้า เป็นต้น นักท่องเที่ยวอาจเลือกโรงแรมโดยดูจากที่ตั้ง ความสะอาด บรรยากาศ ราคา โดยนำข้อมูลแต่ละแห่งมาเปรียบเทียบกัน
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) นักท่องเที่ยวต้องตัดสินใจหลายอย่าง เช่น บริการ รูปแบบ จำนวนเวลา ผู้ขาย ราคา เป็นต้น
5. ความรู้สึกหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) ความรู้สึกหลังการใช้บริการมีอยู่ 2 อย่าง คือ พอใจกับไม่พอใจ โดยเฉพาะสินค้าทางการท่องเที่ยว คุณภาพส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับบริการ

การตลาด (Promotion) คนหรือบุคลากร (People) รายการและ โปรแกรม (Packaging and Programming) และการเป็นหุ้นส่วนหรือความร่วมมือ (Partnership)

ส่วนประกอบทั้งสี่ส่วนที่ประกอบด้วย ตลาดการท่องเที่ยว จุดหมายปลายทาง และการตลาดในระบบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน ถ้าส่วนประกอบใดเปลี่ยนแปลงไปย่อมจะมีผลกระทบต่อส่วนประกอบอื่นด้วย เพราะส่วนประกอบเหล่านั้นอยู่ในระบบเดียวกัน เชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ มีความต่อเนื่องกันตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้าย ตัวอย่างเช่น ในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งเป็นยุคแห่งความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ความต้องการของมนุษย์จึงมีความสลับซับซ้อนขึ้น และเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะแวดล้อม ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคยุคใหม่จะมีโอกาสใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) จากบ้านของตนเพื่อสำรองที่พักหรือซื้อตั๋วโดยสารหรือเลือกศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการทราบได้ทุกแห่งทั่วโลกตามความพอใจ ดังนั้น การแข่งขันในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องสำคัญ องค์การใดมีความเข้าใจในระบบการท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง จึงจะสามารถอยู่รอดและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดี โดยการปรับปรุงขั้นตอนที่ 2 และ 3 และ 4 ของระบบดังกล่าวตามสภาวะการณ์ของโลกเพื่อการเข้าถึงตลาดผู้บริโภคในขั้นตอนที่ 1 ของระบบ



ภาพที่ 5 แสดงกระบวนการที่ให้บริการนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546)

การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548) ได้ให้คำจำกัดความของการบริการและการจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมาย สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยว จะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทางและเกิดความล้มเหลว

การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System Approach) และบรรณวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายนั้นต้องพิจารณาระบบย่อย (Sub System) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมทั้งพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วยองค์ประกอบหลักที่สำคัญ ในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) คือ สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และทำให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว

1.2 ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Tourism Resource) เป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกได้ 3 ประเภท ได้แก่

1.2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และมีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น

1.2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต (Culture and Rural Way of Life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา

1.2.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความบันเทิง

2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) เป็นการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ เพื่อความสะดวกระหว่าง การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่ง ภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

3. การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) ความพยายามที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยวสามารถทำได้ 2 วิธี

3.1 การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ การให้ข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว ไปยัง นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

Adhikary (1995, pp. 15-16) เสนอรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว (7s Model) ไว้ดังนี้

1. Strategy หมายถึง กลยุทธ์ที่ทำให้เห็นถึงความผสมกันระหว่างวัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุม และขอบเขตของกิจกรรมต่าง ๆ การท่องเที่ยว โดยการเลือก กลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด ประกอบไปด้วยกลยุทธ์ในการวางแผนการดำเนินงาน ซึ่งสามารถ ปฏิบัติได้และต้องเป็นไปตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งชาติด้วย

2. Structure หมายถึง โครงสร้างในองค์การ การจัดลำดับชั้นและการแบ่งหน้าที่ ให้เหมาะสม การมีโครงสร้างที่ดี เปรียบเหมือนกุญแจที่สำคัญนำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการ ท่องเที่ยว บางประเทศจะมีกระทรวงการท่องเที่ยว จะจัดการและดูแลทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว ทั้งองค์การการท่องเที่ยวระดับชาติ เจ้าของธุรกิจนำเที่ยว ตัวแทนการท่องเที่ยว ของภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงกลุ่มเจ้าของโรงแรมที่พัก ยานพาหนะ มัคคุเทศก์ โดยแต่ละหน่วยงานจะเชื่อมโยงกัน

3. System หมายถึง ระบบการจัดการการท่องเที่ยว ครอบคลุมไปถึงระบบจัดการ ฐานข้อมูล ระบบดำเนินงาน การปฏิบัติการ การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาด และระบบอื่น ๆ โดยทุกระบบต้องมีการประสานงานกัน

4. Staff คือ บุคลากร เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การดำเนินการต่าง ๆ สำเร็จด้วยดี โดยเฉพาะบุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ต้องคัดสรรบุคคลที่มีความละเอียด รอบคอบ มีความรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ ซื่อสัตย์ ทำงานดี และทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ

5. Skill คือ ทักษะ งานทุกอย่างต้องอาศัยทักษะความชำนาญ จึงจะมีประสิทธิภาพ โดยมีปัจจัย 3 ประการ คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ

6. Style หมายถึง รูปแบบของการดำเนินการขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละพื้นที่ รูปแบบของการดำเนินงานจึงแตกต่างกันในเรื่องการจัดการ

7. Share หมายถึง การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ ความคิดเห็น จะนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ผู้ที่ทำธุรกิจทางการท่องเที่ยว ต้องนำข้อมูลต่าง ๆ มาวางแผนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนด

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Ecotourism” ซึ่งเป็นคำที่ผสมกันระหว่างคำว่า “Ecology” หรือ “นิเวศวิทยา” กับคำว่า “Tourism” หรือ “การท่องเที่ยว”

The Ecotourism Society (1991) ซึ่งเป็นองค์กรภาคเอกชนที่มีบทบาทโดยตรงเกี่ยวกับการศึกษา วางแผน และเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้ กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า

...การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ธรรมชาติด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ และในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น...

จากนิยามข้างต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ความหมายที่เป็นสาระสำคัญพอสรุปได้ดังต่อไปนี้ (ชนกฤต สังข์เฉย, 2550)

1. การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ธรรมชาติและอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดีและวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย โดยมุ่งเน้นที่คุณค่าของธรรมชาติหรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ใช่เน้นที่การเสริมแต่งหรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2. เป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ไม่ทำลายและทำให้สิ่งแวดล้อมหรือธรรมชาติเสื่อมโทรม

3. เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้หรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง และเปิดโอกาสนักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวก

4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) ได้กำหนดนิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

“...การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน...”

นั่นแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อันมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต้องการทรัพยากรท่องเที่ยว ตลาด และการบริการที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ

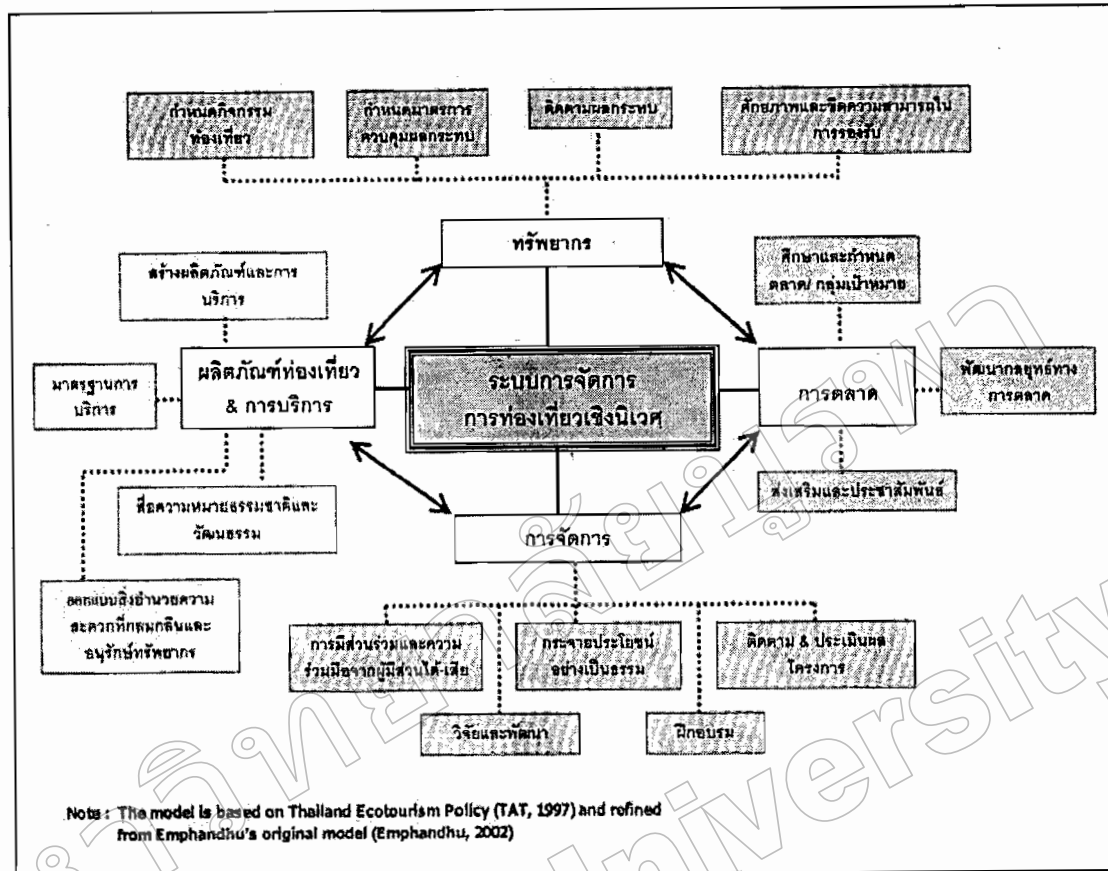
หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีแนวความคิดพื้นฐานหรือหลักการที่ควรพิจารณาอยู่ 4 ประการ ได้แก่

1. การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับต่ำ มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงาน
2. การสร้างจิตสำนึก และกระบวนการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติ
3. เน้นการคงไว้ซึ่งธรรมชาติ มีการตัดแปลงหรือพัฒนาพื้นที่น้อยและกลมกลืนกับธรรมชาติ
4. การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น การกระจายประโยชน์สู่ท้องถิ่นและความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้-ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ

องค์ประกอบหลักของการวางแผนจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยทั่วไปแล้ว ต้องครอบคลุมองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (2) ด้านการบริการ (3) ด้านตลาดของการท่องเที่ยว และ (4) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงองค์กรและกฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็เช่นกัน ดังแสดงในภาพที่



ภาพที่ 6 ระบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ให้ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่ามีหลักการพื้นฐาน 5 อย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ต้องอยู่บนพื้นฐานของธรรมชาติ (Nature-based Tourism) หมายถึง ต้องเจาะจงเรื่องชีววิทยา ลักษณะกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และวัฒนธรรม ศึกษาเรื่องการอนุรักษ์ การวางแผน การพัฒนา การจัดการด้านท่องเที่ยว เพราะทั้งหมดเป็น พื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ

2. ต้องทำให้ระบบนิเวศยั่งยืน (Ecological Sustainable Tourism) หมายถึง เป็นการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยเศรษฐกิจที่ยั่งยืน สังคมที่ยั่งยืน และสิ่งแวดล้อมยั่งยืน การทำแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืนเป็นกุญแจดอกสำคัญ นำไปสู่การจัดการกิจกรรมของมนุษย์ นอกจากนั้นยังเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนที่อมรับกันในการจัดการด้านธรรมชาติวิทยา เป็นการพัฒนา

ด้านศักยภาพในการรับรองและคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้สิ่งแวดล้อมคงอยู่ และ
ไม่ได้รับความเสียหาย

3. ต้องศึกษาสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศ (Environmentally Educative Tourism) เป็นการศึกษาสิ่งแวดล้อมและแปลความหมาย สิ่งนี้เป็นเครื่องมือสำคัญสร้างความสนุกสนานและ
ให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีความหมาย ช่วยดึงดูดผู้คนที่ปรารถนาจะมีส่วนร่วม
ให้ปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีสำนึก โดยพัฒนาความคิด จิตใจ ความรู้สึกชื่นชมต่อสิ่งแวดล้อม
การศึกษา เรื่องนี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและชุมชน ซึ่งช่วยให้กิจกรรม
ในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ได้อย่างยั่งยืน การแปลความหมายช่วยให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพในการพิจารณา
สิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจนซึ่ง ให้ทั้งคุณค่าทางวัฒนธรรมและธรรมชาติพอ ๆ กัน

4. ต้องให้ชุมชนมีรายได้ (Locally Beneficial Tourism) เป็นการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม
ถือว่าไม่เพียงแต่ให้ประโยชน์กับชุมชนและสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังช่วยพัฒนาคุณภาพของ
ประสบการณ์การท่องเที่ยว ชุมชนในท้องถิ่นมักให้ความร่วมมือกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยการ
ให้ความรู้ให้บริการ ให้ความสะดวกและขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผลประโยชน์เหล่านี้จะมีน้ำหนักกว่า
ที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีให้ต่อแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ช่วยก่อให้เกิดรายได้ไว้จัดการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว นอกเหนือไปจากผลต่อสังคม และวัฒนธรรม
ท้องถิ่น เงินบริจาคก็เป็นทุนช่วย เหลือโครงการอนุรักษ์ได้ เช่น ช่วยเหลือนักวิจัยที่มาเก็บรายละเอียด
หรือวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5. ต้องให้นักท่องเที่ยวมีความพอใจ (Tourist Satisfaction) ความพอใจเป็นสิ่งสำคัญ
ต่อนักท่องเที่ยว McIntosh (1975, p. 176 cited in Pearce, 1991) กล่าวว่ามนุษย์มี Fulfillment Needs
เรื่องการท่องเที่ยวซึ่งเรียกว่า Travel Needs Ladder ซึ่งหมายถึง ขั้นตอนของความพึงพอใจการ
ท่องเที่ยว เช่น พอใจในเรื่องของความปลอดภัย พอใจในเรื่องของความมั่นคงทางสังคม พอใจใน
ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้อง พอใจกับการจัดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสม
พอใจความคาดหวังที่เป็นจริงให้กับนักท่องเที่ยว ถึงอย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจควรเป็นอันดับรอง
จากการอนุรักษ์

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จัดว่าเป็นแกนหรือกลไกสำคัญในการควบคุมดูแลและจัดการให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
เป็นไปตามวัตถุประสงค์ การบริหารจัดการนี้ประกอบด้วย องค์กรและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายรวมไปถึง
แผนงาน โครงการ มาตรการและกฎระเบียบต่าง ๆ ในการควบคุมดูแลให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
เป็นไปตามหลักการที่ถูกต้องและยังเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการ
องค์กรรับผิดชอบ ควรทำหน้าที่บริหารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

และเป็นไปตามเจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งอาจเป็นหน่วยงานของรัฐ เช่น กรมป่าไม้ รัฐวิสาหกิจ เช่น ออป. หรือ องค์กรท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นต้น องค์กรเหล่านี้ล้วนมีหน้าที่ในการดูแลจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน จัดการและป้องกันผลที่กระทบจากการท่องเที่ยว มีการติดตามตรวจสอบการดำเนินงานด้านการจัดการการท่องเที่ยวในทุกองค์ประกอบ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบำรุงรักษา จัดการบริหารด้านการบริการต่าง ๆ โดยดูแลให้การบริการต่าง ๆ ได้มาตรฐาน เช่น ความปลอดภัย และความสะอาด เป็นต้นและมีการจัดการบริหารด้านการเงินอย่างโปร่งใส รวมไปถึงบังคับใช้กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวในพื้นที่ หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่ หน่วยงานของรัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สนับสนุนการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยว เมื่อการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นมีความพร้อม ช่วยเหลือด้านการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการบริการด้านต่าง ๆ เช่น บริการนำเที่ยว และสื่อความหมาย เป็นต้น นอกจากนี้หน่วยงานของรัฐ เช่น กรมป่าไม้ ยังทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นไปตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติของพื้นที่ในความรับผิดชอบ (คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547)

ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2503 เป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกันกับที่ประเทศไทยมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 1 แต่ ททท. เพิ่งมีแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวแผนแรก เมื่อ พ.ศ. 2519 ในเอกสารหลายฉบับของ ททท. กล่าวว่า ททท. มีแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน พ.ศ. 2519 แต่เป็นการพูดถึงการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างกว้าง ๆ มากกว่าการปรับตัวของกระแสการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมาจากกระแสโลก เรื่อง การพัฒนาที่ยั่งยืนใน พ.ศ. 2535 ในการประชุมสุดยอดของโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (Earth Summit) ที่ประเทศบราซิล กิจกรรมที่เป็นรูปธรรมของ ททท. ต่อเรื่องนี้เริ่มเมื่อ พ.ศ. 2538-2539 ที่มีการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งสื่อมวลชน นักวิชาการ และตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน

จากนั้น พ.ศ. 2539 ททท. ได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.) ทำร่างนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติและสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวมี โดยมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เป็นกรอบหลักที่สำคัญในการจัดทำแผนทั้ง 2 ฉบับ ซึ่งสามารถแสดงตารางเปรียบเทียบของ 3 แผนงานได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบ วิสัยทัศน์ของการพัฒนาของแผนฯ 8 แผนแม่บทการท่องเที่ยวและนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วิสัยทัศน์		
แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8	แผนแม่บทการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
<p>การสร้างโอกาส หลักประกัน และสภาพแวดล้อมให้ทุกภาคส่วนในสังคมได้มีส่วนร่วมคิด ร่วมกำหนดแผนร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการและร่วมติดตาม ประเมินผล เพื่อให้การพัฒนา สังคมไทยในอนาคต มีเศรษฐกิจดี สังคมไม่มีปัญหา และมีการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถสนองความต้องการ ของคนส่วนใหญ่ในสังคมได้</p>	<p>ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ พัฒนาเครือข่ายคมนาคมกับประเทศเพื่อนบ้านให้สามารถเชื่อมโยงกันได้โดยสะดวก พร้อมทั้งรักษาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ให้คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ความเป็นธรรมชาติ ความสะอาด ความปลอดภัย ตลาดจนการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดการกระจาย รายได้ในประเทศมากขึ้น</p>	<p>การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี มีการเสริมสร้างจิตสำนึก ในการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป</p>
จุดมุ่งหมาย		
<p>มีการปรับแนวความคิดการพัฒนาจากเดิมที่เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นจุดมุ่งเน้นหลัก มาเป็นการเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา เพราะคนเป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการพัฒนาทุกเรื่อง โดยการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยให้คนมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเท่านั้น ไม่ใช่เป็นเป้าหมายของการพัฒนาอีกต่อไป</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาระบบขนส่งมวลชนในทุกจังหวัด 2. การควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมและลดมลภาวะ 3. ขยายกำลังรองรับของสาธารณูปโภคเพิ่มเติม 4. ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรท่องเที่ยว 5. การใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์ กฎหมาย และสังคม เข้าควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ 6. การยกเลิกการผูกขาดในการบริการ และการคมนาคม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้มีแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ 2. ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ 3. ให้มีการจัดการที่ประสานความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง 4. ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากร 5. ให้นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น

แม้ว่าการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจะประสบผลสำเร็จใน พ.ศ. 2525 การท่องเที่ยวทำรายได้สูงสุดเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าส่งออกประเภทอื่น ใน พ.ศ. 2530 เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (Visit Thailand Year) ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักทั่วโลก แต่ 6 ปีให้หลัง พ.ศ. 2536-2540 ททท.ต้องออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันแก้ไขแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ใน พ.ศ. 2539 พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม 172 แห่ง เสมือนเป็นสัญญาณบอกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นการเติบโตบนฐานความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม รายได้จากการท่องเที่ยวสูงขึ้นทุกปี แต่ความสามารถในการรองรับตามไม่ทัน ซึ่งการแก้ไขปัญหามาจากการท่องเที่ยวอาจต้องใช้งบประมาณสูงกว่ารายได้ที่ได้มา หรือบางสิ่งสูญหายหรือเสื่อมโทรมไปก็ยากที่จะฟื้นฟูกลับมาได้ดังเดิม

พ.ศ. 2540 ประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวจึงถูกคาดหวังให้เป็นภาคอุตสาหกรรมที่หารายได้เข้าประเทศ ททท. ประกาศปี พ.ศ. 2542-2543 เป็นปี Amazing Thailand พร้อมกับการรณรงค์ให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยภายใต้สโลแกน “เที่ยวเมืองไทย...ไม่ไปไม่รู้” รัฐบาลไทยกู้เงินจากต่างประเทศมากู้วิกฤตมีงบประมาณกระตุ้นเศรษฐกิจกระจายไปตามหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องท่องเที่ยว เช่น

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตร และกรมวิชาการเกษตร ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) กรมป่าไม้ มีงบประมาณไปสร้างโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเรื่องท่องเที่ยวและรณรงค์ให้ปี 2544 เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ

- กระทรวงมหาดไทย ผ่านกรมพัฒนาชุมชน เข้าไปส่งเสริมสนับสนุนองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ให้มีแผนเรื่อง Ecotourism

- กระทรวงศึกษาธิการ โดยกรมศิลปากร เข้าไปฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์
- กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม โดยกรมประชาสัมพันธ์ผ่านกองส่งเสริมและพัฒนาชาวเขาพัฒนาหมู่บ้านชาวเขาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

การกระตุ้นเศรษฐกิจรอบที่ 2 เริ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2544 ผ่านนโยบายกองทุนหมู่บ้าน หมู่บ้านละล้านและการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ การกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในประเทศภายใต้สโลแกนเที่ยวเมืองไทย ไปได้ทุกเดือน ช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2540-2545) มีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว และเปิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นหมู่บ้าน และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน

การพัฒนาการท่องเที่ยวนอกจากจะมีการพัฒนาในด้านแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังมีการพัฒนาในเรื่องกิจกรรมและรูปแบบการให้บริการด้านที่พักด้วย ในเรื่องกิจกรรมมีการพัฒนาใน 2 ลักษณะได้แก่ กิจกรรมในลักษณะการเรียนรู้และการผจญภัย ในด้านที่พักมีเรื่อง Homestay ซึ่งเป็นการพัก

ในหมู่บ้านดำเนินการโดยชาวบ้าน และ Eco-Lodge ซึ่งเป็นการจัดที่พักที่เน้นเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมและกลม กลืนกับธรรมชาติ ซึ่งมักดำเนินการโดยภาคธุรกิจเอกชน

นโยบายและแผนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปี พ.ศ. 2541 ททท. ได้ประกาศให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นนโยบายของ ททท. และได้บัญญัติศัพท์เป็นภาษาไทยว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” และให้คำจำกัดความว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน” โดยมีองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ ในพื้นที่ของแหล่งนั้น
2. ด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนเพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง
4. ด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และประชาชนท้องถิ่น ที่มีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ที่มีต่อท้องถิ่นนั้น ทั้งเรื่องรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต การได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวและครอบคลุมถึงการที่ท้องถิ่นสามารถเข้ามาควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

อย่างไรก็ตาม นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ยังไม่มีผลในทางปฏิบัติ เพิ่งจะได้รับการอนุมัติเป็นนโยบายชาติและแผนปฏิบัติการจากคณะรัฐมนตรี เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 นี้เองและให้เริ่มใช้แผนนี้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2545-2549 (ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9) โดยมีแผนงานทั้งสิ้น 14 แผนงาน งบประมาณสนับสนุน 479 ล้านบาท โดยมีจุดมุ่งหมาย 5 ข้อ ได้แก่

1. มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติได้รับการจัดการอย่างมีความรับผิดชอบ ในการอนุรักษ์ฟื้นฟู และรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืน โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ การแบ่งเขตพื้นที่เพื่อใช้ประโยชน์และพื้นที่ที่ต้องสงวนไว้

2. ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือให้ความรู้สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสังคมโดยรวม
3. ให้มีการจัดการที่ประสานความร่วมมือของทุกฝ่าย มีเป้าหมายและทิศทางเดียวกัน และมีการศึกษาร่วมกันอย่างเป็นระบบ
4. ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากร โดยคงรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมที่ดี มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐาน รักษาเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและสังคมของพื้นที่และมีบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ให้ความมั่นใจและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว
5. ให้นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น นักท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศกว้างขวางขึ้น (นิตยา ชัชกุล, 2550)

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ความตื่นตัวเรื่องการท่องเที่ยวในกระแสการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น และความคาดหวังในการกอบกู้เศรษฐกิจของชาติ ได้เกิดการพัฒนาแนวคิด-รูปแบบการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมักจะเรียกตัวเองว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมี 3 รูปแบบ ได้แก่

1. การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ซึ่งอุทยานแห่งชาติ ได้พัฒนารูปแบบนี้ในเรื่องการแบ่งลักษณะการใช้พื้นที่อุทยานเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวหรือการอนุรักษ์แบบเข้มข้น มีการจัดทำเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ป่าย มัคคุเทศก์ และคู่มือการสื่อความหมาย แต่อุทยานแห่งชาติยังมีข้อจำกัดเรื่อง การดึงประชาชนท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วม และเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติเป็นศูนย์กลาง
2. การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) ซึ่งในชุมชนจะมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ที่สามารถสร้างการเรียนรู้และเกิดกิจกรรมท่องเที่ยวได้โดยที่ชุมชนมีบทบาทหลักในการจัดการ ซึ่งในระยะเริ่มต้นในชุมชนบางแห่งมีองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) เข้าไปเป็นพี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาในการดำเนินการ เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นชุมชนเป็นศูนย์กลาง
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco and Adventure Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การขี่จักรยาน ขี่ช้าง ล่องแก่ง เดินป่า คูนก ฯลฯ กลุ่มคนที่ มีบทบาทคือ ผู้ประกอบการและมััคคุเทศก์ ที่มุ่งตลาดเป็นศูนย์กลาง และจัดปรับรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

นอกจากจากนี้ยังมี การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ Homestay ที่มักเรียกตัวเองว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเช่นกัน ส่วนคำเรียก การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในภาษาไทยก็ยังคงมีเรียกขานกันทั้งคำว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นภาพสะท้อนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไทย ๆ ที่หากให้โอกาสในแต่ละกลุ่มแนวคิดได้เติบโต ก็จะเป็นการสร้างนิยามการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาจากบริบทของสังคมไทยและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริง

องค์กรที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรจะมองในภาพรวมและมองอย่างเป็นองค์รวม กล่าวคือ ไม่แยกเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเพียงแค่ระดับกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่ควรมองว่า จะใช้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างไรและจะเชื่อมโยงกันอย่างไรเพื่อให้เกิดพลังแห่งการเปลี่ยนแปลงในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ผู้ที่เป็นเจ้าของพื้นที่หรือดูแลพื้นที่ ถือว่าเป็นผู้ที่มีบทบาทหลักในการกำหนดทิศทางการพัฒนาในพื้นที่คน ซึ่งในประเทศไทยมีความซอันทบในเรื่องสิทธิอยู่พอสมควร จึงมักมีปัญหาในเรื่องการตัดสินใจ เช่น ในกรณีการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง เดอะบีชที่อ่าวมาหยา การตัดสินใจว่าจะให้มีการถ่ายทำหรือไม่อยู่ที่ใครกันแน่ องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) องค์กรบริการส่วนจังหวัด (อบจ.) หรืออุทยานแห่งชาติ ในกรณีหมู่บ้านชาวเขา ชาวบ้านสามารถบอกปฏิเสธการเข้ามาของนักท่องเที่ยวได้หรือไม่

2. ผู้ที่เป็นสื่อกลางในการท่องเที่ยว

2.1 หน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์และการตลาด นักท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ควรจะต้องมีการประชาสัมพันธ์หรือการตลาดที่เหมาะสม สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นแนวทางการตลาดย่อมแตกต่างกับการทำการตลาดแบบการท่องเที่ยวทั่วไป ในบทบาทส่วนนี้จำเป็นต้องมีการทำงานอย่างชัดเจน เพราะที่ผ่านมายังไม่มีมีการสำรวจหรือวิจัยตลาดการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างจริงจัง ยกเว้นงานของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) ซึ่งเป็นการสำรวจก่อนที่จะมีการดำเนินการเรื่อง Ecotourism อย่างเป็นทางการในประเทศไทย

2.2 สถาบันการศึกษาที่สอนเรื่องการท่องเที่ยว เดิมการผลิตบุคลากรเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งก็คือธุรกิจประเภทโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่แนวโน้มการท่องเที่ยวจะมีการกระจายตัวไปตามหมู่บ้านต่าง ๆ มากขึ้น รัฐมีการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและเล็ก (Small and Medium Enterprises: SME) การผลิตบุคลากรของสถาบันการศึกษาควรต้องรับใช้การ

เติบโตของภาคประชาชน สร้างคนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรขนาดเล็กและขนาดกลางในการดำเนินงานธุรกิจท่องเที่ยว อีกทั้งกลางสร้างมรดกพิเศษเฉพาะทางด้าน Ecotourism โดยเฉพาะ

2.3 สถาบันวิจัยและฝึกอบรมในประเทศไทย องค์กรที่ทำหน้าที่วิจัยในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวยังมีจำนวนน้อย ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยให้กับ ททท. หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางแผนเรื่องการท่องเที่ยวเป็นการวิจัยเพื่อประกอบการตัดสินใจและการวางแผน ยังขาดงานวิจัยที่ชี้้นำการเปลี่ยนแปลง หรือตั้งคำถามต่อทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอีกองค์กรหนึ่งที่สนับสนุนให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมหรือเป็นผู้ทำวิจัยเอง งานวิจัยที่ สกว.สนับสนุนและเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งที่เสร็จแล้วและกำลังอยู่ระหว่างการวิจัย 50 โครงการ

ในเรื่องการฝึกอบรมที่ผ่านมายังเป็นการฝึกอบรมแบบแยกส่วนและขาดความต่อเนื่อง ทำอย่างไรให้งานฝึกอบรมใช้ชุมชนหรือคนท้องถิ่นเป็นศูนย์กลาง มากกว่าการใช้หลักสูตรเป็นตัวตั้ง และใช้เป็นสูตรสำเร็จในการฝึกอบรมซึ่งมักจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์การท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว

2.4 สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

ในยุคเทคโนโลยีสื่อสาร เช่น ปัจจุบัน สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) มีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารและลดขั้นตอนการท่องเที่ยวที่ผ่านตัวกลางหลายชั้น นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการเปรียบเทียบโปรแกรมราคาและการให้บริการ การตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งมีการประมาณกันว่าในปี พ.ศ. 2545 การท่องเที่ยวจะเป็นภาคการค้าและบริการที่มีการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นอันดับหนึ่ง คาดว่าจะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทั่วโลกกว่า 329 ล้านคน ปี 2544 ในประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 6 แสนคน ซึ่งคาดว่าในปี 2547 จะมีถึง 9 ล้านคน ขณะเดียวกันผู้ประกอบการก็ได้รับเงินเร็วผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นการท้าทายอย่างยิ่งว่าการพัฒนาเทคโนโลยีจะทำให้เกิดการวางแผนการท่องเที่ยว การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว และการวิจัยพฤติกรรม/ทัศนคตินักท่องเที่ยว ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้หรือไม่

2.5 องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานกับชุมชนหรือในประเด็นปัญหาที่กำลังรณรงค์ เช่น คนอยู่กับป่า การอนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่ง การอนุรักษ์นก การใช้พลังงานที่เหมาะสม บทบาทขององค์กรพัฒนาเอกชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จึงมีทั้งการเป็นที่เลี้ยง/ที่ปรึกษา ฝึกอบรมให้ชุมชนเกิดทักษะในการวางแผน/จัดการการท่องเที่ยว เช่น โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ โครงการฟื้นฟูชีวิตและวัฒนธรรมมูลนิธิพัฒนาไทยภูเขา

โครงการป่าเพื่อชีวิต หรือการทำการรณรงค์ให้การศึกษา/สร้างจิตสำนึกในเรื่องเกี่ยวกับ
สิ่งแวดล้อม เช่น สมาคมอนุรักษ์นก มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่า ชุมชนคนรักป่า ฯลฯ

3. ผู้ให้บริการ

3.1 บริษัทท่องเที่ยว ท่ามกลางความตื่นตัวของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับ
สิ่งแวดล้อมและการศึกษาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมมากขึ้น การท่องเที่ยวแบบการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ถูกขึ้นป้ายโฆษณาโดยที่ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในความหมาย
ที่แท้จริงเป็นการฉวยโอกาสในการโฆษณาอย่างขาดความรับผิดชอบ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการ
ส่วนหนึ่งทั้งขนาดกลางและเล็ก ได้มีการรวมตัวกันเป็นสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และ
ผจญภัย (Thai Ecotourism & Adventure Travel Association: TEATA) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2540
มีสมาชิกก่อตั้ง 18 บริษัท ปัจจุบันมีสมาชิก 35 บริษัท ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้พยายามสร้าง
คุณภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยวในกลุ่มสมาคม ทั้งมาตรฐานของมัคคุเทศก์และมาตรการ
ในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังมีอีกหลายบริษัทที่ดำเนินการด้าน
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเหมือนกันหากแต่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสมาคมฯ เนื่องจากมีขนาดเล็กและ
มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะอยู่แล้ว เช่น ลำเนาไพร (Nature Trail) กลุ่มลูกค้าคือผู้สนใจเรื่องการอนุรักษ์
โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (REST) เนเจอร์ โฟกัส (Nature Focus) จอ โคะ อี โคเทรค
(Jor Koe Eco Trek) กลุ่มลูกค้าคือ ผู้สนใจศึกษาวิถีชีวิตชาวบ้าน

3.2 เจ้าของโรงแรม/ที่พัก โรงแรมหลายแห่งขานรับเรื่องการจัดการที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อม มีมาตรการต่าง ๆ เช่น รณรงค์เรื่องการใช้น้ำอย่างประหยัดขณะแปรงฟัน การใช้
ผ้าเช็ดตัวมากกว่า 1 วัน หรือการที่ไม่ต้องเปลี่ยนผ้าปูที่นอนทุกวัน ในโครงการ “โรงแรมสีเขียว”
(Green Hotel) หรือดำเนินการเองอยู่แล้ว โดยไม่ได้เป็นสมาชิกโครงการฯ นอกจากนี้ยังมีกิจการ
ที่พักรูปแบบให้กลมกลืนกับสภาพธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น มีนโยบายที่เอาคนท้องถิ่น
เข้ามาเป็นพนักงานมากกว่าคนภายนอก หรือมีกิจกรรมออกไปเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
หรือให้คนในท้องถิ่นได้เข้ามาพูดคุย จัดกิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม เช่น จอย เฮาส์
(Joy's House) และเลซูลอด (Lesu Load) ที่จังหวัดเชียงใหม่ เฟิร์น รีสอร์ท (Fern Resort)
จังหวัดแม่ฮ่องสอน หรือท่าเขารีสอร์ท เกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา เป็นต้น

3.3 มัคคุเทศก์ ยังไม่มีมัคคุเทศก์เฉพาะทางด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งถือว่า
มัคคุเทศก์มีบทบาทที่สำคัญในการที่จะให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างความรู้ความเข้าใจในสถานที่
ท่องเที่ยว และเป็นผู้เชื่อมโยงสร้างความเข้าใจและการเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน
จึงจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องมีการสร้างมัคคุเทศก์ด้านนี้อย่างเร่งด่วนในส่วนชาวบ้านเจ้าของพื้นที่
ไม่สามารถเป็นมัคคุเทศก์ได้ เพราะวุฒิการศึกษาไม่เพียงพอ และไม่ได้รับการฝึกอบรมจาก

สถาบันการศึกษาที่ ททท. รับรอง ในขณะที่มีชาวบ้านหลายคนมีความรู้ความสามารถทำหน้าที่นี้ได้ ทำอย่างไรจะให้มีความหมายรองรับให้บุคคลภายนอกต้องใช้มีคุณศัพท์ของชุมชน ในกรณีที่ชุมชน มีมีคุณศัพท์ของตนเองในการทำหน้าที่นี้

4. **ผู้กำหนดนโยบายและแผนงาน** ระบบกลไกการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาใน สังคมไทย ยังเป็นการรวมศูนย์อยู่ที่ส่วนกลาง แม้ว่าในปัจจุบันรัฐส่วนกลางได้กระจายอำนาจและ ให้องค์กรส่วนท้องถิ่นในรูปแบบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เทศบาล องค์การบริหาร ส่วนจังหวัด (อบจ.) เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการพัฒนาตามรัฐธรรมนูญ ปี พ.ศ. 2540 ก็ตาม รัฐส่วนกลางยังคงมีบทบาทในการพิจารณางบประมาณและกำหนดทิศทางการพัฒนา ผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการกำหนดนโยบายและแผนงาน ได้แก่ คณะรัฐมนตรี ททท.สำนักงานจังหวัด สำนักนโยบาย และแผนสิ่งแวดล้อมกระทรวง ศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กรมป่าไม้ กรมศิลปากร สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานจังหวัดและองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น เป็นต้น (นิศา ชัชกุล, 2550)

กิจกรรมการปีนหน้าผา

การปีนหน้าผาถือว่าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยอีกประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมสนใจจากนักผจญภัยทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทย ด้วยความท้าทายประกอบการ ที่ต้องใช้พลังกำลังและสมาธิ ทำให้การปีนหน้าผากลายเป็นกิจกรรมที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ ของบุคคลหลายกลุ่มและหลายอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่มีจิตใจรักในกิจกรรมประเภทนี้ ถึงขนาดลงทุนเดินทางไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกที่มีลักษณะภูมิประเทศเหมาะสมที่น่าสังเกต ยิ่งไปกว่านั้นคือกิจกรรม การปีนหน้าผาได้ก้าวไกลไปถึงการแข่งขันในระดับโลก (World Championship Event) มีนักปีนหน้าผาอาชีพที่ตระเวนทำการแข่งขันเพื่อหารายได้จากผู้สนับสนุน และเจ้าของรางวัล รวมตลอดจนอบรมหรือบรรยายให้กับผู้สนใจในกิจกรรมประเภทนี้

การปีนหน้าผาอาจมีความแตกต่างไปจากกิจกรรมการผจญภัยอย่างอื่นอยู่อย่างน้อย 2 ประการ คือ ประการแรก การปีนหน้าผาของมนุษย์มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานมาก ที่กิจกรรมการผจญภัยอื่นไม่อาจเทียบได้ ประการที่สอง การปีนหน้าผาเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยง ต่ออันตรายสูงกว่ากิจกรรมผจญภัยอย่างอื่น ธรรมชาติคือตัวการกำหนดเกือบทุกอย่างในการ ปีนหน้าผา ความเสี่ยงอันตรายอาจเกิดขึ้นได้จากความสูงชัน หินที่ไม่มีความแข็งแรงเพียงพอ และสภาพอากาศที่เลวร้าย ด้วยเหตุนี้เองการส่งเสริมหรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย ประเภทนี้ จึงต้องมีความพิถีพิถันและใส่ใจเป็นพิเศษในส่วนของการอุปกรณณ์ที่ได้มาตรฐานและ ความปลอดภัย

1. ประวัติความเป็นมา

การปีนหน้าผาเป็นกิจกรรมนี้เกิดขึ้นควบคู่กับการอุบัติขึ้นของมนุษยชาติว่าได้ มนุษย์สมัยก่อนอาศัยการปีนเขาเป็นกิจกรรมเพื่อความอยู่รอดในการดำรงชีวิต การปีนเขาเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทางไปหาผู้กันระหว่างกลุ่มหรือเผ่าพันธุ์ การแสวงหาอาหารและการหลบหนีจากข้าศึกศัตรูตามประวัติที่มีการบันทึกเอาไว้ใน ค.ศ. 1492 ซึ่งเป็นปีที่ชาวยุโรปเริ่มเดินทางค้นพบทวีปอเมริกา Antoine de Velle กับทหารอีก 8 คน ได้รับคำสั่งจากพระเจ้าชาร์ลที่ 8 ของฝรั่งเศสให้ปีนให้ถึงยอดเขา Mont Aiguille สำหรับเหตุผลในการปีนเขานั้นไม่แน่ใจว่าเป็นด้วยเหตุผลประการใด แต่อนุมานว่าเป็นไปเพราะเหตุผล 1 ใน 3 ประการ คือ (1) เพื่อประกาศชัยชนะ (2) เพื่อการสำรวจ หรือ (3) เพื่อเหตุผลทางศาสนา

อีกราว 300 ปี ถัดมา คือ ใน ค.ศ. 1786 ได้มีการพิชิตยอดเขา Mont Aiguille ซึ่งเป็นภูเขาที่สูงที่สุดของยุโรปตะวันตกเป็นครั้งแรก การปีนเขานี้ นับได้ว่าเป็นการเปิดศักราชแห่งการปีนหน้าผา เป็นจุดเริ่มต้นของการสำรวจภูเขาและเส้นทางปีนหน้าผากันอย่างกว้างขวาง การปีนหน้าผาเพื่อความเพลิดเพลินเชิงผจญภัยอย่างแท้จริงเริ่มขึ้นใน ค.ศ. 1850

ปลายคริสต์ศตวรรษ 1800 การปีนหน้าผาในประเทศอังกฤษมีผู้ให้ความสนใจอย่างกว้างขวาง จนถึงขนาดมีการกำหนดระดับขั้นของความยาก-ง่ายในการปีนเกิดขึ้น กิจกรรมการปีนหน้าผาในอังกฤษขณะนั้นเป็นที่ชื่นชอบมากของนักปีนหน้าผา นักวิชาการที่ชอบการสำรวจ และผู้ที่มีฐานะดี อุปกรณ์และเครื่องมือในการปีนหน้าผาที่ได้มาตรฐานเริ่มถูกนำมาใช้ในระยะเวลาที่ไล่เลี่ยกันนี้ นักปีนหน้าผาในประเทศเยอรมนีก็ได้มีการใช้เทคนิควิธีการปีนที่แปลกออกไป กล่าวคือ มีการปีนหน้าผาในพื้นที่ที่มีลำดับความยากมากขึ้น และมีการนำเอาอุปกรณ์ประเภทสมอ (Anchor) มาใช้

การปีนหน้าผากลายเป็นกิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้ที่ชอบความเสียวและความท้าทายที่มีการพัฒนาเทคนิค อุปกรณ์ วิธีการ และมาตรฐานในการปีนเรื่อยมา ทั้งในยุโรปและอเมริกา ช่วงเวลาที่จัดได้ว่ากิจกรรมการปีนหน้าผาได้รับความนิยมมากที่สุด ช่วงทศวรรษที่ 1990 เมื่อมีผู้ประกอบการโรงฝึกการปีนหน้าผา (Climbing Gyms) เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก สนองกับการพัฒนาให้การปีนหน้าผาเป็นกีฬาชนิดหนึ่ง

กิจกรรมปีนหน้าผาเพื่อนันทนาการเกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อไร ไม่มีหลักฐานปรากฏ แต่ที่พัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวและมีการบันทึกไว้เป็นหลักฐาน คือ เมื่อ พ.ศ. 2523 เมื่อนักท่องเที่ยวที่รักในการผจญภัยจากยุโรปกลุ่มแรกเข้ามาสำรวจและแนะนำกิจกรรมการปีนหน้าผาที่จังหวัดกระบี่ (ฝ่ายวิชาการ บริษัท สกายวอล์ค จำกัด) โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่หมู่เกาะพีพี ซึ่งมีหน้าผาหินปูนสูงชันและมีสภาพสูงมากสำหรับกิจกรรมการปีนหน้าผา ชื่อเสียงของหน้าผาดังกล่าว

ที่แพร่ขยายโดยนักปีนหน้าผาชาวยุโรป ทำให้มีนักปีนเขาชาวต่างชาติสนใจเข้าประปรายประกอบกิจกรรมกันมากขึ้น อีกทั้งความสวยงามของหมู่เกาะพีพีโดยเฉพาะมีบริษัทถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาใช้สถานที่ถ่ายทำหลายต่อหลายครั้ง ยิ่งทำให้กิจกรรมการปีนเขาเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวแบบผจญภัย ปัจจุบันกิจกรรมการปีนหน้าผามีได้จำกัดอยู่เฉพาะหน้าผาในจังหวัดกระบี่เท่านั้น แต่ได้มีการขยายธุรกิจนำเที่ยวประเภทนี้ไปยังหลาย ๆ พื้นที่ในประเทศไทย เช่น จังหวัดนครนายก ปราจีนบุรี กาญจนบุรี และเพชรบุรี เป็นต้น

2. องค์ประกอบพื้นฐานของการปีนหน้าผา

การปีนเขาถูกจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และกีฬาผจญภัย เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่มีส่วนผสมของความท้าทาย การใช้พลังกำลัง ความสามารถ สมาธิ ที่สำคัญคือ การได้สัมผัสความสวยงามหรือความเป็นธรรมชาติ โดยไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ถ้าเปรียบเทียบความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ การปีนหน้าผาอาจจะมีระดับความเสี่ยงสูงกว่าการล่องแก่งและการพายเรือ ดังนั้น ผู้ที่ประสงค์จะประกอบกิจกรรมประเภทนี้ต้องมีการเตรียมตัวเป็นอย่างดี การผิดพลาดจากการปีนหน้าผาในบางครั้งอาจหมายถึงอาการบาดเจ็บและเป็นอันตรายถึงชีวิตได้

2.1 การฝึกปีนหน้าผาเบื้องต้น เนื่องจากการปีนหน้าผาเป็นกิจกรรมที่มีความท้าทายและมีความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุค่อนข้างสูง การฝึกและเรียนรู้เกี่ยวกับการปีนหน้าผาเบื้องต้นจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างมาก ก่อนกรปีนหน้าผาจริงผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวประเภทปีนหน้าผานิยมที่จะทำการปฐมนิเทศและฝึกปฏิบัติให้กับนักท่องเที่ยวก่อนเสมอ การฝึกเบื้องต้นจะเริ่มขึ้นด้วยการเรียนรู้เทคนิคการปีนหน้าผา ทำความรู้จักอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ รวมตลอดจนการใช้ประโยชน์และการทำงาน จากนั้นจะเป็นการฝึกปีนแบบ Boulderling ซึ่งเป็นการปีนโดยใช้อุปกรณ์การปีนเพียง 2 อย่างคือ รองเท้ากับผงแมกนีเซียม คาร์บอนเนต กันลื่นเท่านั้น นักท่องเที่ยวที่จะร่วมในกิจกรรมการปีนหน้าผาจะถูกสอนให้รู้หลักการของการปีนเขาที่ดีและถูกต้องว่า ควรสร้างความสมดุลให้กับร่างกายในการเคลื่อนไหวแต่ละขั้นตอน เพื่อให้มีการใช้แรงหรือพลังงานน้อยที่สุด ทั้งนี้ การปีนจำเป็นต้องอาศัยความมั่นคงของมือและเท้าในการเกาะและเหยียบ

หลังจากมีการสำรวจทำความเข้าใจกับอุปกรณ์และเครื่องมือรวมไปถึงการฝึกปีนเขาเบื้องต้นแล้ว ต่อไปคือการปีนหน้าผาจริง ซึ่งมักจะเริ่มต้นด้วยการปีนแบบ Top Roping หรือการปีนที่มีผู้ปีนนำ (Leader) นำเชือกขึ้นไปคล้องกับสมอบน (Anchor) ซึ่งอยู่ ณ จุดปลายของการปีนแล้วหย่อนปลายเชือกข้างหนึ่งลงมายังพื้นให้ชาวพ้อที่ผู้ปีนสามารถผูกเงื่อนเข้ากับสายรัดสะโพก (Harness) ของตนเอง ส่วนปลายเชือกอีกด้านหนึ่งผู้ควบคุมเชือก (Belayer) จะคล้องไว้กับอุปกรณ์ควบคุม (Belay Device) ซึ่งติดอยู่กับสะโพก การปีนหน้าผาลักษณะนี้ผู้ควบคุมเชือกจะขึ้นควบคุม

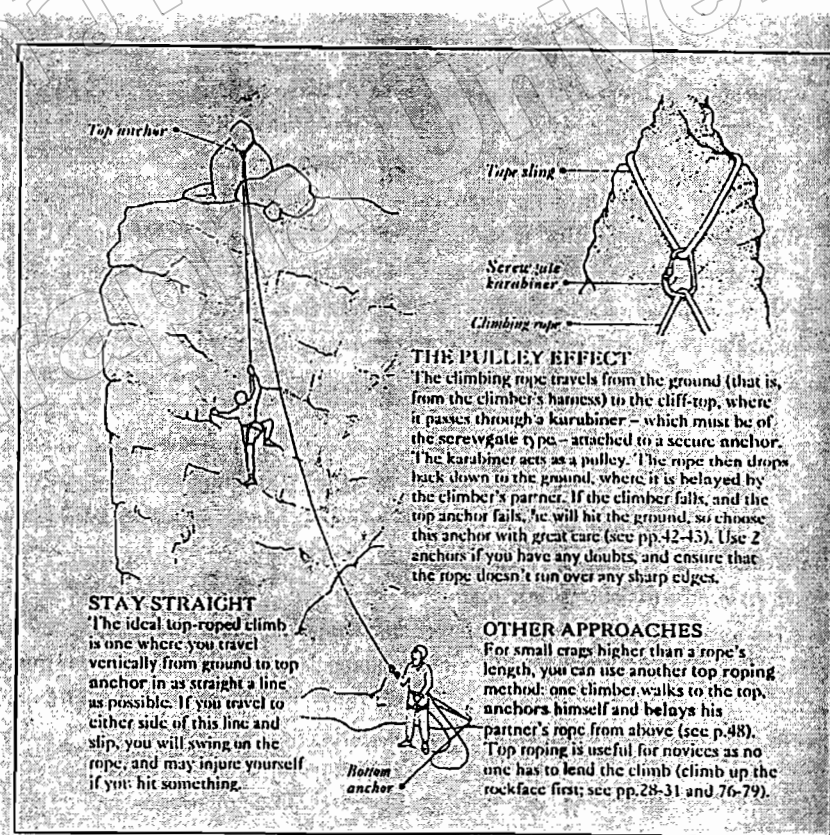
ของแต่ละประเทศหรือกลุ่มประเทศ ดังนั้นในการปีนหน้าผานักท่องเที่ยวจึงควรศึกษาระดับความยาก-ง่ายในการปีนหน้าผาให้เหมาะกับทักษะและความสามารถของตนเอง เพื่อให้เกิดความสนุกสนานในความท้าทายและเกิดความปลอดภัยอย่างแท้จริง

4. เทคนิคและวิธีปีนหน้าผา

กิจกรรมการผจญภัยที่เกี่ยวข้องกับการปีนหน้าผามีอยู่ลักษณะ 2 ใหญ่ ๆ คือ การปีนขึ้นและการโรยตัวลง การจะเลือกวิธีการแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับความสูงของหน้าผา ความยาวของเชือก และระดับความท้าทายที่นักปีนต้องการเป็นสำคัญ

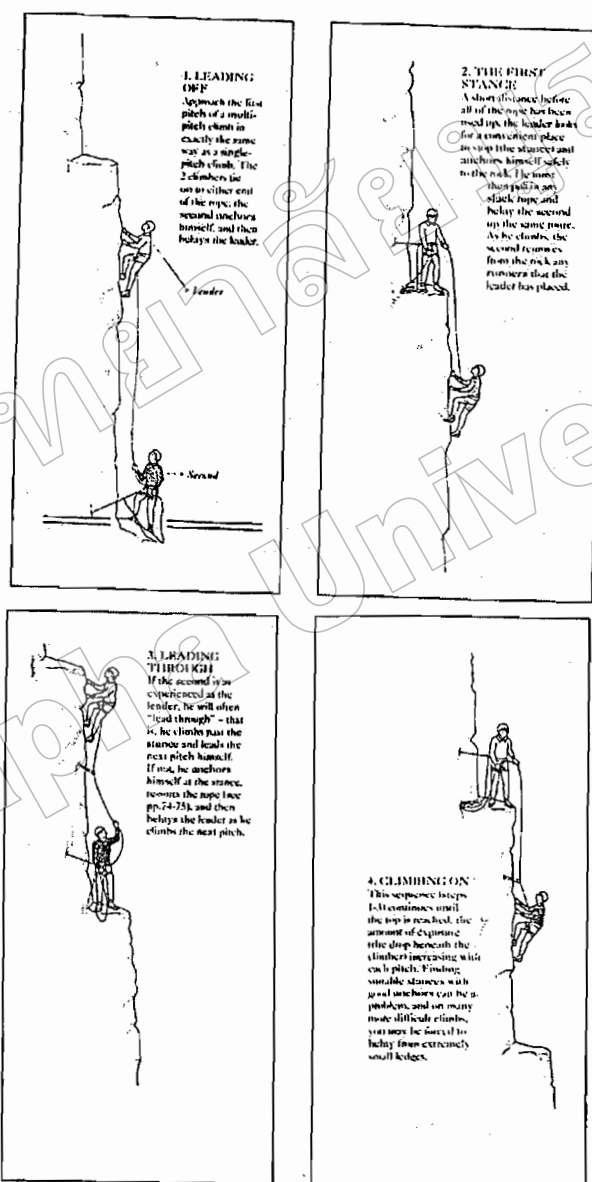
4.1 การปีนหน้าผาในลักษณะของการปีนขึ้น

- Top-roping เป็นรูปแบบการปีนหน้าผาที่เหมาะสมสำหรับผู้เริ่มต้นหัดปีน ส่วนใหญ่จะเลือกหน้าผาที่มีความสูงชันและมีความขรุขระไม่มากนัก วิธีการคือ หาทางติดตั้งสมอบน (Top Anchor) ให้ได้ก่อนแล้วจึงร้อยเชือกสำหรับการปีน โดยปลายเชือกข้างหนึ่งจะผูกอยู่กับฮาร์เนสของผู้ปีนอีกข้างหนึ่งจะผูกอยู่กับฮาร์เนสของผู้ควบคุมเชือก (Belayer) ด้านล่างซึ่งก็ต้องมีการเกี่ยวโยงไว้กับสมอล่าง (Bottom Anchor)



ภาพที่ 7 การปีนหน้าผาในลักษณะของการปีนขึ้น (Top-roping)

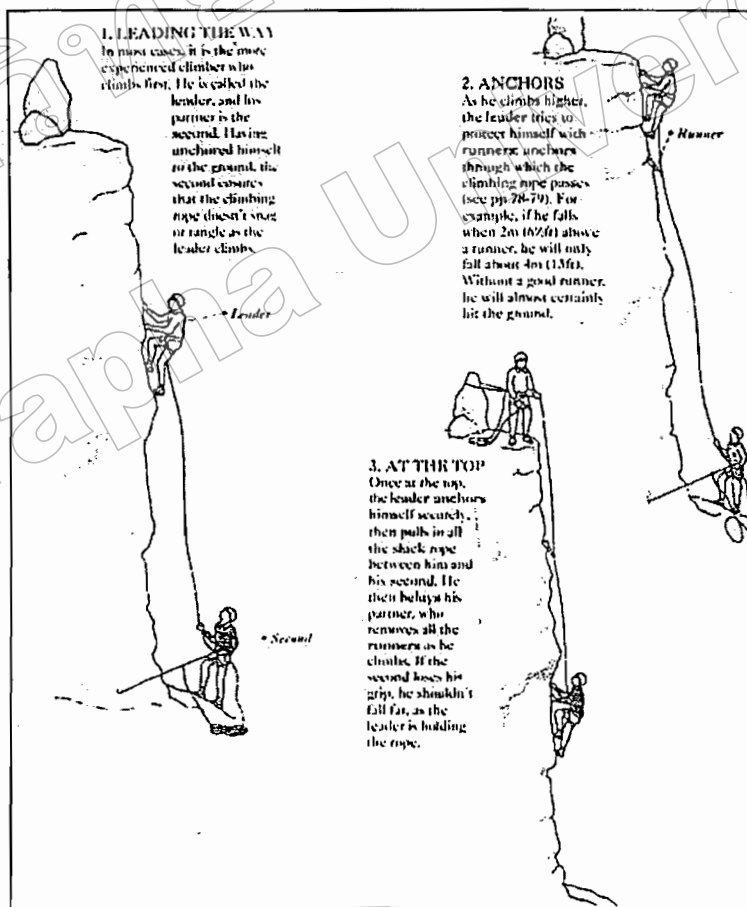
- Single-pitch การปีนหน้าผาที่ไม่สามารถติดตั้งสมอบนได้โดยง่าย อาจต้องเลือกใช้วิธีการปีนแบบ Single-pitch การปีนลักษณะนี้ทำได้ค่อนข้างง่าย เพียงผู้ปีนหน้าผา 2 คน ผู้กปลายเชือกเข้ากับฮาร์เนส ในขณะที่ผู้หนึ่งปีนขึ้น เพื่อนอีกคนหนึ่งจะเป็นผู้ถือเชือกให้ เมื่อผู้ปีนคนแรกขึ้นไปถึงที่หมายแล้วจะทำการติดตั้งสมอบน และเกี่ยวโยงเชือกเข้ากับบีลีย์ เพื่อช่วยให้เพื่อนอีกคนหนึ่งได้ปีนหน้าผาตาม



ภาพที่ 8 การปีนหน้าผาในลักษณะของการปีนขึ้น (Single-pitch)

การปีนแบบ Single-pitch อาจทำไม่ได้เมื่อหน้าผามีลักษณะเป็นหน้าผาที่มีความสูงมาก อาจมีลักษณะเป็นชั้น ๆ จึงต้องใช้วิธีการแบบ Multi-pitch โดยในแต่ละชั้นหรือระยะของการปีน อาจมีการสลับกันระหว่างผู้ปีนนำกับผู้ปีนตาม กล่าวคือในระยะหรือชั้นแรกผู้ปีนคนหนึ่งเป็นผู้ปีนนำ เมื่อปีนในระยะหรือชั้นที่ 2 อาจให้เพื่อนอีกคนหนึ่งเป็นผู้ปีนนำก็ได้ เรียกว่า Multi-pitch

4.2 การปีนหน้าผาแบบโรยตัว (Abseiling) โดยปกติการปีนหน้าผาในลักษณะการปีนขึ้นดังที่กล่าวแล้วข้างต้น เมื่อจบสิ้นการปีนก็จำเป็นต้องหาทางลง การหาทางเพื่อเดินลงสำหรับหน้าผาหรือสถานที่ปีนบางแห่งอาจจำกัดหรือเป็นไปได้ อีกทั้งในบางกรณีเมื่อมีผู้ประสบอุบัติเหตุ ซึ่งต้องนำลงจากที่สูงและไม่มีวิธีการอื่นใด การโรยตัวจึงถูกเลือกมาใช้ วิธีการปีนหน้าผาแบบนี้จะง่าย แต่ก็มีอุบัติเหตุค่อนข้างบ่อยเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการปีนลักษณะอื่น ซึ่งไม่ใช่เพราะมีเพียงสมอบนตัวเดียวที่เกาะ แต่ส่วนมากเป็นเพราะความเชื่อมั่นในตัวเองมากเกินไป (Over-confident) เพราะเห็นว่าเป็นการปีนลง ความผิดพลาดจึงเกิดขึ้นได้เสมอ



ภาพที่ 9 การปีนหน้าผาแบบโรยตัว (Abseiling)

5. ลักษณะการดำเนินงาน

จากการสำรวจของกองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยความร่วมมือจากสำนักงานการท่องเที่ยวประจำภูมิภาค ทำให้ทราบว่าปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2545) มีพื้นที่ที่เปิดบริการเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยกึ่งอนุรักษ์ประเภทปีนหน้าผา จำนวน 10 พื้นที่ และอยู่ระหว่างการสำรวจอีก 2 พื้นที่ หาดไร่เลย์ บริเวณอ่าวพระนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ มีพื้นที่ที่พัฒนาสำหรับการปีนหน้าผามากที่สุด 4 แห่ง รองลงมาคือพื้นที่บริเวณน้ำตกไทรโยค ในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ อำเภอไทยโยค จังหวัดกาญจนบุรี มีจำนวน 2 แห่ง ที่เหลือมีการดำเนินการอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ (หน้าผาเทียม) ลพบุรี อุทัยธานี และปราจีนบุรี อีกจังหวัดละ 1 แห่ง

ผลจากการสำรวจข้างต้น ทำให้ทราบเช่นกันว่ามีผู้ประกอบการนำเที่ยวในลักษณะนี้ทั้งสิ้น 10 ราย ในจำนวนนี้เป็นบริษัทเอกชนจำนวน 9 ราย และเป็นส่วนราชการของทหาร คือหน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ จังหวัดลพบุรี 1 ราย ลักษณะการดำเนินการของผู้ประกอบการโดยทั่วไปมีรูปแบบคล้ายกับการดำเนินงานของผู้ประกอบการนำเที่ยวแบบล่องแก่งและพายเรือ กล่าวคือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตั้งสถานที่ทำการในพื้นที่หรือในตัวจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวปรากฏอยู่ มีเพียงบางบริษัทเท่านั้นที่มีตัวแทน หรือตั้งบริษัทดำเนินการอยู่ในกรุงเทพมหานคร การให้บริการด้านนั้นทนทานการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติในรูปแบบของการปีนหน้าผาจะไม่บังคับให้นักท่องเที่ยวซื้อบริการแบบเบ็ดเสร็จ แต่สามารถเลือกได้ตามความสนใจ ส่วนใหญ่จะให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเอง การซื้อบริการท่องเที่ยวแบบปีนหน้าผาจะเริ่มต้นจากการฝึกปีน การเช่าอุปกรณ์ รวมไปถึงค่าอาหารและที่พัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทางเลือกของนักท่องเที่ยวเอง

สิ่งที่น่าสังเกตเป็นอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวแบบนี้คือ การประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการ ซึ่งพบว่าทำได้ดีมาก นอกเหนือจากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทยุติบัตรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และแผ่นปลิวสวดคีสวยงามแล้ว การใช้สื่อ E-commerce ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการหลายรายเลือกใช้โดยเปิดเป็น Website ของตนเองขึ้นมา นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการดำเนินการอยู่ รวมทั้งสามารถสำรองหรือจองบริการผ่านระบบ E-commerce ได้ในพื้นที่

ข้อสังเกตที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวแบบปีนหน้าผาคือ ตัวทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง เขาและหน้าผาอยู่ในเขตรับผิดชอบของใคร ในส่วนที่เป็นพื้นที่ของทางราชการ เช่น ส่วนอุทยานแห่งชาติ หรือหน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ คงไม่มีปัญหาในการดำเนินการมากนัก แต่ถ้าเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นทรัพย์สินสาธารณะแล้วมีการเข้าไปประกอบการ อาจถือว่าเป็นการบุกรุกได้ด้วยเหตุนี้ การศึกษาข้อกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ว่าด้วยการใช้พื้นที่ลักษณะนี้ต้องกระทำให้ชัดเจน มิเช่นนั้นอาจมีผู้ประกอบการรายอื่นตัดสินใจดำเนินการในลักษณะ ตามกัน

6. มาตรฐานสำหรับกิจกรรมป็นหน้าผา

มาตรฐานผู้ประกอบการ มาตรฐานมัคคุเทศก์ มาตรฐานอุปกรณ์และเครื่องมือ มาตรฐานความปลอดภัยในการดำเนินการ และมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่จะทำให้การป็นหน้าผาเป็นไปอย่างปลอดภัย

7. แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวการป็นหน้าผา

แม้ประเทศไทยจะมีลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขากระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ก็ตาม แต่ภูเขาส่วนใหญ่ เกิดจากกระบวนการ โกงตัวของเปลือกโลก (ภาคเหนือ) และการยกตัวของเปลือกโลก (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ทำให้เชิงเขามีลักษณะลาดเท ซึ่งในเชิงการท่องเที่ยวแบบผจญภัยประเภทป็นหน้าผาแล้วจัดได้ว่ามีศักยภาพต่ำ ตรงกันข้ามกับกรณีของภาคใต้บริเวณชายฝั่งทะเลด้านตะวันตก ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาเช่นกัน แต่เป็นภูเขาที่มีหน้าผาชัน เนื่องจากการยุบตัวของเปลือกโลกหลายบริเวณที่เป็นภูเขาในภาคใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตจังหวัดกระบี่ ภูเก็ตและพังงา มีหน้าผาที่เหมาะสมกับการประกอบกิจกรรมการป็นอยู่หลายแห่ง หน้าผาบริเวณอ่าวพระนาง จังหวัดกระบี่ได้ชื่อว่าเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับกิจกรรมประเภทนี้มากที่สุด จนนักป็นเขาชาวต่างประเทศชื่นชมว่าเป็นสถานที่ป็นหน้าที่มีความสวยงาม มีเส้นทางที่สำรวจและจัดเตรียมไว้เพื่อกิจกรรมหลายเส้นทาง

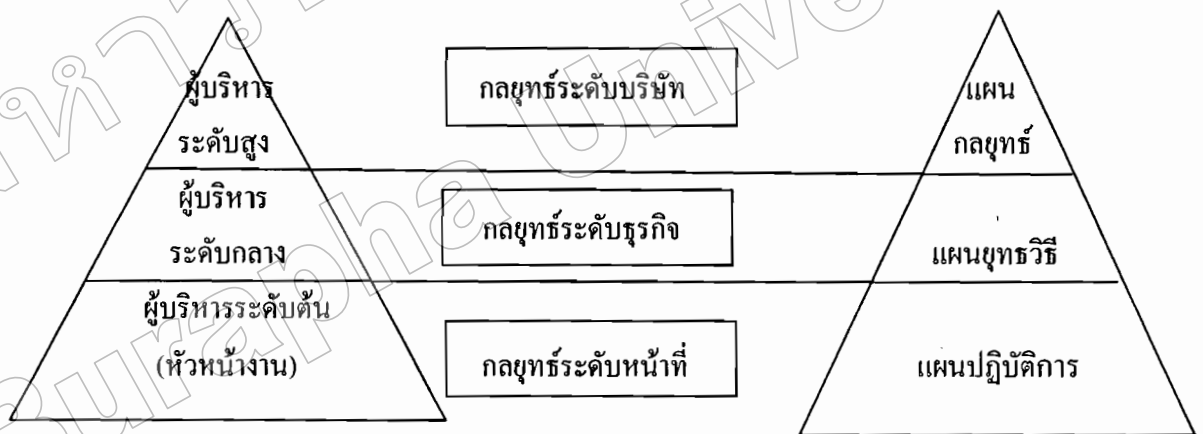
อย่างไรก็ตาม จากความนิยามในกิจกรรมประเภทนี้ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้มีผู้ประกอบการส่วนหนึ่งรวมทั้งการสำรวจหาสถานที่ใหม่ ๆ ของผู้ที่นิยมการป็นหน้าผาเอง ทำให้มีการพัฒนาและส่งเสริมการป็นหน้าผาขึ้นในอีกหลายพื้นที่ เช่นจังหวัดนครนายก จังหวัดอุทัยธานี และจังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น ทั้งนี้รวมไปถึงการส่งเสริมให้มีกิจกรรมการป็นหน้าผาเทียมในพื้นที่หรือเทศกาลต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน

เนื่องจากสถานที่สำหรับกิจกรรมการป็นหน้าผาที่นิยมมากที่สุด คือ หน้าผาธรรมชาติ ซึ่งมีข้อจำกัดหลายประการสำหรับการใช้ประโยชน์ หน้าผาธรรมชาติมีความเสี่ยงต่อความเสื่อมโทรมและการถูกทำลาย ส่วนใหญ่ตั้งหรือปรากฏอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของส่วนราชการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรมป่าไม้ การใช้ประโยชน์อาจขัดต่อระเบียบหรือกฎหมายของทางราชการ อย่างไรก็ตามเมื่อนโยบายของรัฐบาลมุ่งเน้นที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อนำรายได้ไปแก้ปัญหาเศรษฐกิจและเพื่อพัฒนาประเทศ การใช้ประโยชน์จากแหล่งหรือทรัพยากรการป็นหน้าผาจึงจำเป็นต้องระมัดระวังและให้ความสำคัญในความมั่นคงและยั่งยืนของแหล่งหรือทรัพยากรให้มากที่สุดด้วย (ศักดิ์ชาย พัทธกิจวงศ์, 2550)

การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

ความหมายและความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารจากทุกระดับขององค์กร ในการกำหนดและการเอากลยุทธ์ไปปฏิบัติเพื่อให้ได้ผลตามเป้าหมายที่ต้องการ โยธาศัยการวางแผนเชิงกลยุทธ์เข้ามาช่วย การวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นการวางแผนที่มีความสำคัญเพราะเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานสำหรับอนาคตในระยะยาว ที่ต้องการและเกี่ยวข้องกับองค์กรโดยรวม ผู้บริหารควรทำความเข้าใจหลักเบื้องต้นของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การวางแผนเชิงกลยุทธ์เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในเป้าหมายระยะยาว การวางแผนเชิงกลยุทธ์ครอบคลุมเรื่องสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร เป้าหมายสำคัญการวางแผนเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในอนาคต ความยืดหยุ่น ค่านิยมและการเจริญเติบโตขององค์กร ผู้บริหารเชิงกลยุทธ์ คือผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้กำหนดเป้าหมายที่ต้องการมักเกี่ยวข้องกับอัตราผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น การทำกำไร คุณภาพปริมาณของผลผลิต ส่วนแบ่งทางการตลาด การเพิ่มผลผลิตและการกระจายออกไปสู่สังคม



ภาพที่ 10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับทางการบริหารกับการวางแผนชนิดต่าง ๆ

ความหมายของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

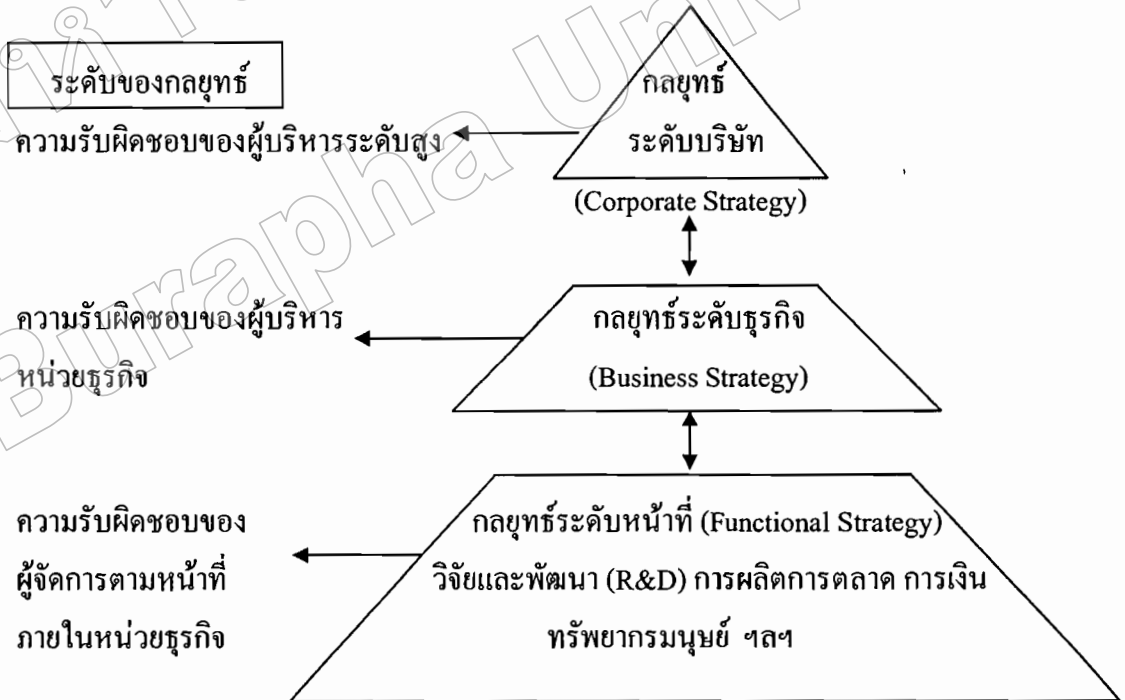
การวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นการวางแผนระยะยาว ที่เน้นองค์กรทั้งหมดโดยภาพรวมขององค์กร ผู้บริหารพิจารณาแต่ละหน่วยแต่ละแผนทั้งหมดในภาพรวม ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่จะต้องทำให้บรรลุเป้าหมายในอนาคต การวางแผนเชิงกลยุทธ์เกี่ยวข้องกับคำสำคัญ ๆ ดังนี้

1. **ระยะยาว (Long Range)** คำว่าระยะยาว (Long Range) หมายถึง ระยะเวลาข้างหน้าในอนาคตเช่นใน 3-5 ปีข้างหน้าที่ต้องการให้เป็น ดังนั้นการวางแผนเชิงกลยุทธ์จึงต้องพิจารณาว่า

องค์กรควรทำอะไรเพื่อให้ประสบความสำเร็จในอีก 3-5 ปีข้างหน้า นับจากนี้ ความสำเร็จส่วนใหญ่เกิดจากความ สามารถและความพยายามในการคิดคือการคิดในเชิงกลยุทธ์ (Innovation Strategic Thinking) เพื่อให้เกิดนวัตกรรมเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ในองค์กร

2. **ข้อผูกพันสัญญา (Commitment principle)** หมายถึง หลักทั่วไปในการวางแผนเชิงกลยุทธ์คือการที่ผู้บริหารดำเนินตามหลักที่เรียกว่าเป็นข้อผูกพันสัญญาที่ได้กำหนดไว้สำหรับอนาคตที่ต้องทำให้สำเร็จ เช่น ผลลัพธ์ที่ต้องการจากการวางแผนนั้นเช่นมีการวางแผนการลงทุน เพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากการลงทุน

3. **กลยุทธ์ (Strategy)** หมายถึง การวางแผนอย่างกว้าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในระยะยาว กลยุทธ์ขององค์กรสามารถทำได้หลายอย่าง เช่น กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการประชาสัมพันธ์ สิ่งเหล่านี้กำหนดไว้อย่างกว้าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางแท้จริงแล้ว กลยุทธ์คือผลสุดท้ายของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ แม้ว่าองค์กรใหญ่ ๆ มีการพัฒนากลยุทธ์มากกว่าองค์กรเล็ก ๆ แต่ทุก ๆ องค์กรต่างก็มีกลยุทธ์ของตนเองที่แตกต่างกัน **วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Vision)** หมายถึง ข้อความที่บ่งบอกถึงภารกิจที่ทำให้ทราบวัตถุประสงค์ในอนาคต



ภาพที่ 11 แสดงระดับของกลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ใช้อำนาจการแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate Level Strategy) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy)

1. **กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate Level Strategy)** เป็นกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้น โดยผู้บริหารระดับสูงเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วยกลยุทธ์กว้าง ๆ ที่ครอบคลุมถึงการก้าวไปสู่วิสัยทัศน์และภารกิจที่กำหนด กลยุทธ์ระดับบริษัทจะมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ระดับอื่น ๆ ด้วยกลยุทธ์ระดับบริษัทประกอบด้วยกลยุทธ์หลักที่ กลยุทธ์เจริญเติบโตและกลยุทธ์ถดถอย

2. **กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)** หมายถึงในกรณีที่ต้องการเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีหลายกิจการรวมอยู่ด้วยหรือมีเครือข่ายจำนวนมากหรือมีสินค้าหลายชนิดจำหน่าย ทำให้ยากต่อการบริหารจึงได้มีการวิเคราะห์แต่ละหน่วยธุรกิจที่เรียกว่าการวิเคราะห์ SBU หรือ (Strategy Business Units) แต่ละหน่วยธุรกิจจะมีการกำหนดกลยุทธ์ของตนขึ้นมาเป็นระดับหน่วยธุรกิจที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ระดับบริษัท ระดับหน้าที่และระดับปฏิบัติเพื่อความสำเร็จของแต่ละหน่วยธุรกิจ

3. **กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy)** หมายถึงกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ต่าง ๆ ที่สำคัญในองค์กร เกี่ยวกับการแข่งขันทางกลยุทธ์ในหน้าที่ต่าง ๆ ได้แก่ การผลิต การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การเงิน การวิจัยและพัฒนา เช่น กลยุทธ์ในการผลิตสินค้าใหม่ กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ในการวิจัยค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น หน้าที่ต่าง ๆ เหล่านี้ผู้บริหารระดับกลางเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์นี้เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในระดับพนักงาน โดยแต่ละหน้าที่มีการประสานกัน โดยใช้กลยุทธ์ของแต่ละหน้าที่แล้วจะนำมาซึ่งความสำเร็จตามกลยุทธ์ขององค์กรโดยรวมกลยุทธ์กำหนดขึ้น โดยหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับปฏิบัติเป็นผู้กำหนดขึ้นเพื่อให้พนักงานนำไปปฏิบัติโดยเน้นการกำหนดกลยุทธ์ในรายละเอียดการปฏิบัติ เช่น กลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายเพื่อทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้น 10% ในแต่ละเดือน กลยุทธ์การผลิตที่มีปริมาณของเสียเป็นศูนย์ หรือกลยุทธ์การจัดจำหน่ายในการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าให้เร็วที่สุด กลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีการฝึกอบรมพนักงานทุกแผนกเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงาน เป็นต้น

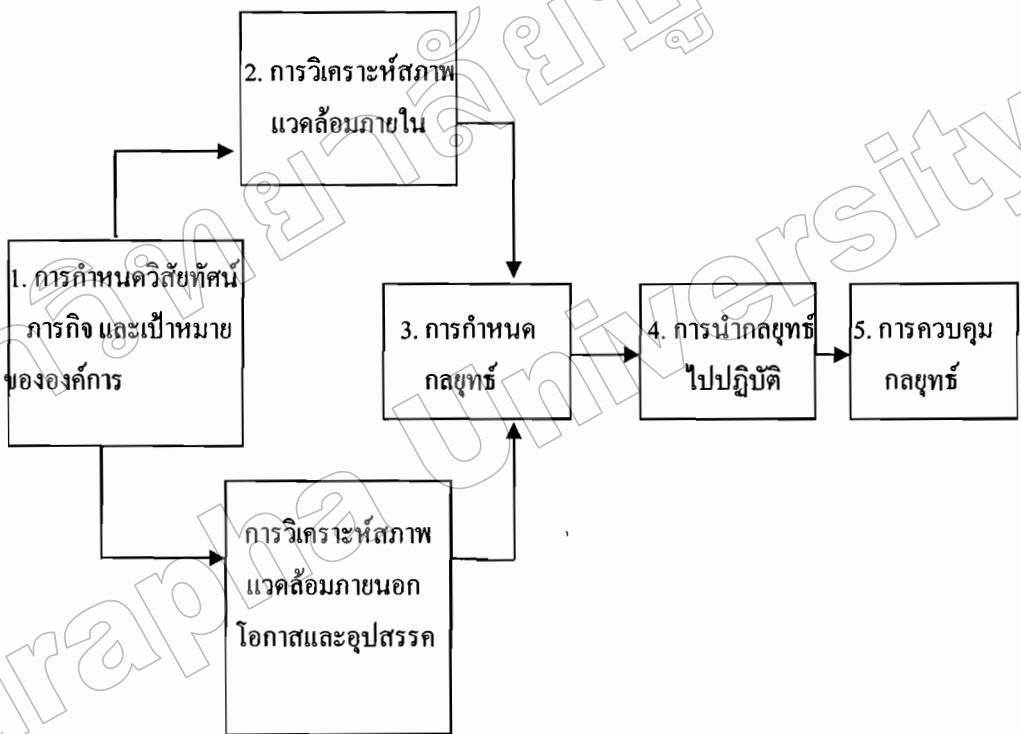
กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategy Management)

การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการทำสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าองค์กรจะดำเนินตามกลยุทธ์นั้น เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่เป้าหมายในระยะยาวที่ต้องการกลยุทธ์ที่เหมาะสม และดีที่สุดจะใช้ได้กับองค์กรในระยะเวลาที่กำหนดเท่านั้น เมื่อเวลาล่วงเลยไปองค์กรต้องมีการ

เปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้เหมาะสมที่สุดในเวลานั้น กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย ขั้นตอนสำคัญดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Analysis)
2. กำหนดทิศทางขององค์กร (Environment of an Organizational Direction)
3. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation)
4. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation)
5. การควบคุมกลยุทธ์ (Strategic Control)

กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ตามขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นนี้มีความต่อเนื่องกันดังรูป



ภาพที่ 12 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ตามขั้นตอนทั้ง 5 ขั้น

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Analysis) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เป็นกระบวนการขั้นแรกของการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมที่สำคัญในการศึกษาการจัดการ โดยพิจารณาองการในระบบเปิด(open system)หมายถึง การให้ความสนใจในสภาพแวดล้อม ความสำคัญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจะทำให้องค์กรได้รับผลสำเร็จในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม คือการศึกษาองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร ผู้บริหารวิเคราะห์สภาพ

แวดล้อมเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่จะเป็นไปได้เหมาะสมที่สุดกับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ผู้บริหารต้องเข้าใจโครงสร้างของสภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) สภาพแวดล้อมในการดำเนินการ (Operating Environment) และสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) สภาพแวดล้อมทั้งสามระดับมีความสำคัญเท่า ๆ กัน ที่ผู้บริหารควรทำความเข้าใจ ความสำคัญในแต่ละระดับที่มีผล กระทบต่อการดำเนินงานในองค์กรกำหนดกลยุทธ์ที่สนองตอบ ต่อสภาพแวดล้อม

1. สภาพแวดล้อมทั่วไป (The General Environment) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอก องค์กรซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสภาวะเศรษฐกิจ (Economics) สังคม (Social) การเมือง (Political) ข้อกำหนดของกฎหมาย (Legal) และเทคโนโลยี (Technological)

1.1 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เป็นสภาพแวดล้อมที่สำคัญที่เป็นเครื่องชี้นำองค์กร จัดสรรทรัพยากรทางการบริหารอย่างไร เช่น ในการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการอย่างไร ในสภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ สิ่งสำคัญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจคือการพิจารณา เกี่ยวกับค่าจ้างแรงงาน อัตราเงินเฟ้อ อัตราภาษี ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ในการผลิตหรือให้ บริการ ราคาของสินค้าและบริการที่จะจำหน่ายให้แก่ลูกค้า เป็นต้น ผู้บริหารควรวิเคราะห์ด้วยความระมัดระวังเพราะจะทำให้เกิดผลกระทบสำคัญต่อผลกำไรขององค์กร

1.2 สภาพแวดล้อมทางสังคม เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปที่เกี่ยวกับลักษณะของสังคม ความสำคัญของการศึกษาสภาวะทางสังคมคือการวิเคราะห์เกี่ยวกับประชากร (Demographics) และค่านิยมในสังคม (Social Values)

การศึกษาเกี่ยวกับประชากรในสังคมคือ การศึกษาในเชิงสถิติเกี่ยวกับลักษณะของ ประชากรการเปลี่ยนแปลงของประชากรเช่น ในด้านของจำนวนประชากร รายได้ของประชากร ความแตกต่างของกลุ่มประชากร การเปลี่ยนแปลงของประชากรมีผลกระทบต่อการสร้างรายได้ การจำหน่ายสินค้าและบริการให้แก่ประชากร ตัวอย่างเช่น ประชากรมีจำนวนมากขึ้นทำให้มีความต้องการบ้านอยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ในขณะที่ประชากรมีรายได้น้อยลง ทำให้องค์กรวางแผน กลยุทธ์ในการจำหน่ายที่อยู่อาศัยในราคาต่ำและสามารถเลือกเงื่อนไขการชำระเงินได้ เป็นต้น ความเข้าใจในด้านการเปลี่ยนแปลงของประชากรช่วยให้องค์กรพัฒนากลยุทธ์ที่ช่วยให้สอดคล้องกับ การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประชากร เช่น การจัดจ้างพนักงานเข้ามาทำงานในองค์กร ก็จะต้องพิจารณาเรื่องคุณสมบัติของประชากรที่จะเข้ามาทำงานในองค์กร เป็นต้น

การศึกษาเกี่ยวกับความนิยมในสังคมก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ คือ ผู้บริหารทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมของคนในสังคมบางครั้งอาจมีการเปลี่ยนค่านิยมใหม่อย่างรวดเร็ว หรือบางครั้งก็อาจเปลี่ยนแปลงอย่างช้า ๆ ก็ได้ดังนั้นจึงควรศึกษาถึงความนิยมของคนในสังคมด้วยเพื่อการกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อค่านิยมของคนในสังคม

1.3 สภาพแวดล้อมทางการเมือง (The Political Component) เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปขององค์การที่เกี่ยวกับกิจกรรมของภาครัฐ หรือข้อกำหนดของรัฐบาลแนวนโยบายทางการเมือง เช่น การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับด้านอุตสาหกรรม ด้านการส่งออกสินค้าไปขายต่างประเทศ นโยบายด้านการส่งเสริมทางการค้า สภาพแวดล้อมทางการเมืองเกี่ยวข้องกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง การร่างข้อกฎหมาย พรรคการเมืองฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายค้าน แนวนโยบายทางการเมือง ซึ่งล้วนมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์การทั้งสิ้น

1.4 สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย (The Legal Component) หมายถึงการกำหนดข้อกฎหมายเพื่อให้สมาชิกในสังคมปฏิบัติตามข้อกฎหมายนั้น บางอย่างเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินกลยุทธ์ขององค์การ แต่ข้อกฎหมายบางอย่างก็ขัดต่อการกำหนดกลยุทธ์ ผู้บริหารจึงควรพิจารณาว่าข้อกฎหมายที่กำหนดขึ้นหรือกำลังจะกำหนดให้มีต่อไปนั้นเอื้อประโยชน์หรือเป็นอุปสรรคต่อองค์การ

1.5 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (The Technology Component) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่ใช้เช่น การผลิตสินค้าการให้บริการมีการเปลี่ยนแปลง กระบวนการทำงาน กระบวนการผลิต ควรเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์ที่ใช้ เปลี่ยนแปลงเครื่องจักรที่ใช้ เช่น ในโรงงานอุตสาหกรรมเปลี่ยนแปลงมาใช้เทคโนโลยีหุ่นยนต์ในการผลิต และการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และจะมีการเพิ่มเทคโนโลยีนี้ต่อไปเรื่อย ๆ เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิต

2. สภาพแวดล้อมทางการดำเนินการ (The Operating Environment) สภาพแวดล้อมการดำเนินการ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์การอย่างทันที สภาพแวดล้อมภายนอกดังกล่าวประกอบด้วย ลูกค้า (Customer Component) คู่แข่งขัน (Competition Component) ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต (Supplier Component) สภาพาระหว่างประเทศ (International Component)

2.1 ลูกค้า (Customer Component) หมายถึง ความต้องการของค่าที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายหรือการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์และบริการความพิจารณาสภาพแวดล้อมเกี่ยวกับลูกค้า เช่น ความต้องการของลูกค้า ข้อเสนอแนะจากลูกค้า คำดำเนินของลูกค้า

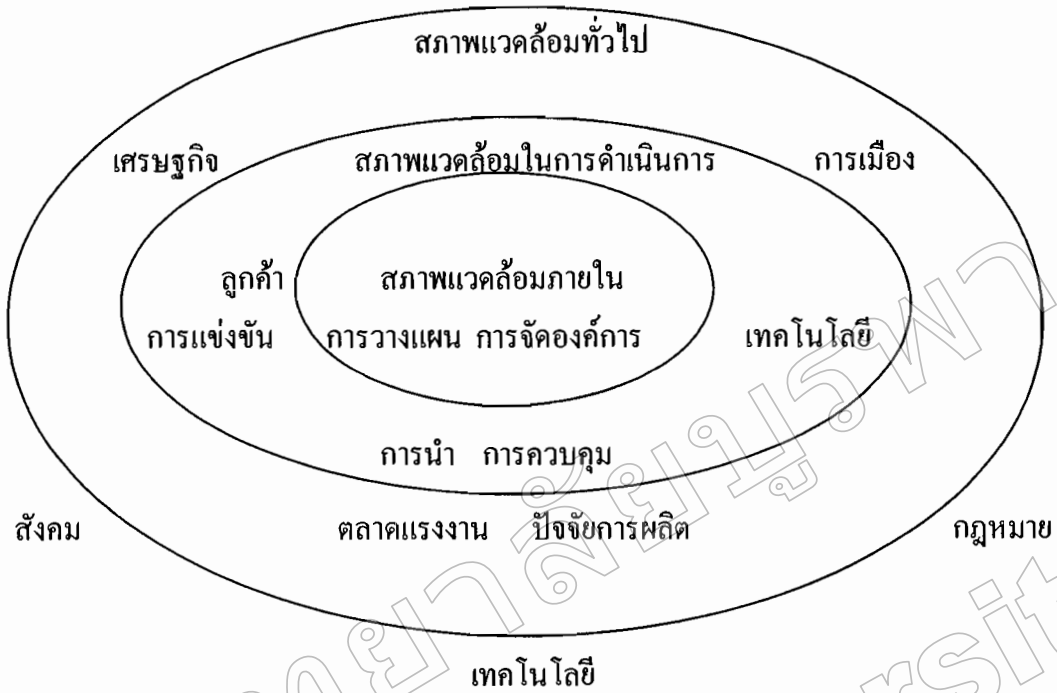
2.2 การแข่งขัน (Competition Component) หมายถึง สภาพแวดล้อมในการดำเนินการ เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งในทางธุรกิจปฏิบัติการเหนือกว่าคู่แข่ง สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในด้าน ลูกค้าทำให้องค์กรมีการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์อยู่เสมอ เพื่อความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์คู่แข่งก็เพื่อให้ผู้บริหารเข้าใจในจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) ศักยภาพขององค์กร (Capabilities) ศักยภาพของคู่แข่งเพื่อการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม

2.3 ตลาดแรงงาน (Labor Component) หมายถึง สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการจ้าง พนักงานตามความต้องการขององค์กร เกี่ยวข้องกับเรื่องคุณสมบัติของพนักงานหรือแรงงาน ที่ต้องการระดับของทักษะที่ต้องการในการทำงาน การฝึกอบรม อัตราค่าจ้าง แรงงาน อายุของพนักงานและองค์ประกอบอื่นที่เกี่ยวข้องกับตัวพนักงานที่องค์กรต้องการ

2.4 ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต (The Supplier Component) หมายถึง สภาพแวดล้อม ในการดำเนินการที่เกี่ยวกับการจัดหาทรัพยากรเพื่อใช้ในการผลิตหรือการให้บริการ ผู้บริหาร ควรวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต เกี่ยวกับการที่ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต สามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ราคาต่ำสุด การส่งมอบที่เชื่อถือได้และการให้เครดิตในการซื้อ แต่ละครั้ง สิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนปัจจัยนำเข้าที่ผู้บริหารควรพิจารณาถึงประสิทธิภาพของ ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตด้วย

2.5 สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ (The International Component) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจกับต่างประเทศ แม้ว่าองค์กรไม่ได้เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินธุรกิจกับต่างประเทศก็ควรศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของประเทศต่าง ๆ เช่น กฎหมายวัฒนธรรม สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมืองของประเทศต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ใน การขยายตัวขององค์กรต่อไปในอนาคตซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจต่างประเทศ

3. สภาพแวดล้อมภายใน (The Internal Environment) สภาพแวดล้อมนี้เกิดขึ้นภายใน องค์กรในระดับการทำงานภายในเป็นสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ เช่น การดำเนินงานของฝ่าย ต่าง ๆ ตามหน้าที่ เช่น ฝ่ายการตลาดขององค์กร ฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชี งานในหน้าที่เหล่านี้ ควรมีการวางแผน การจัดองค์กร การชักนำและการควบคุมภายในองค์กรที่ดี และมีการปรับปรุง การทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น องค์กรสามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในได้



ภาพที่ 13 สภาพแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมในการดำเนินการและสภาพแวดล้อมภายใน
(เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2550)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Analysis)

<p>การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด (Industry and market Analysis) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ สิ่งต่อไปนี้</p>	<ul style="list-style-type: none"> • สายผลิตภัณฑ์หลักและส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรม • การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม อัตราการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด • แรงกดดันทางอุตสาหกรรม เช่น การเข้ามาของอุตสาหกรรมใหม่ การที่มีสินค้าทดแทนกันได้ อำนาจซื้อของผู้ซื้อ อำนาจของผู้จำหน่าย ปัจจัย การผลิต ภาวะอุตสาหกรรม
<p>การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis) ส่วนแบ่งทางการตลาดของคู่แข่ง ประกอบด้วย การวิเคราะห์สิ่งต่อไปนี้</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การวิเคราะห์กลยุทธ์ที่คู่แข่งใช้จุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งรายสำคัญ • ความได้เปรียบของคู่แข่ง
<p>การวิเคราะห์ทางการเมืองและกฎ ข้อบังคับ (Political and Regulatory Analysis)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ข้อกำหนดของกฎหมายที่มีต่ออุตสาหกรรมนั้น • กิจกรรมทางการเมือง เสถียรภาพทางการเมือง
<p>การวิเคราะห์ทางด้านสังคม (Social Analysis)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • สภาพทางสังคมในปัจจุบันที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ • กลุ่มผลประโยชน์ในสังคม สภาพแวดล้อม
<p>การวิเคราะห์ทางด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human resources Analysis)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • แรงงานที่ใช้ในการผลิต การจ้างงาน ศักยภาพของแรงงาน ความต้องการแรงงานเฉพาะด้าน
<p>การวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจ (Macroeconomic Analysis)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • แนวโน้มของเศรษฐกิจมหภาพ ความต้องการซื้อ และการเสนอขายทางเศรษฐกิจ • อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ • อัตราดอกเบี้ย • อัตราเงินเฟ้อ
<p>การวิเคราะห์ทางด้านเทคโนโลยี (Technological Analysis)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ศักยภาพทางด้านเทคโนโลยีที่ใช้ • การพัฒนาทางเทคโนโลยี
<p>การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การพิจารณาจุดแข็งจุดอ่อนทางการเงิน โดยตรวจสอบจากงบดุล งบแสดงรายได้และค่าใช้จ่าย

การกำหนดทิศทางขององค์กร (Establishing Organizational Direction)

การกำหนดทิศทางการทำงานเป็นกระบวนการขั้นที่สองของกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ สิ่งที่ผู้บริหารจะต้องกระทำหลังจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมแล้วคือการวิเคราะห์ภารกิจขององค์กร (Determining Organization Mission) หมายถึง การวิเคราะห์ภารกิจขององค์กรว่ามีอะไรบ้าง ทำไมจึงมีภารกิจนั้น เหตุผลของการกำหนดภารกิจนั้นขึ้นมาเพื่ออะไร โดยทั่วไปแล้วองค์กรจะกำหนดภารกิจตามผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้แก่ลูกค้า โดยพิจารณาด้วยว่าใครคือลูกค้า ภารกิจขององค์กรจะเป็นคำกล่าวกว้าง ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการกำหนดภารกิจที่ผ่านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมาแล้วเป็นอย่างดี จากนั้นผู้บริหารต้องกำหนดความภารกิจ (Developing a Mission Statement) หมายถึง การเขียนข้อความขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงภารกิจที่จะต้องปฏิบัติเป็นการแสดงข้อความที่เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้สมาชิกในองค์กรเกิดความเข้าใจและมั่นใจว่าจะต้องปฏิบัติภารกิจใดบ้าง ที่ต้องกระทำเพื่อให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์โดยให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม

ความสำคัญของภารกิจขององค์กร (The Importance of Organizational Mission)

ภารกิจมีความสำคัญมากต่อองค์กรเพราะภารกิจช่วยให้ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เป็นไปได้มากขึ้นที่จะสำเร็จเป็นอย่างดีเพราะภารกิจช่วยให้พนักงานมีความพยายามที่จะทำได้ตามที่กำหนด ภารกิจช่วยให้ผู้บริหารมีการกำหนดเป้าหมายในสิ่งที่จะต้องทำให้สำเร็จ และภารกิจขององค์กร ช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรทางการบริหารเป็นไปอย่างมีเหตุมีผลและภารกิจยังเป็นประโยชน์ในการชี้แนะว่าควรใช้ทรัพยากรทางการบริหารอย่างไรจึงจะเกิดประโยชน์สูงสุด

ความสัมพันธ์ระหว่างภารกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กร (The Relationship between Mission and Objective) หมายถึง วัตถุประสงค์ขององค์กรกับภารกิจที่กำหนดมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการในอนาคตขององค์กร ประโยชน์ของวัตถุประสงค์และภารกิจที่ต้องปฏิบัติดำเนินไปด้วยกันเสมออย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่ได้วิเคราะห์แล้ว

เครื่องมือที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation: Tools)

การกำหนดกลยุทธ์เป็นกระบวนการที่ทำให้การดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จ ผู้บริหารกำหนดกลยุทธ์จากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ได้วิเคราะห์แล้ว เครื่องมือที่จะช่วยให้การกำหนดกลยุทธ์เป็นไปได้อย่างดีประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์คำถามวิกฤติ (Critical Question Analysis) หมายถึง การวิเคราะห์ในแนวความคิดทางการจัดการหลาย ๆ ด้านซึ่งประกอบด้วยคำตอบคำถามสำคัญ 4 ประการต่อไปนี้

- 1.1 อะไรคือวัตถุประสงค์ขององค์การ
- 1.2 องค์การต้องการดำเนินไปในทิศทางไหน
- 1.3 สภาพแวดล้อมขององค์การเป็นอย่างไร และยังคงเป็นอย่างนั้นต่อไปหรือไม่
- 1.4 อะไรคือความต้องการที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จในอนาคต

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การและภายนอกองค์การ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในทำให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์การ ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทำให้ทราบโอกาสและอุปสรรคขององค์การ

การวิเคราะห์ (TOWS Matrix) คือการจับคู่ของหัวข้อของ SWOT เพื่อกำหนดกลยุทธ์เป็นการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาสอุปสรรคสภาพแวดล้อมใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกได้ 4 ประการ

สภาพแวดล้อมภายใน

ตารางที่ 3 สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ● ความสามารถ ศักยภาพที่โดดเด่นของกิจการ ● ตราสินค้า, ชื่อสินค้า ● บุคลากรที่มีคุณภาพ ● การเงินมั่นคง ● เทคโนโลยีทันสมัย 	<ul style="list-style-type: none"> ● ฐานะการเงินไม่ดี ● ชื่อเสียง การยอมรับน้อย ● บุคลากรด้อยความสามารถ ● ขาดเทคโนโลยี
โอกาสจากสภาพแวดล้อม(Opportunity)	อุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ● รัฐบาลส่งเสริม ● ขยายตลาดใหม่ ● คู่แข่งขันน้อยราย ● ลูกค้าให้ความสนใจ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การกีดกันทางการค้า ● กฎระเบียบต่าง ๆ ● สินค้าทดแทนกัน ● ปัญหาเศรษฐกิจ

สภาพแวดล้อมภายนอก

ภาพแสดงลักษณะต่าง ๆ ของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

1. กลยุทธ์ SO หมายถึง ธุรกิจมีจุดแข็งและมีโอกาสในการเจริญเติบโตได้อีก ทำให้ธุรกิจสามารถขยายการลงทุนเพิ่ม ได้อีก เพิ่มการผลิต ขยายตลาด

2. กลยุทธ์ ST หมายถึง ธุรกิจมีจุดแข็ง แต่อุปสรรคจากคู่แข่ง หรือปัจจัยอื่น ๆ ธุรกิจจึงควรหลีกเลี่ยงอุปสรรค

3. กลยุทธ์ WO หมายถึง ธุรกิจมีจุดอ่อนแต่มี โอกาสที่ดีเอื้ออำนวยในธุรกิจ เช่น ขาดเงินทุน หรือขาดความเชี่ยวชาญในการผลิต หรืออาจมีจุดอ่อนอื่น ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถคงอยู่ได้ ธุรกิจควรค้นหาวิธีในการเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพราะยังมีโอกาสหรือช่องทางในการทำ ธุรกิจอยู่มาก

4. กลยุทธ์ WT หมายถึง เป็นสภาวะการเลี้ยงที่เลวร้ายที่สุด เพราะนอกจากธุรกิจจะมีจุดอ่อน ในตนเองแล้ว ยังมีอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จึงควรพิจารณาเลิกกิจการหรือแสวงหาความร่วมมือ กับธุรกิจอื่น

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ Tows Matrix

ปัจจัย ภายใน	ปัจจัย ภายนอก	จุดแข็ง Strengths	จุดอ่อน Weaknesses
โอกาส Opportunity		กลยุทธ์ SO	กลยุทธ์ WO
อุปสรรค Threats		กลยุทธ์ ST	กลยุทธ์ WT

3. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation)

กระบวนการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติมี 4 ขั้นตอนที่จะช่วยให้การนำไปปฏิบัติเป็นผลสำเร็จอย่างมีคุณค่า ในการนำเอากลยุทธ์ไปปฏิบัติจะต้องอาศัยทักษะด้านต่าง ๆ ที่สำคัญดังนี้

3.1 ทักษะในด้านการนำไปปฏิบัติ (Interacting Skill) หมายถึง การที่ผู้บริหารมีความเข้าใจในความรู้สึกเครียดและสับสนของพนักงานในระหว่างการปฏิบัติตามกลยุทธ์ ผู้บริหาร

จะค้นหาวิธีในการช่วยให้พนักงานได้ทราบวิธีที่ดีที่สุดในการนำเอากลยุทธ์ไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จได้

3.2 ทักษะทางการจัดสรรทรัพยากร (Allocating Skill) หมายถึง ผู้บริหารมีทักษะทางการจัดหาทรัพยากรที่จำเป็นในการปฏิบัติตามกลยุทธ์ ความสำเร็จของการนำไปปฏิบัติอยู่ที่การกำหนดตารางการทำงาน การกำหนดค่านงบประมาณ เวลา และทรัพยากรอื่นที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

3.3 ทักษะทางการตรวจสอบดูแลผลการทำงาน (Monitoring Skill) หมายถึง ผู้บริหารมีความสามารถในการพิจารณาว่าผลการทำงานเป็นอย่างไร มีปัญหาอะไรเกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามกลยุทธ์นั้นหรือไม่เพื่อหาทางแก้ไขให้ดีขึ้น

3.4 ทักษะทางการจัดองค์การ (Organizing Skill) หมายถึง ผู้บริหารมีความสามารถในการจัดโครงสร้างการทำงาน กำหนดเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับผิดชอบงานต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

4. การควบคุมกลยุทธ์ (Strategic Control)

การควบคุมกลยุทธ์ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการตรวจสอบดูแล และประเมินผลของกลยุทธ์ให้มีกระบวนการทั้งหมดในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม การควบคุมเชิงกลยุทธ์เน้นที่กิจกรรมที่ผู้บริหารพิจารณาเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทิศทางขององค์การ การกำหนดกลยุทธ์ และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติและการควบคุมกลยุทธ์ ให้เป็นไปอย่างเหมาะสม (เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2550)

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

หลักการสำคัญ 8 ประการสำหรับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

1. ความจริง (Reality) ของมนุษย์ไม่เหมือนกัน ประสบการณ์และกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม (Socialization) เป็นตัวกำหนดรูปแบบของระบบการให้คุณค่าและความจริงของมนุษย์ มนุษย์จึงมีวิธีการแปลความหมายหรือทำความเข้าใจสิ่งรอบตัวที่แตกต่างกัน ความจริงเชิงสังคมของมนุษย์จึงซับซ้อนและแตกต่างหลากหลาย เนื่องจากมีบริบทและกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมที่แตกต่างกัน ความจริงของนักวิจัยอาจแตกต่างอย่างตรงกันข้ามกับความจริงของคนในเหตุการณ์/ ปรากฏการณ์ที่ศึกษา (Insider) นักวิจัยเป็นเพียงคนนอกเหตุการณ์/ ปรากฏการณ์ (Outsider) ที่เข้าไปทำการศึกษาและฟังตระหนักรู้ถึงกรอบของความจริงและระบบการให้คุณค่า/ วัฒนธรรมของตัวผู้วิจัยเองที่อาจมีผลต่อมุมมองของคนต่อประชากรที่ศึกษาทำให้นักวิจัยเข้าถึงไม่ถึงความจริง/ มุมมองของคนใน (Insider's Perspective) นักวิจัยฟังบันทึกมุมมอง

ของตนเองลงไปในบันทึกสนามจริง (Field Notes) โดยแยกออกจากข้อมูลในสนาม และตรวจสอบมุมมองของตนกับข้อมูลในสนามเพื่อให้สามารถอธิบายเหตุการณ์ ที่ศึกษาตามมุมมองของคนในได้ อย่างแท้จริง อันเป็นหัวใจสำคัญของการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

2. ภาษาและถ้อยคำของกลุ่มประชากรที่ศึกษาอาจมีความหมายลึกเฉพาะ ที่แตกต่างกับ ภาษาของผู้วิจัยแม้ว่าจะจะเป็นภาษาเดียวกันกับผู้วิจัย นักวิจัยพึงระมัดระวังความเข้าใจของตนกับ ภาษาถ้อยคำเหล่านั้น ควรตรวจสอบทำความเข้าใจความหมายของคำเหล่านั้นกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)

3. บริบทเป็นปัจจัยสำคัญในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคม บริบทหมายถึง ปัจจัยทุกด้านที่มีอิทธิพลต่อปรากฏการณ์ (Pphenomena) เช่น ปัจจัยทางกายภาพ (Physical Setting) ระบบการให้ความหมายและคุณค่า บุคลิกและปัจจัยภายในปัจเจก/ องค์กร บรรยากาศทางการเมือง/ สังคม/ เศรษฐกิจ ภูมิหลังของประวัติศาสตร์/ วัฒนธรรม/ ศาสนา และปัจจัยชีวภาพ เป็นต้น บริบทต่าง ๆ เหล่านี้มีได้อยู่ใด ๆ เป็นอิสระต่อกัน หากแต่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน การวิเคราะห์ เชิงคุณภาพต้องนำบริบทวิเคราะห์ร่วมกับปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยเสมอว่า บริบทเหล่านั้น มีอิทธิพลต่อปรากฏการณ์อย่างไร/ ข้อมูลต่าง ๆ ในปรากฏการณ์นั้นอยู่ในบริบทอะไร/ หรือปัจจัย บริบทอะไรมีผลต่อมุมมอง/ พฤติกรรมของคน/ กลุ่มต่าง ๆ ในสนามวิจัยที่อาจเหมือนหรือแตกต่างกัน ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในสนามวิจัยนั้น หรือแตกต่าง ไปจากพื้นที่อื่นนอกสนามวิจัย

4. คำอธิบายเชิงทฤษฎี/ ทฤษฎี เป็นทั้งแนวทางการวิจัยและผลของการวิจัย ทฤษฎี อาจให้แนวทางในการออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) ซึ่งประกอบไปด้วย ชุดของแนวคิดรวบยอดทั่วไป (General Concepts) จำนวนหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน และอธิบาย หรือทำนายพฤติกรรม/ ทัศนคติ/ เหตุการณ์ในล่วงหน้าในปรากฏการณ์ที่ศึกษา อย่างไรก็ตามกรอบ แนวคิดการวิจัยจากทฤษฎีเหล่านี้มีความยืดหยุ่น ไม่ตายตัว เป็นเพียงแนวทางเบื้องต้นของการเก็บ ข้อมูลและการวิเคราะห์ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไข ได้เสมอตามลักษณะของข้อมูล อนึ่ง ผู้วิจัย อาจไม่ใช้ทฤษฎีใด ๆ มาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเบื้องต้น โดยทฤษฎีจะผุดขึ้นมาเองจากการ วิเคราะห์ข้อมูล

5. การวิเคราะห์เชิงคุณภาพต้องนำไปสู่ข้อค้นพบคุณลักษณะทั้งที่เหมือนและแตกต่างกัน โดยการอธิบายเชิงเหตุผลว่าทำไมคุณลักษณะของคน/ กลุ่มในสนามวิจัยที่ค้นพบนั้นจึงมี ความแตกต่างกันในกลุ่มต่าง ๆ หรือแตกต่างกัน ไปจากพื้นที่อื่นนอกสนามวิจัย

6. การเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว เนื่องจาก พฤติกรรมเหล่านั้นมีเบื้องหลังอันซับซ้อนไม่ตรงไปตรงมา ปรากฏการณ์ที่นักวิจัยได้สัมผัส อาจมีความหมายที่ไม่ตรงกับความเข้าใจของนักวิจัย การเก็บข้อมูลในสนามวิจัยจะต้องทำทั้งการ

วิเคราะห์ ตั้งข้อสงสัย/ ตั้งคำถาม/ สมมุติฐานใหม่ ๆ เก็บข้อมูลเพิ่มเติม ตรวจสอบความเป็นจริง/ ความถูกต้อง/ สมมุติฐาน และวิเคราะห์ซ้ำกลับไปมาระหว่างการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ อยู่ตลอดเวลา (Iterative Analysis) จนกว่าจะไม่มีข้อมูล/ คุณลักษณะใหม่ ๆ คำอธิบายใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอีก

7. การพรรณนาเล่าเรื่องของคนในพื้นที่ (Insider) อาจมีวัตถุประสงค์แฝงซ่อนเร้น เช่น การรักษาภาพพจน์ของตนหรือกลุ่ม/ ความเกรงใจ/ อคติ/ การปกป้องผลกระทบดังนั้นประเด็นที่อ่อนไหวของกลุ่ม/ ชุมชนในสนามวิจัยอาจถูกบอกเล่าหรือถูกนำเสนอแบบผิวเผิน/ ปิดบังซ่อนเร้น/ หรือเบี่ยงเบนไปจากความจริงในสนามวิจัยนั้น กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกรณียกเว้น (Exceptional Case)/ คนส่วนน้อย/ หรือคนที่อยู่นอกกลุ่มนั้นอาจให้ข้อมูลที่ทำให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมที่อยู่ทั่วในสนามวิจัย แต่ไม่มีการสื่อสารกันอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมาเพราะเป็นประเด็นอ่อนไหวของคนส่วนใหญ่ในกลุ่มนั้น

8. การวิเคราะห์เชิงคุณภาพให้ความสนใจทั้งของคนส่วนใหญ่ (Majority) และคนส่วนน้อย (Minority) หรือกลุ่มคนที่ไม่มีปากมีเสียงในสนามวิจัยนั้น ซึ่งจะทำได้ภาพรวมที่สมบูรณ์ที่รวมถึงประเด็นที่หนึ่งไม่ถึงหรือถูกละเลยจากคนส่วนใหญ่ แต่อาจเป็นประเด็นอ่อนไหวสำคัญที่สะท้อนภาพของคนส่วนใหญ่ซึ่งคนส่วนใหญ่ไม่เต็มใจกล่าวถึง

ข้อมูลเชิงคุณภาพ หมายถึงข้อมูลด้านความคิดเห็น ความเชื่อ เจตคติ คุณค่า โลกทัศน์ ความรู้ พฤติกรรม/ วิถีชีวิต/ ปฏิสัมพันธ์ โครงสร้างทางสังคม กระบวนการภายในกลุ่ม/ องค์กร การรับรู้ อารมณ์ความรู้สึก

ข้อมูลเชิงคุณภาพปฐมภูมิ (Primary Qualitative Data) คือ ข้อมูลที่มาจากการสังเกต การสัมภาษณ์ หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ข้อมูลเหล่านี้ต้องถูกบันทึกเป็นข้อความ (Text) เพื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ต่อไป

ข้อมูลเชิงคุณภาพทุติยภูมิ (Secondary Qualitative Data) คือข้อมูลที่เป็นตัวเลข หรือข้อความ (text) ที่อยู่ในสิ่งบันทึกต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วรรณกรรม บันทึกประชุม บัญชีงบดุล ภาพ เสียง ข้อมูลที่ไม่เป็นข้อความ เช่น ตัวเลข ภาพ และเสียง จะต้องแปลความหมายเป็นข้อความที่ถูกบันทึกเป็นตัวอักษร (Text) เพื่อให้สามารถทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิได้

โดยสรุป การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ คือการนำข้อมูลเชิงคุณภาพมาบันทึกเป็นข้อความ (Text) เพื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหาข้อความที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกันระหว่าง ตัวข้อมูลและบริบทกับความหมายของการคิด/ การกระทำในเหตุการณ์/ ปรากฏการณ์ที่ศึกษา ซึ่งนำไปสู่การตีความหมาย (Interpret) เพื่อสร้างคำอธิบายเชิงนามธรรม ที่แสดงความเป็นเหตุเป็นผลอันซับซ้อนของ

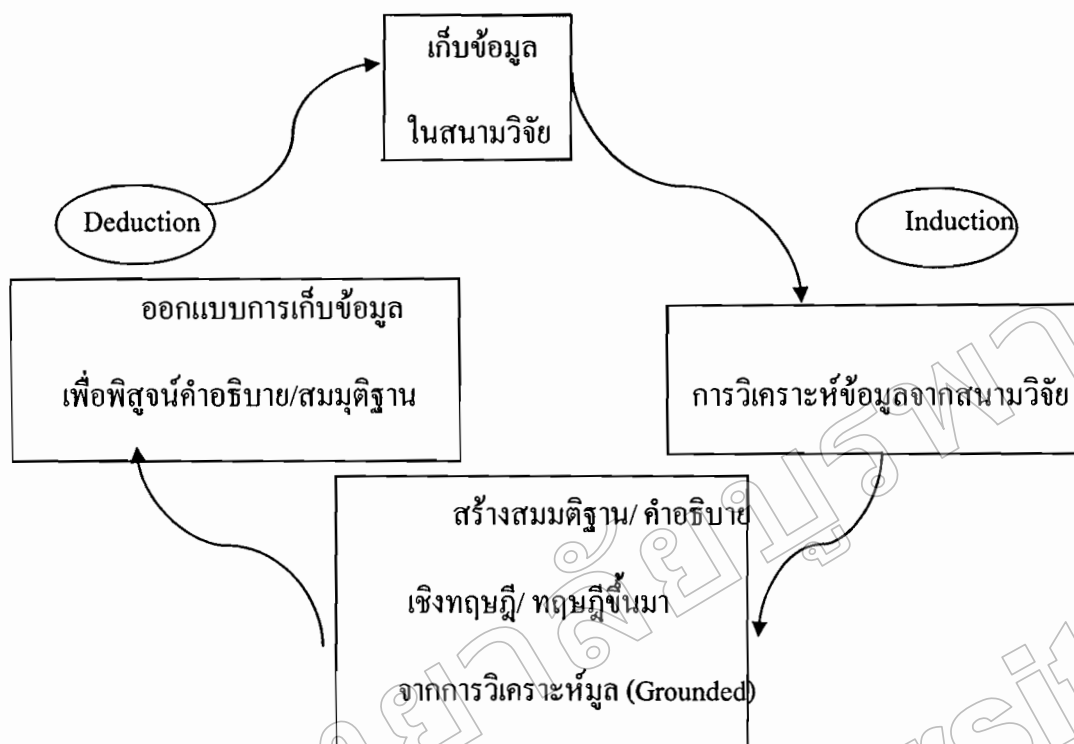
แบบแผนการกระทำ/ กิจกรรมและความหายของมนุษย์ภายใต้บริบทเฉพาะ โดยสัมพันธ์เชื่อมโยง ใกล้เคียงกับรูปธรรมของข้อมูลในสนามวิจัย อย่างไรก็ตามคำอธิบายเชิงนามธรรมนี้เป็นเพียง คำอธิบายเชิงทฤษฎีที่มีความเฉพาะเจาะจงกับกรณีศึกษามากกว่าที่จะเป็นทฤษฎีทั่วไป ที่นำมา อธิบายกรณีเดียวกันที่เกิดขึ้นที่อื่นได้ด้วย รูปแบบการวิเคราะห์เชิงคุณภาพตามที่กล่าวมาจึงเรียกว่า อีกอย่างหนึ่งว่า “การวิเคราะห์เนื้อหา” (Content Analysis)

กระบวนการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

หัวใจสำคัญของการวิเคราะห์เชิงคุณภาพคือ การสร้างข้อมูลสรุปเชิงนามธรรมหรือ องค์ความรู้ด้วยการสร้างคำอธิบายเชิงเหตุผล/ตรรกะ (Logic) ทวีขึ้นไปขึ้นจากการรวบรวมรูปธรรม ของข้อมูลชุดหนึ่ง (Facts) ที่มีลักษณะเจาะจง (Specific) ทำการวิเคราะห์ซึ่งเป็นไปตามหลักการ อุปนัย (อุปมาน-Induction)

อย่างไรก็ตามการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นกระบวนการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ซ้ำกลับไปมา (Iterative Analysis) เมื่อรวบรวมข้อมูลรูปธรรมจากสนามวิจัยขึ้นมาแล้วทำการวิเคราะห์เบื้องต้น เพื่อหาคำตอบเหตุและผลซึ่งเป็น ไปตามหลักการอุปนัย (Induction) ผู้วิจัยจึงใช้คำอธิบาย/ สมมติฐานที่ได้รับมานั้นเป็น โจทย์ไปออกแบบการเก็บข้อมูลในรอบต่อไปเพื่อพิสูจน์/ ตรวจสอบ/ ยืนยัน/ ถัดมา คำอธิบายหรือสมมติฐานเบื้องต้นที่ตั้งขึ้นมาจากการเก็บข้อมูลรอบแรก ขั้นตอน การพิสูจน์เช่นนี้ถือว่า เป็นไปตามหลักการนิรนัย (อุปมาน-Deduction)

ดังนั้น การวิเคราะห์เชิงคุณภาพจึงใช้หลักการอุปนัย (Induction) ผสมผสานสลับกันกับ หลักการนิรนัย (Deduction) แต่ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นที่สามารถปรับเปลี่ยนคำอธิบาย/ สมมติฐานได้ตามลักษณะของข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงไปขณะเก็บข้อมูลในสนาม หลักการอุปนัย (induction) จึงยังคงเป็นหัวใจสำคัญของการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ คำอธิบายเชิงทฤษฎีที่ได้จาก การวิจัยเชิงคุณภาพจึงมีลักษณะทฤษฎีที่สร้างขึ้นมาจากข้อมูลบนพื้นสนามวิจัยที่เรียกกันว่า ทฤษฎีจากพื้นสนาม (Grounded Theory)



ภาพที่ 14 วงจรการสร้างคำอธิบายเชิงทฤษฎีจากพื้นสนาม

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เริ่มต้นตั้งแต่การออกแบบ/ เลือกใช้กรอบแนวคิด (Conceptual Framework) ในการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการเก็บข้อมูลและแนวทางการวิเคราะห์เบื้องต้น อย่างไรก็ตาม บางครั้งกรอบแนวคิดการวิจัยจะค่อย ๆ พัฒนาขึ้นเมื่อนักวิจัยเริ่มเก็บข้อมูลเบื้องต้นไปก่อนโดยไม่มีกรอบแนวคิดมาก่อนเก็บข้อมูลดังเช่นการวิจัยด้านมานุษยวิทยา (Anthropology)

นักวิจัยเชิงคุณภาพจะต้องบันทึกข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลในสนามให้เป็นระบบในการบันทึกข้อมูลนักวิจัยต้องทบทวน ตรวจสอบ ตั้งข้อสังเกต/ คำถามกับข้อมูลที่ได้มารวมทั้งการสรุปข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งนำไปสู่การเก็บข้อมูลซ้ำใหม่ จึงถือได้ว่าเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลระดับหนึ่ง

เมื่อข้อมูลที่เก็บขึ้นมาจากสนามมีจำนวนมากขึ้น ข้อมูลจะอยู่กระจัดกระจายจึงต้องมีการจัดข้อมูลให้เป็นระบบโดยการจำแนกให้เป็นหมวดหมู่ด้วยระบบรหัส (Code) ชุดรหัสได้จากการอ่านเนื้อหาของข้อมูลในบันทึกทั้งหมดโดยละเอียดกลับไปกลับมาซึ่งทำให้ผู้วิจัยมองเห็นประเด็นหลักที่สามารถนำไปกำหนดเป็นรหัสเพื่อจำแนกข้อมูลต่อไป อนึ่งรหัสเพื่อใช้จำแนกข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ อาจกำหนดขึ้นล่วงหน้าก่อนการเก็บข้อมูลก็ได้โดยใช้คำถามวิจัย/ กรอบแนวคิดการวิจัย/ และคำถามเพื่อการเก็บข้อมูลเป็นแนวทางการสร้างระบบรหัส

ข้อมูลที่ถูกใส่รหัสเดียวกันในบันทึกข้อมูลฉบับต่าง ๆ จะถูกแยกออกมาจากบันทึกเดิม เพื่อจัดเรียงข้อมูลใหม่ตามรหัสเดียวกัน ขั้นตอนนี้จึงเป็นการจัดแสดงข้อมูล (Data Display) โดยใช้ระบบรหัสเป็นเครื่องมือการอ่านข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่ภายใต้รหัสเดียวกันทำให้มองเห็นแบบแผน/ ความหมายต่าง ๆ และความหลากหลายของความหมายในข้อมูลเหล่านั้น ซึ่งเป็นการสร้างข้อสรุปชั่วคราวของข้อมูลจึงเท่ากับเป็นการลดขนาดข้อมูลและช่วยกำจัดข้อมูลที่ไม่จำเป็น/ ไม่ต้องการออกไป (Data Reduction) การสร้างข้อสรุปย่อยชั่วคราวจะต้องมีการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้อง (Verification) (ทวิศักดิ์ นพเกษร, 2549)

การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

แนวทางการสนทนากลุ่ม

การวิจัยโดยใช้การอภิปรายกลุ่มย่อย หรือการสนทนากลุ่มย่อย หรือการสัมภาษณ์กลุ่มนี้ยังสามารถใช้ได้ดีในเรื่องการเพิ่มความรู้ และการปฏิบัติของชุมชนเพื่อป้องกันเอดส์ (พันธุ์ทิพย์ รามสูตร, 2545, หน้า 51-54) เป็นตัวอย่างในการดำเนินการวิจัยแนวทางการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ดังนี้

1. เปิดฉากการสนทนา

- 1.1 กล่าวคำต้อนรับ ทักทาย ขอบคุณผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนา
- 1.2 แนะนำตนเอง (ผู้ดำเนินกระบวนการกลุ่ม-Mod-erator) ซึ่งอาจเป็นผู้วิจัยเอง หรือเป็นวิทยากรรับเชิญ) และผู้ร่วมวิจัย
- 1.3 อธิบายวัตถุประสงค์ของการสนทนากลุ่มว่าต้องการทราบอะไร และเพื่อประโยชน์อะไรบ้างที่จะได้รับการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสนทนาตระหนักถึงความสำคัญของตนเอง
- 1.4 อธิบายรูปแบบการสนทนา กติกา และอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการในการสนทนา เช่น การขออนุญาตใช้เทปบันทึกเสียง และมีผู้คอยจดคำสนทนา
- 1.5 ขอให้ผู้เข้าร่วมสนทนาแนะนำตนเอง และสถานภาพต่าง ๆ ของตนเอง
- 1.6 เริ่มการสนทนาในเรื่องทั่วไปเพื่ออุ่นเครื่องพยายามใช้คำถามที่อุ่นเครื่องนี้ไปในทิศทางเดียวกับเรื่องที่จะต้องการศึกษา

2. สถานการณ์ของชุมชน

- 2.1 ด้านเศรษฐกิจ เช่น แหล่งทรัพยากรในหมู่บ้านมีอะไรบ้าง
 - การทำมาหากินเป็นอย่างไร รายได้ การว่างงาน
 - ฐานะเศรษฐกิจของคนในชุมชน เช่น รวย จน พอมีพอใช้ มีหนี้สินหรือไม่

2.2 ด้านสังคม

- โครงสร้างสังคมเป็นอย่างไร
- สังคมเกี่ยวกับลักษณะความผูกพันของชาวบ้านเป็นอย่างไร
- การอพยพย้ายถิ่นมีมากหรือไม่
- การจัดระเบียบสังคมสามารถทำได้หรือไม่

3. ธรรมเนียมปฏิบัติ (Customary Practice) เรื่องเพศสัมพันธ์ของคนในชุมชน

3.1 ปกติจะแต่งงานกันอายุเท่าไร

3.2 มีกิจกรรมและประเพณีอะไรที่ทำให้หนุ่มสาวรู้จักกัน

3.3 ปกตินิยมแต่งงานกันเองภายในหมู่บ้านหรือไม่

4. ความรู้ ทักษะคิดต่อเรื่องที่สนทนา

4.1 รู้จักโรคเอดส์หรือไม่

4.2 สถานการณ์โรคเอดส์ในประเทศไทยเป็นอย่างไร

4.3 สถานการณ์โรคเอดส์ในหมู่บ้านเป็นอย่างไร

4.4 คิดว่าโรคเอดส์คุกคามหมู่บ้านเราหรือไม่

4.5 ถ้ารู้ว่ามีคนเป็นโรคเอดส์ในหมู่บ้านจะอย่างไร

5. แนวคิดในการพัฒนา

5.1 คิดว่าควรเป็นหน้าที่ของใครในการจัดการดูแลโรคเอดส์นี้

5.2 คิดว่าชุมชนควรมีบทบาทอย่างไรในการป้องกันชุมชนให้ปลอดภัยจากโรคเอดส์

5.3 มชนมีการดำเนินการอย่างไรหรือไม่ในการป้องกันโรคเอดส์

การวิจัยโดยการใช้อุปกรณ์ปลายกลุ่มย่อย หรือการสนทนากลุ่มย่อย หรือการสัมภาษณ์กลุ่มนี้ยังสามารถใช้ได้ดีในเรื่องการวิจัยด้านความต้องการของผู้ประกอบการพนักงานในด้านการวางแผนโบราณ สถาปัตยกรรม และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ดังเช่น การศึกษาความต้องการศึกษาต่อในด้านการแพทย์บูรณาการซึ่งอาจจะมีแนวทางการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจด้านสุขภาพ ดังนี้ (ธนะรัตน์ เทียงกมล, 2548)

1. สนทนาเรื่องทั่วไป

1.1 ไม่ทราบว่าคุณทำธุรกิจนี้มานานหรือยังครับ/ค่ะ มีสาขาอื่น ๆ อีกหรือไม่ครับ/ค่ะ ที่ไหนบ้าง

1.2 ไม่ทราบว่าสถานประกอบการของคุณมีคนงานอยู่ที่คนครับ มีตำแหน่งอะไรบ้าง ตำแหน่งละกี่คนครับ/ค่ะ

ก็สามารถยืดหยุ่นได้บ้างเพื่อมิให้ดูเคร่งเครียดจนเกินไป จนอาจทำให้เกิดข้อจำกัดในการสนทนาได้ และการดำเนินกระบวนการกลุ่มก็น่าสนใจ สนุกสนานและสมาชิกมีส่วนร่วมทุกคน (ถวิลวดี บุรีกุล และเมธิศา พงษ์ศักดิ์ศรี, 2548, หน้า 51-55) จึงเป็นความท้าทายความสำเร็จของการดำเนินการอภิปรายกลุ่ม ของผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่ม (Moderator) นอกจากนี้ ความราบรื่นในกระบวนการอภิปรายกลุ่ม จึงขึ้นอยู่กับคณะวิจัยที่จะร่วมมือร่วมใจกันบริหารจัดการและแก้ปัญหา และข้อขัดข้องที่อาจเกิดขึ้น ในระหว่างกระบวนการวิจัย

ความสำเร็จที่จะได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพแบบการอภิปรายกลุ่มย่อย หรือการสนทนา กลุ่มย่อยหรือการสัมภาษณ์กลุ่มในการใช้กระบวนการวิจัยการอภิปรายกลุ่มย่อยให้เกิดประโยชน์ และเป็นที่ยอมรับ มีเหตุผลหลายประการดังต่อไปนี้ (นงนภัส เทียงกมล, 2549)

1. การอภิปรายกลุ่ม หรือการอภิปรายกลุ่มย่อยเหมาะสำหรับการดึงข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่มีความแปรปรวนด้านความรู้สึก เช่น กลุ่มรกร่วมเพศ กลุ่มเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวี กลุ่มน้อย สตรีหรือคนยากจน
2. การอภิปรายกลุ่มสามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลเสริมสำหรับการวิจัยที่เก็บข้อมูลด้วยวิธีอื่น และยังสามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ
3. การอภิปรายกลุ่มสามารถใช้ในการให้เหตุผลในการอธิบายข้อมูลที่ค้นพบจากการวิจัยเชิงปริมาณ เช่น การสำรวจ เมื่อผลจากการวิจัยเชิงสำรวจไม่สามารถอธิบายได้ถึงแนวคิดทัศนคติ และค่านิยมของกลุ่มประชากรในการวิจัยเชิงสำรวจนั้น
4. การอภิปรายกลุ่มสามารถถูกนำมาใช้ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพอื่น ๆ เพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้สมบูรณ์ เช่น การใช้ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Observation) ในการศึกษาชาติเชิงพรรณนาวรรณนา (Ethnographic Study) ทั้งนี้เพราะวิธีวิจัยแต่ละวิธีจะให้ข้อมูลที่มีลักษณะเฉพาะที่ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจปรากฏการณ์ที่ศึกษาในการวิจัยเชิงคุณภาพ นอกจากนี้เป้าหมายหลักของการใช้การวิจัยหลากหลาย วิธีเพื่อเป็นการเสริมความสมบูรณ์ของงานวิจัย รวมทั้งยังสามารถใช้เป็นการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้วยวิธีการวิจัยที่แตกต่างกันสามวิธี (Triangular Methodology)
5. การอภิปรายกลุ่มมีประโยชน์สำหรับการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้เกี่ยวกับประสบการณ์มุมมองและแนวคิดระหว่างสมาชิกและทำให้ผู้วิจัยรู้และเข้าใจว่าสมาชิกมีความเห็นอย่างไรในหัวข้อที่ประชุมกลุ่มกัน รวมทั้งทำให้ผู้วิจัยสามารถหยั่งรู้ถึงทัศนคติ ค่านิยม แนวคิด และความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มได้อีกด้วย
6. การอภิปรายกลุ่มมีประโยชน์ในการวิจัยที่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลบางประการที่ไม่สามารถได้จากการวิจัยวิธีอื่น เพราะว่าหากการดำเนินการกระบวนการกลุ่มในการวิจัยด้วย

การอภิปรายกลุ่มที่มีประสิทธิภาพจะทำให้สมาชิกทุกคนแสดงทัศนคติ ความคิดเห็นอย่างเต็มที่ ตามหลักประชาธิปไตยแล้ว จะช่วยให้ได้ข้อคิด ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างมากจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และมีการจุดประกายความคิดแก่สมาชิกร่วมกลุ่มได้เป็นอย่างดี

7. การอภิปรายกลุ่มสามารถให้ข้อมูลพื้นฐานบางประการ สำหรับการตั้งสมมติฐาน การวิจัย และอาจทดสอบสมมติฐานดังกล่าวด้วยการวิจัยเชิงปริมาณได้

8. การอภิปรายกลุ่มสามารถให้แนวทางในการตั้งโจทย์วิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู ความเข้าใจ ทัศนคติ การรับรู้ ความคิดเห็นและรวมถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และจากการอภิปรายกลุ่มอาจก่อให้เกิดแนวความคิด (Ideas) มโนทัศน์หรือความคิดรวบยอด (Concepts) ใหม่ ๆ และอาจเกิดการพัฒนารูปแบบ (Model) ได้

9. การอภิปรายกลุ่มจะช่วยให้สามารถค้นหาข้อมูลในบางปรากฏการณ์ที่มีผู้รู้เพียงเล็กน้อยได้

10. การอภิปรายกลุ่มสามารถให้ข้อมูลที่เพียงพอโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีอื่นมาสนับสนุน หากมีการดำเนินการอย่างระมัดระวังและมีการเตรียมที่ดีพอ

11. การอภิปรายกลุ่มมักใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อการวิจัยสำรวจ การวิจัยเชิงปฏิบัติการ และการวิจัยประเภทอื่น ๆ ได้

กระบวนการดำเนินการอภิปรายกลุ่ม

ข้อพึงระวังในการวิจัยแบบการอภิปรายกลุ่มที่เกี่ยวกับขั้นตอนการเตรียมตัว กระบวนการดำเนินการ คณะผู้วิจัย และเทคนิควิธีที่ใช้ในกระบวนการดำเนินการวิจัยซึ่งมีหลายประการดังนี้

1. ขั้นตอนการคัดเลือกสมาชิก

ในการคัดเลือกสมาชิกเพื่อเข้าร่วมการอภิปรายกลุ่มนั้นจะมีหลักการเหมือนการวิจัยเชิงคุณภาพอื่นที่จะต้องเลือกอย่างเจาะจง (Purposive Selection) จึงต้องมีเป้าหมายและเกณฑ์ในการเลือกที่เหมาะสมสอดคล้องกับประเด็นปัญหาที่ต้องการศึกษา และกลุ่มเป้าหมายที่เลือกมานี้จะต้องเป็นผู้ให้ข้อมูลได้ดีที่สุด เช่น การวิจัยเกี่ยวกับเครื่องดื่มชูกำลัง กลุ่มเป้าหมายคือ คนที่ต้องขับรถระยะยาวหรือพนักงานที่ต้องขับรถเป็นประจำ ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายจึงควรเป็นผู้ขับรถบรรทุก และ/หรือขับรถรับจ้างสาธารณะ เช่น แท็กซี่มอเตอร์ และรถสามล้อเครื่อง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การสุ่มตัวอย่างอาจนำมาใช้ได้ในบางคราว (Morgan, 1997) แต่ไม่เป็นที่นิยมเพราะมีโอกาสได้ข้อมูลที่ไมตรงประเด็นปัญหา เพราะมาจากกลุ่มที่ไม่สอดคล้องกับประเด็นปัญหา

เคอร์เกอร์ได้เสนอวิธีการคัดเลือกสมาชิกกลุ่มดังนี้ (Krueger, 1994)

1.1 การสุ่มเลือกชื่อจากสมุดโทรศัพท์ แต่สำหรับการวิจัยการอภิปรายกลุ่มนี้ควรมีหลักเกณฑ์ในการสุ่มระดับหนึ่ง ผู้เขียนเห็นว่าจะสุ่มจากโทรศัพท์ได้ต้องเป็นกรณี เช่น ต้องการผู้ประกอบการเกี่ยวกับสุขภาพ ก็สามารถสุ่มจากสมุดหน้าเหลืองที่มีรายชื่อผู้ประกอบการประเภทที่ต้องการดังกล่าวอยู่

1.2 การใช้เทคนิคลูกบอลหิมะ (Snow Ball Technique) เป็นการขอให้สมาชิกนำเพื่อนเข้ากลุ่มอภิปรายนั้น ผู้เขียนเห็นว่าจะใช้ได้ต่อเมื่อสมาชิกคนดังกล่าวจะไม่มาร่วมประชุมเอง เพราะมีฉะนั้นจะทำให้มีคนรู้จักกันมาร่วมกลุ่มสนทนาซึ่งโดยปกติไม่นิยมที่จะให้ทำเช่นนั้น

1.3 การใช้ถุงลูกหมู (Piglet Bag Technique) เป็นการขอให้สมาชิกแนะนำผู้อื่นที่มีลักษณะตรงกับเกณฑ์ที่กำหนดให้มาร่วมกลุ่มอภิปราย

1.4 เลือกจากรายการชื่อที่มีอยู่ เช่น รายชื่อลูกค้าของบริษัท รายชื่อลูกค้าธนาคาร และรายชื่อลูกค้าบัตรเครดิต เป็นต้น

1.5 เลือกจากจุดที่ให้บริการ โดยเชิญประชาชน หรือลูกค้าที่ใช้บริการจุดนั้นให้มาร่วม

1.6 เลือกจากผู้แทนที่ทำหน้าที่หาสมาชิกมาร่วมประชุมโดยตรง (นงนภัต เทียงกมล, 2548)

2. คุณลักษณะของสมาชิกกลุ่ม

เนื่องจากการอภิปรายกลุ่มจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสมาชิกเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นคุณลักษณะของสมาชิกกลุ่มจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง กล่าวคือต้องมีคุณลักษณะบางประการที่คล้ายคลึงกันเพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ที่ดีที่สุดและป้องกันการครอบงำหรือความรู้สึกถดถอย (Khan & Manderson, 1992) คุณลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เช่น ลักษณะภูมิหลังทางเศรษฐกิจสังคม (Socio-economic Background) และวัฒนธรรม (Culture) เช่น อายุเพศ ศาสนา พื้นฐานทางการศึกษา (Background of Education) ฐานะความเป็นอยู่ (Living Status) กาประกอบอาชีพ สถานภาพในสังคม และลักษณะอื่น เช่น เป็นผู้หญิงโสดเหมือนกัน แต่มีผลการศึกษาที่บ่งชี้ว่ากลุ่มที่ประกอบด้วยสมาชิกที่มีความแตกต่างกัน อาจเป็นประโยชน์ในการได้ข้อมูลดีขึ้นในกรณีที่สมาชิกที่แตกต่างนั้นสามารถจุดประกายความคิดให้สมาชิกอื่นเกิดความกล้าที่จะแสดงความคิดเห็น

ดังนั้นผู้วิจัยต้องเข้าใจก่อนว่าสมาชิกที่คล้ายกันหรือแตกต่างกันที่ตอบสนองเป้าหมายการวิจัยได้ดีกว่ากัน (Morgan, 1997) หรืออาจต้องทำการวิจัยมากกว่าหนึ่งกลุ่มเป้าหมายก็ได้ หากผู้วิจัยเห็นว่ามีความจำเป็นต้องกระทำเช่นนั้น

อย่างไรก็ตาม สมาคมสถิติแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Statistical Association, 1997) แนะนำว่าสิ่งที่ต้องระวังอย่านำคนที่อยู่ในการควบคุมบังคับเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่ควรเลือกอาจารย์ และนักศึกษา หรือเจ้านายและลูกน้องมาในกลุ่มเดียวกันเด็ดขาด รวมทั้งการไม่นำเพื่อนสนิทหรือคนรู้จักมาร่วมกลุ่มสนทนา แต่ไม่มีความจำเป็นที่ต้องใช้การสุ่มเลือกผู้เข้าร่วมกลุ่มวิจัย เพราะว่าผลจากการอภิปรายกลุ่มไม่ได้นำไปใช้อภิปรายถึงลักษณะทั่วไปของประชากรกลุ่มใหญ่ แต่เป้าหมาย (Goal) คือ การคัดเลือกสมาชิกที่เพียงพอต่อการได้ความคิดเห็นที่ครบถ้วนแต่ต้องไม่มากจนทำให้สมาชิกไม่กล้าที่จะมีส่วนร่วม และ โกลดเค็นคอฟฟ์ ได้แนะนำในการคัดเลือกสมาชิกเข้าร่วมการอภิปรายกลุ่ม ไว้ดังนี้ (Goldenkoff, 2004)

- เน้นคัดเลือกสมาชิกที่มีศักยภาพในการให้ความรู้ที่เฉพาะพิเศษ (Specialized Knowledge) และรู้ลึก หรือเป็นคนวงในประเด็นดังกล่าว (Insight Into the Issue)
- เชิญคนที่จะมาพร้อมอภิปราย หรือแบ่งปันมุมมองมากกว่าการมาเน้นที่กลุ่ม (Focus Group)
- เน้นถึงคุณค่าของการวิจัย ความสำคัญของความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกลุ่ม และผู้วิจัย จะนำข้อมูลมาใช้อย่างไร

3. จำนวนกลุ่ม และจำนวนสมาชิก

ในการอภิปรายกลุ่มควรจะมีสมาชิกระหว่าง 6-10 คน แต่ถ้าน้อยกว่าจะทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่หลากหลายครบถ้วนสมบูรณ์ และอาจจะมีสมาชิกในกลุ่ม 2-3 คน จะมีปฏิสัมพันธ์กันเองเกิดขึ้น แต่ถ้าสมาชิกมากกว่า 8 คนขึ้นไปอาจจะทำให้เกิดการแบ่งกลุ่มย่อยที่มีปฏิสัมพันธ์กันเองเกิดขึ้นได้เช่นกัน หรือสมาชิกเกิดความเบื่อหน่ายที่ต้องรอจนถึงลำดับที่ตนเองจะพูด ซึ่งอาจทำให้หมดความสนใจในเนื้อหาที่ตนเองจะพูด จำนวนกลุ่มที่ต้องการในการวิจัยปัญหาเพื่อครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการจะขึ้นอยู่กับการใช้ประสบการณ์ของผู้วิจัยหรือการใช้ภาวะอึดตัวที่เกิดจากการกระบวนกรกลุ่มจนถึงจุดที่ไม่มีข้อมูลเพิ่มเติมอันจะก่อให้เกิดความคิดใหม่เกิดขึ้นเมื่อถึงจุดอึดตัวแล้วจะหยุดการดำเนินการอภิปรายกลุ่ม

4. สมาชิกที่จะเข้ากลุ่ม

การอภิปรายกลุ่มในอุดมคตินั้นสมาชิกที่จะเข้ากลุ่มต้องไม่รู้จักกันมาก่อน ทั้งนี้เพื่อป้องกันการครอบงำของสมาชิกที่รู้จักกันซึ่งอาจมีความเกรงใจกัน การที่สมาชิกไม่เคยรู้จักกันมาก่อนจะก่อให้เกิดการสนทนาที่เป็นตัวของตัวเองในด้านความคิดที่มีอิสระจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพ แต่ในบางสถานการณ์การที่จะไม่มีคนแปลกหน้ามาเข้าร่วมกลุ่มนั้นย่อมเป็นไปได้ ดังเช่น การทำในชุมชนหรือหมู่บ้าน ดังเช่น การศึกษาของนงนภัส เทียงกมล (2548) เรื่องการศึกษาความต้องการเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายการเรียนรู้การอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมของ

ผู้นำชุมชนบางชื่อในเขตบางชื่อ กรุงเทพมหานคร ที่กลุ่มผู้นำต้องมาปฏิสัมพันธ์เนื่องจาก มีกิจกรรมชุมชนที่ต้องมีส่วนร่วมกันอยู่แล้วในหลาย ๆ กิจกรรม นอกจากนี้วัฒนธรรมของสมาชิก อาจเป็นอุปสรรค เช่น ในกรณีที่ไม่อยากพูดคุยเรื่องส่วนตัวกับคนแปลกหน้า ดังนั้น ผู้วิจัยอาจต้อง คัดเลือกคนที่รู้จักมาเข้ากลุ่ม เช่น ในการศึกษาคนที่ เป็น HIV Positive อาจต้องเป็นผู้ที่มารักษาพยาบาล ในที่เดียวกัน โดยเคยเห็นหน้ากันมาก่อน

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการ

โดยทั่วไปการอภิปรายกลุ่มจะนิยมใช้เวลาระหว่าง 1-1.5 ชั่วโมง แต่ไม่ควรเกินสองชั่วโมง ยกเว้นว่าสมาชิกในกลุ่มมีความสนใจอย่างมาก หรือผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่ม (Moderator) มีทักษะและประสบการณ์ที่จะทำให้กระบวนการอภิปรายกลุ่มสนุกสนานและน่าสนใจ ทำให้ สมาชิกสนใจที่จะสนทนาต่อเพราะยังมีความคิดอีกมากมายที่ยังไม่ได้แลกเปลี่ยน

6. พิธีกร หรือผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่ม หรือผู้นำการอภิปราย (Moderator)

พิธีกรหรือผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่มอภิปรายจะเป็นผู้ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการ ถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญและเพียงพอที่จะตอบปัญหาที่ศึกษา ดังนั้น ประสบการณ์และทักษะ ของผู้ ดำเนินการกระบวนการกลุ่มจึงมีผลต่อคุณค่าและคุณภาพของข้อมูลที่ได้มาจากการประชุม กลุ่ม ดังนั้น หน้าที่สำคัญของผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่ม คือ การที่ต้องดำเนินการให้สมาชิก ทุกคนกระตือรือร้น ที่จะช่วยระดมความคิดเห็นอย่างสนุกสนาน เต็มใจและไม่เบื่อหน่าย ผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่มจึงต้องมีความสามารถในการควบคุมให้กลุ่มอภิปรายไปในทิศทาง ตามเป้าหมายที่วางไว้

อย่างไรก็ตาม พิธีกร หรือผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่มอภิปรายที่มีประสิทธิภาพจะต้อง รักษา การอภิปรายกลุ่มให้สมาชิกมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีโดยต้องไม่บั่นทอนความเชื่อมั่นของสมาชิกและ ต้องไม่แสดงความคิดเห็นแต่ประการใด และต้องให้สมาชิกช่วยกันออก

การวิจัยเชิงบูรณาการแบบองค์รวม (Holistically Integrative Research)

ความเห็น หากมีสมาชิกหนึ่งหรือสองคนในกลุ่มพยายามที่ชักนำหรือครอบงำสมาชิก อื่น ๆ ผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่มจะต้องพัฒนาคุณภาพแนวทางการอภิปรายดังนี้ (นงนภัศ เทียงกมล, 2548)

พิธีกร หรือผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินการ กระบวนการอภิปรายกลุ่มจึงควรมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่เฉพาะตัวและมีความสำคัญอย่างยิ่ง สำหรับการวิจัย ด้วยวิธีการอภิปรายกลุ่มในการเป็นประจักษ์ความสำเร็จของงานวิจัยดังกล่าว คุณลักษณะที่พิธีกรหรือผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่มที่มีคุณภาพพึงมีดังต่อไปนี้

- 6.1 ต้องมีความรู้อย่างเพียงพอสำหรับงานวิจัยดังกล่าว
- 6.2 ต้องให้เกียรติสมาชิกที่เข้าร่วมกระบวนการกลุ่ม
- 6.3 ต้องเป็นผู้ฟังที่ดีซึ่งสามารถรับฟังความคิดเห็นทั้งที่เหมือนและแตกต่างกับตนเอง โดยสามารถจับประเด็นที่สำคัญได้อีกด้วย
- 6.4 ต้องเปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มทุกคน
- 6.5 ต้องมีทักษะในการเป็นผู้นำ
- 6.6 มีความรู้สึกไวต่อความต้องการของสมาชิก
- 6.7 ต้องไม่ตัดสินการแสดงออกของสมาชิก
- 6.8 ต้องมีทักษะในการสังเกตพฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มด้วยความรู้ ความเข้าใจ และสามารถใช้เทคนิควิธีปรับเปลี่ยนให้การสนทนากลุ่มเป็นไปอย่างราบรื่น
- 6.9 ต้องมีทักษะในการเบี่ยงเบนความสนใจของสมาชิกที่มีปฏิสัมพันธ์กันเองหรือในกรณีที่มีสมาชิกบางคนเริ่มอิทธิพลครอบงำสมาชิกอื่น ๆ
- 6.10 ต้องมีความอดทนและยืดหยุ่น
- 6.11 ต้องเป็นบุคคลสามารถเข้าถึงได้ง่ายโดยการทำตัวให้กลมกลืนกับสมาชิก และต้องมั่นใจว่าสมาชิกมีความสัมพันธ์ที่ดีกับท่าน
- 6.12 ต้องสามารถจดจำและบูรณาการได้ โดยการสามารถเชื่อมโยงสิ่งที่พูดไปแล้ว และสิ่งที่กำลังพูดให้มีความสัมพันธ์กัน
- 6.13 ต้องมีความสามารถในการตีความ เช่น การอธิบายความหมายของข้อสมาชิก ที่พูดให้ชัดเจนและกว้างขวาง โดยต้องไม่เปลี่ยนความหมายนั้นด้วย
- 6.14 ต้องใช้คำถามที่ง่าย สั้น ชัดเจน และตรงประเด็น
- 6.15 ต้องมีทักษะเพียบพร้อมโดยสามารถให้กำลังใจสมาชิกที่เสียบขีมือด้วยการใช้ การสบตา (Eye Contact) ภาษากาย (Body Language) และการถามโดยตรงเพื่อให้สมาชิกดังกล่าว มีส่วนร่วม (Directly Asking)
- 6.16 ต้องแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย เหมาะสมกับกาลเทศะ
- 6.17 ต้องมีทักษะความคิดเชิงวิทยาศาสตร์
- 6.18 ต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความสามารถทางด้านจิตวิทยา
- 6.19 ต้องมีทักษะในการเขียนรายงานผลการวิจัยที่ดี
- 6.20 ต้องมีความสามารถในการสื่อสารที่มีชีวิตชีวาอย่างเป็นธรรมชาติ อีกทั้ง มีน้ำเสียงไพเราะน่าฟัง รวมทั้งมีทักษะในการเน้นเนื้อความให้น่าสนใจ โดยสามารถพูด อย่างชัดเจนด้วยวิธีการสื่อสารที่ถูกต้อง ทั้งรูปประโยคและความหมาย (กนกวรรณ ชูชีพ, 2543)

7. ผู้จดบันทึก (Note Taker) หรือผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator)

ในปัจจุบันเนื่องจากมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างมาก การประชุมกลุ่มจึงนิยมใช้บันทึกได้ทั้งภาพและเสียง ดังนั้นอาจจะไม่จำเป็นต้องมีผู้จดบันทึก (Note Taker) แต่อาจจะเป็นนักวิจัยร่วมหรือผู้ช่วยวิจัย มีส่วนสำคัญที่นอกจากจะอำนวยความสะดวกแล้วอาจสามารถดูแลบันทึกการประชุม แล้วอาจจะช่วยเตือนความจำผู้วิจัยในกรณีที่มีการวิจัยมีเนื้อหาสาระบางส่วนขาดหายไปในการบวนการดำเนินการกลุ่มได้และยังอาจสังเกตและช่วยบันทึกการตอบสนองทางภาษากาย (Body Language) ของสมาชิกในระหว่างกระบวนการวิจัย ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจความรู้สึกของสมาชิกที่มีต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ ได้

8. การดำเนินการอภิปรายกลุ่ม

ผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่ม กล่าวคือรับและขอบคุณสมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่ม พร้อมทั้งชี้แจงว่าจะมีการบันทึกเทป และจะเก็บข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกเป็นความลับ และจะไม่ปรากฏในงานวิจัยรวมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์ในการวิจัยให้ทราบ (อย่างไรก็ตามในการอภิปรายกลุ่มที่ใช้ในทางการตลาด ผู้วิจัยอาจจะยังไม่ชี้แจงเป้าหมายที่ต้องการในเบื้องต้นซึ่งเป็นกลยุทธ์ (Tactics) ของผู้วิจัยเอง ทั้งนี้เพราะต้องการให้สมาชิกอภิปรายกันได้อย่างกว้างขวาง หลากหลายนมากที่สุด โดยไม่ต้องกังวลใจถึงเป้าหมายที่ต้องการและอาจจะแจ้งให้ทราบภายหลังถึงเป้าหมายของการวิจัยหรือไม่ก็ได้ตามแต่แนวคิดของผู้วิจัย) แต่สำหรับการศึกษาโดยทั่วไปจะมีการชี้แจงเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการอภิปรายกลุ่มให้สมาชิกทราบตั้งแต่เริ่มการประชุมกลุ่ม (นงนภัส เทียงกมล, 2548)

ในการดำเนินการอภิปรายกลุ่มนี้ผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่มควรมีแนวทางการอภิปราย (Discussion Guide) ที่เตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว โดยคำถามเหล่านี้จะเป็นแบบมีโครงสร้าง (Structural Questions) หรือกึ่งโครงสร้าง (Semi-structural Questions) แล้วแต่ความถนัดของผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่มเอง อย่างไรก็ตาม คำถามหลัก ๆ ควรไม่เกิน 6 คำถามที่เหมาะสมสำหรับเวลา 1.5 ชั่วโมงและสำหรับสมาชิก 6-10 คน คำถามเหล่านี้พัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในปัญหาที่ศึกษา คำถามที่พัฒนาขึ้นจึงต้องมีความสอดคล้องกับปัญหาที่ต้องการวิจัย

9. การปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มสมาชิก

การดำเนินการอภิปรายกลุ่มสิ่งสำคัญอยู่ที่การมีปฏิสัมพันธ์ที่ีระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ในการร่วมระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์รวมทั้งการโต้แย้งความเห็นที่ไม่เห็นด้วยอย่างให้เกียรติกันและมีการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกอื่นด้วยการยอมรับอย่างเป็นประชาธิปไตย และสุดท้ายมีการลงมติแบบประชาธิปไตยสำหรับกรณีที่ต้องการคัดเลือกความคิดเห็นเพื่อเป็น

มติของกลุ่ม จึงเป็นการวิจัยแบบที่สร้างสรรค์ จุดประกายความคิดระหว่างกันและกันของสมาชิกในกลุ่ม อีกทั้งกระตุ้นให้สมาชิกวิเคราะห์ทบทวนความคิดเห็นของตนได้มากกว่าสัมภาษณ์ทั่วไปที่ทำทีละคน

การปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นได้คืออาจเพราะได้มีการดำเนินการในสถานที่ที่มีบรรยากาศแบบผ่อนคลายไม่เป็นทางการรวมทั้งจากลักษณะคำถามที่เป็นปลายเปิด (Open Ended Questions) ที่ต้องการเปิดกว้างให้สมาชิกสามารถเป็นอิสระจากข้อจำกัดแบบให้เลือกคำตอบ หรือจากการสัมภาษณ์แบบหนึ่งต่อหนึ่งที่มีคำถามแบบมีโครงสร้างที่แน่นอนกว่า จึงส่งผลสมาชิกสามารถแสดงความคิดได้อย่างอิสระเปิดเผยโดยปริยาย

10. สิ่งกระตุ้นหรือสินน้ำใจ (Incentives)

โดยทั่วไปในการวิจัยทางการตลาดนั้นจะจ่ายค่าตอบแทนค่าเสียเวลาของสมาชิกเป็นเงิน แต่มีนักวิจัยบางคนเห็นว่าการให้เงินอาจทำให้สมาชิกจะแนะนำเพื่อน หรือคนในครอบครัวมาร่วม ซึ่งทำให้ข้อมูลในการอภิปรายอาจเกิดการลำเอียงได้ กรณีเช่นนี้เกิดกับการวิจัยกับกลุ่มเป้าหมายบางประเภทเท่านั้น เพราะปกติการวิจัยด้วยการอภิปรายกลุ่มจะไม่นิยมนำคนรู้จักกันมาเข้ากลุ่มร่วมอภิปรายด้วย อยู่แล้ว

อย่างไรก็ตาม มีนักวิจัยบางท่านเห็นว่า สิ่งกระตุ้น หรือสินน้ำใจยังจำเป็นต้องมีเพราะว่าสามารถจูงใจให้สมาชิกร่วมกลุ่มได้วิธีหนึ่ง สินน้ำใจที่นิยมให้อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หรือรายการท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนี้ ในการอภิปรายกลุ่มนี้ควรมีการจัดเตรียมอาหารว่างไว้ทั้งในระหว่างการพักและตอนท้ายของการประชุมกลุ่ม เพื่อให้สมาชิกได้พักเข้าห้องน้ำ คลายความเครียดจากการใช้สมองระดมความคิด และเป็นการเปิดโอกาสให้นักวิจัยชี้แจงให้ความกระจ่างเพื่อประโยชน์ในการอภิปรายที่จะดำเนินต่อไป

11. ปัจจัยที่ตัดสินคุณภาพการอภิปรายกลุ่ม

เคอร์เกอร์ได้กล่าวถึงปัจจัยที่สามารถใช้ในการตัดสินคุณภาพการอภิปรายกลุ่มดังนี้

11.1 ความชัดเจนของเป้าหมายประสงค์ ดังนั้น การอภิปรายกลุ่มไม่ออกไม่เกิดขอบเขตของตนเอง

11.2 สิ่งแวดล้อมเหมาะสมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นกายภาพ สังคม การปกครอง การเมืองเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่มเกิดสูงสุด และไม่มีบรรยากาศของการขัดแย้งและข่มขู่

11.3 ทรัพยากรที่เพียงพอ เช่น เงินทุน เวลา และความพร้อมของผู้วิจัย

11.4 สมาชิกเหมาะสม ตรงและสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา

11.5 ผู้ดำเนินกระบวนการกลุ่มมีทักษะที่สามารถดำเนินการอภิปรายอย่างมีคุณภาพ โดยการสร้างการปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มได้อย่างดี และทำให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมอย่างเสมอภาค ในการออกความเห็น

11.6 คำถามที่ชัดเจน และมีจำนวนเหมาะสม

11.7 การให้เกียรติสมาชิก

11.8 สร้างความไว้วางใจแก่สมาชิก ผู้ดำเนินกระบวนการกลุ่มต้องมีความสามารถ สร้างความไว้วางใจแก่สมาชิกที่มีท่าทีไม่ไว้วางใจ และสามารถกระตุ้นให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม อย่างเท่าเทียมกัน (นงนภัส เทียงกมล, 2548)

11.9 ผู้ดำเนินกระบวนการกลุ่ม ต้องเบี่ยงเบนการครอบงำของสมาชิกที่มีความมั่นใจสูง

ความสำเร็จของการอภิปรายกลุ่ม

การอภิปรายกลุ่มจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อผู้ดำเนินกระบวนการกลุ่มสามารถ ดำเนินการอภิปรายได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเป้าหมายและวัตถุประสงค์การวิจัยอย่างครบถ้วน ปัจจัยที่บ่งบอกความสำเร็จของการอภิปรายกลุ่มมีดังนี้ (ถวิลวดี บุรีกุล และเมธิศา พงษ์ศักดิ์ศรี, 2548, หน้า 29-30 และนงนภัส เทียงกมล, 2548)

1. ปัจจัยขอบเขต คือ การที่การอภิปรายกลุ่มสามารถครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องได้ ครบถ้วน กล่าวคือ นอกจากจะได้ข้อมูลที่ตอบประเด็นปัญหาการวิจัยแล้ว ยังค้นพบข้อมูลใน ประเด็นที่ไม่ได้คาดหวังไว้ล่วงหน้าด้วย

2. ความเฉพาะเจาะจงและชัดเจน คือ การที่การอภิปรายกลุ่มสามารถได้ข้อมูลที่ เฉพาะเจาะจงและชัดเจน ที่สอดคล้องและตรงกับประสบการณ์และความเห็นของสมาชิกกลุ่ม มากที่สุด

3. ความลึก คือ การที่การอภิปรายกลุ่มช่วยให้การปฏิสัมพันธ์กลุ่มประสบความสำเร็จ ในการค้นพบความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มในแนวคิดบางด้าน

4. บริบทส่วนบุคคล คือ การที่การอภิปรายกลุ่มที่คำนึงถึงบริบทส่วนบุคคลที่ตอบสนอง ในทางเฉพาะเจาะจงที่อาจเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้วิจัยได้

5. การตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีสามเส้าประเภทต่าง ๆ จะช่วยให้ความเที่ยงตรง และ ความเชื่อมั่น ของผลการวิจัยดีขึ้น

6. การวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีระเบียบ ระบบและรูปแบบที่ชัดเจนจะช่วยให้การวิจัย โดยการอภิปรายกลุ่มมีความน่าเชื่อถือของข้อมูลมากยิ่งขึ้น

ประโยชน์ของการอภิปรายกลุ่ม

1. การอภิปรายกลุ่มเป็นการวิจัยที่เหมือนกับการวิจัยเชิงคุณภาพอื่น ๆ ที่สามารถได้ข้อมูลที่ลึกมากกว่าที่สมาชิกคิด และยังบ่งชี้ได้ว่าทำไมจึงคิดเช่นนั้น
2. สามารถค้นพบฉันทามติและความต้องการประสบการณ์ความชอบ การสนับสนุนของสมาชิกที่หลากหลาย
3. ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์กลุ่ม เช่น สมาชิกสามารถสร้างความคิดจากความคิดและข้อเสนอแนะของสมาชิกอื่นในกลุ่ม เพื่อก่อให้เกิดภาพที่ลึกซึ้งมากกว่าที่ได้จากการถามแบบตัวต่อตัว
4. ข้อเสนอแนะที่คาดคิดมาก่อน และมุมมองใหม่ ๆ จะค้นพบโดยง่าย
5. การประสานใจที่พร้อมเพียงระหว่างผู้ดำเนินการอภิปราย และสมาชิกในกลุ่มจะสามารถให้กำลังใจสมาชิกให้สามารถแสดงความรู้สึกลึกซึ้งที่แท้จริงใจ

ข้อดีของการอภิปรายกลุ่ม

1. กลุ่มตัวอย่างที่เล็กมาซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถใช้เป็นตัวแทนประชากรได้คือ
2. สมาชิกทั้งหมดต้องมารวมตัวกันในสถานที่เดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกที่ต้องการอยู่ในพื้นที่ห่างไกลจากจุดนัดพบ
3. เป็นวิธีที่ผลิตหรือสร้างข้อมูลออกมาได้มาก แต่มีความยากในการวิเคราะห์
4. ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มีแนวโน้มที่จะลำเอียงจากการแปรผลมากกว่าการเก็บข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณ
5. สมาชิกที่พูดเก่งอาจจะครอบงำการอภิปรายได้ ดังนั้นทัศนคติของสมาชิกที่แสดงความเห็นน้อยจะทำให้ประหม่นยาก
6. ทั้งคุณภาพของการอภิปรายและประโยชน์ของข้อมูลขึ้นอยู่กับทักษะของผู้ดำเนินกระบวนการ การกลุ่มเพราะงานของผู้ดำเนินกระบวนการกลุ่มเป็นผู้ให้กำลังใจและการรักษาจุดมุ่งหมายการควบคุมที่มากเกินไปของผู้ดำเนินกระบวนการกลุ่มหมายถึงการฟังความเห็นของสมาชิกน้อย การควบคุมที่น้อยเกินไปของผู้ดำเนินกระบวนการกลุ่มหมายถึงการฟังที่ไม่ได้ฟังเลย ในหัวข้อที่ทำให้ผู้ดำเนินกระบวนการกลุ่มสนใจได้ (นงนภัส เทียงกลม, 2548)

การวิเคราะห์ผล (Analysis of the Results)

ทบทวนการบันทึกหลังจากการอภิปรายเสร็จสิ้นสมบูรณ์และเน้นรายการที่ต้องทบทวนในรายละเอียดให้มากยิ่งขึ้น เมื่อดูวิดีโอเทป (Videotape) ที่บันทึกไว้โดยมีนาฬิกาอยู่ใกล้เพื่อบันทึกเวลาที่แน่นอนของหัวข้อดังกล่าวที่ได้มีการอภิปรายในกลุ่ม จะทำให้การดูวิดีโอเทปทบทวนอีกและต้องบันทึกจุดสำคัญหรือที่ต้องการอ้างอิง

ตรวจสอบคู่มือโอเทปอย่างคร่าว ๆ หลังการอภิปรายเสร็จสมบูรณ์ในการคู่มือโอเทปต้องพยายามจับประเด็นสำคัญที่ค้นพบ และมีการอ้างอิงถึงสมาชิกคนที่พูด การอ้างอิงนี้สามารถใช้สนับสนุนการค้นพบในการเขียนรายงานได้ รายงานที่เขียนต้องเป็นไปตามคำถามที่บรรจุไว้ในแนวทางการอภิปราย (Discussion Guide) รายงานสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน รวมถึงภูมิหลังและวัตถุประสงค์การวิจัยวิธีวิทยาการวิจัย และข้อสรุปผลการวิจัย และข้อเด่นของการค้นพบจากการวิจัย โดยมีรายละเอียดของรายงานดังต่อไปนี้

1. ภูมิหลังและวัตถุประสงค์การวิจัย (Background and Objectives) ส่วนที่เป็นภูมิหลังและวัตถุประสงค์ของการวิจัย จะให้ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวกับโครงการ รวมทั้งประวัติของหัวข้อจุดประสงค์ของการศึกษา เป้าประสงค์ (Goals) และวัตถุประสงค์ (Objectives) ของการวิจัย

2. วิธีวิทยาการวิจัย (Research Methodology) ส่วนที่เป็นวิธีวิทยาการวิจัย หรือระเบียบวิธีวิจัย จะอธิบายว่าการดำเนินการอภิปรายกลุ่มจะเป็นอย่างไร ที่ไหน เมื่อใด และใครเป็นผู้ทำการศึกษา และควรต้องอธิบายถึงลักษณะการอภิปรายกลุ่มและมีใครที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้ากลุ่ม และต้องแจ้งให้ผู้อ่านทราบว่าผลจากการอภิปรายกลุ่ม เป็นความเห็นของคนกลุ่มเล็กเพียงกลุ่มเดียว ดังนั้น จึงต้องศึกษาอย่างระมัดระวัง

3. การย่อความ และสิ่งที่ควรพิจารณา (Summary and Considerations) ส่วนที่เป็นการย่อความและสิ่งที่ควรพิจารณา ควรมีความยาวประมาณ 1-2 หน้าและต้องให้มีการสรุปการค้นพบที่สำคัญให้ผู้อ่านประเด็นการเขียนในส่วนนี้จะต้องมีรูปแบบเป็นเครื่องหมาย หรือ หมายเลขย่อหน้า

4. จุดเด่นของการค้นพบ (Highlights of Findings) ในส่วนที่เป็นจุดเด่นของการค้นพบ จะต้องการวิเคราะห์ที่เจาะลึกคำถามที่มีอยู่ในแนวทางการดำเนินการกระบวนการกลุ่ม ในส่วนนี้จะถูกให้อ้างอิง และใช้ข้อเสนอแนะในการสนับสนุนสิ่งที่ค้นพบจากการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยแบบการอภิปรายกลุ่มอาจจะดูเหมือนง่ายเพราะเกี่ยวกับการรวบรวมสรุปหัวข้อหลัก หรืออาจจะเรียกว่าการวิเคราะห์เนื้อหาที่สลับซับซ้อน (Complex Content Analyses) และเป็นการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม (Goldenkoff, 2004) ขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่และจุดมุ่งหมายของการอภิปรายกลุ่ม การสรุปอย่างย่อ ๆ และการวิเคราะห์ การเน้นหัวข้อหลักเป็นสิ่งที่เพียงพอเมื่อการอภิปรายจะต้องดำเนินการอย่างรวดเร็ว และผลจะปรากฏทันที โดยจุดหมายของกลุ่มจะถูกสำรวจอย่างแท้จริง ในทางตรงกันข้ามการเข้าใจอย่างลึกซึ้งของประเด็นที่ซับซ้อนจะต้องดำเนินการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบโดยใช้การบันทึกที่เต็มรูปแบบ

การอภิปรายกลุ่มจะให้ข้อมูลจำนวนมากด้วยการถอดเทปบันทึกซึ่งต้องใช้เวลา 3-5 ชั่วโมง ในการถอดทุกคำพูดในแต่ละชั่วโมงแม้ว่าจะใช้เครื่องถอดเทปที่ดีและมีคนพิมพ์ดีดที่มีทักษะที่ดี ก็จะสามารถลดเวลาลงได้ ดังนั้นจึงต้องมีแผนที่ชัดเจน และพิจารณาคำถามเหล่านี้ให้ดี

- มีรูปแบบพิเศษที่สามารถตอบสนองความต้องการซอฟต์แวร์การวิเคราะห์เชิงคุณภาพหรือไม่
- จะมีการถอดเทปแบบคำต่อคำ หรือสรุปเฉพาะความความคิดที่สมบูรณ์เท่านั้นหรือไม่ และควรเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์เท่านั้น
- เสียงที่อยู่เบื้องหลังการอภิปรายกลุ่ม พฤติกรรมไม่มีการพูด การขัดจังหวะ และความเงียบจะถูบบันทึกอย่างไร
- มาตรฐานไวยากรณ์ ภาษาตลาด และภาษาท้องถิ่นจะถูกบันทึกอย่างไร

การสรุปข้อมูล การจัดระบบ และการแปลความหมายจากเนื้อหาสาระของการอภิปรายกลุ่มนี้เป็นส่วนที่ใช้เวลาและใช้งบประมาณมากที่สุดในการประเมินผลการวิจัยนี้ ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงต้องเป็นส่วนที่ต้องคำนึงถึงตั้งแต่แรกเริ่มเมื่อออกแบบกระบวนการที่จะใช้ในการวิจัย ทเวล์ และแพทตัน ได้อธิบายถึงวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพไว้หลายวิธีดังนี้ (Kvale, 1996; Patton, 1990)

โดยทั่วไป ขั้นตอนแรกของการวิเคราะห์ข้อมูลคือการลงรหัส (Coding) คำพูดในประเภทที่มีความหมาย การลงรหัสจะทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดระบบของข้อความจำนวนมาก และจะทำให้ค้นพบรูปแบบได้ง่ายมากกว่าการฟังเพียงอย่างเดียวจากเครื่องบันทึก หรืออ่านจากสมุดบันทึก สิ่งแรกที่ต้องทำคือ การลงรหัสด้วยการจัดกลุ่มหรือประเภทตามที่อ่านพบ ทำเครื่องหมายข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กัน โดยไม่ต้องกังวลถึงจำนวนกลุ่มหรือประเภทที่หลากหลาย ทั้งนี้เพราะรหัสทั้งหลายไม่ได้แยกออกจากกันโดยเด็ดขาด ดังเช่น หนึ่งข้อความอาจจะถูกออกแบบให้มีหลายรหัสก็ได้ ประการที่สอง ระหว่างการดำเนินการอภิปรายกลุ่มอาจมีการคัดรหัสออก หรือรวมรหัส หรือแบ่งรหัสออกเป็นกลุ่มย่อยในการลงรหัส และต้องรวบรวมความคิดเห็นที่ซ้ำกันและหัวข้อใหญ่ที่เชื่อมโยงกันกับรหัส ความคิดเห็นที่ซ้ำกันที่มาจากสมาชิกคนละคน ในขณะที่หัวข้อหลักที่เป็นชื่อเรื่องจะมีการจัดให้เชื่อมโยงกับกลุ่มความคิดเห็นที่ซ้ำกัน (ศึกษาต่อได้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการลงรหัสข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพที่จะกล่าวโดยละเอียดต่อไป)

Berkowitz (1997) แนะนำว่าให้พิจารณาคำถามต่อไปนี้เมื่อจะลงรหัสในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

- มีรูปแบบและหัวข้ออะไรบ้างที่แสดงเกี่ยวกับหัวข้อพิเศษและรูปแบบเหล่านี้จะช่วยให้ความกระจ่างมากขึ้นด้วยการขยายคำถามในการวิจัยให้กว้างมากขึ้นอย่างไร

- มีความเบี่ยงเบนออกจากรูปแบบเหล่านี้หรือไม่ ถ้ามีแล้วมีปัจจัยอะไรที่สามารถอธิบายการแสดงออกที่ผิดปกตินี้หรือไม่
- มีสิ่งที่น่าสนใจเกิดขึ้นจากการแสดงออกนี้หรือไม่สิ่งที่น่าสนใจเกิดขึ้นจะช่วยให้ความกระจ่าง มากขึ้นด้วยการขยายคำถามในการวิจัยให้กว้างมากขึ้นอย่างไร
- มีรูปแบบเหล่านี้แนะนำถึงข้อมูลเพิ่มเติมที่อาจจะเป็นสิ่งที่จำเป็นหรือไม่ มีคำถามวิจัยใดบ้างที่ต้องมีการทบทวนใหม่หรือไม่
- รูปแบบที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับสิ่งที่ค้นพบที่สอดคล้องการวิเคราะห์เชิงคุณภาพที่ได้ดำเนินการแล้วหรือไม่ ถ้าไม่ อะไรที่อาจอธิบายความขัดแย้งเหล่านี้ได้

มีโปรแกรมซอฟต์แวร์ (Software) ที่สามารถช่วยในการจัดกลุ่มหรือประเภทของข้อความในการอภิปรายกลุ่ม หรืออาจจะแนะนำคำสำคัญ ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดรูปแบบการวิเคราะห์เชิงคุณภาพได้มีชุดซอฟต์แวร์ที่ได้รับความนิยม 3 ชุด สำหรับการลงรหัสข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ Atlas.ti, NVivo และ N6.

ข้อแนะนำในการประเมินผล ในขั้นตอนการลงรหัสข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ คำอธิบายการลงรหัส (Coding) ใช้แผ่นป้ายเพื่อจัดหมวดหมู่และให้ความหมายแต่ละชั้นของข้อมูล เพื่อช่วยผู้วิจัยสามารถมีเหตุผลในข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น ในการตอบรับกับคำถามปลายเปิดที่ใช้สำรวจ ให้รหัสคำตอบของแต่ละคำถาม อะไรที่จะเห็นในที่นี้ต่อไปนี้จะจัดกลุ่มข้อมูลเหล่านี้อย่างไร การลงรหัสจะสามารถทำให้นักวิจัยจัดระเบียบข้อความจำนวนมาก และค้นพบรูปแบบที่จะค้นพบได้ยากจากการอ่านแต่เพียงอย่างเดียว

ขั้นตอนการลงรหัส (Coding Steps)

1. เริ่มต้นลงรหัส (Initial Coding) โดยปกติสิ่งที่ดีที่สุดในการเริ่มต้นลงรหัสคือการเริ่มต้นด้วยการผลิต หรือสร้างรหัสจำนวนมากตามที่นักวิจัยอ่านพบ โดยการระบุข้อมูลที่มีความสัมพันธ์โดยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับประเภทของข้อมูลจำนวนมาก เพราะว่ารหัสไม่ได้แยกออกจากกันโดยเด็ดขาด เพราะว่าข้อมูลขึ้นเดี๋ยวอาจให้ข้อมูลหลายรหัส

2. เน้นการลงรหัส (Focus Coding) หลังจากการลงรหัสจะเป็นประโยชน์อย่างมากหากมี การทบทวนรหัส และกำจัดรหัสที่มีประโยชน์น้อย รวบรวมกลุ่มย่อยให้กลายเป็นกลุ่มใหญ่กลุ่มเดียวกัน ถ้ามีความเห็นจำนวนมากที่มีรหัสเดียวกัน และแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยในกลุ่มนั้น ในขั้นนี้นักวิจัยจะเห็นความคิดที่ซ้ำกันและเริ่มต้นจัดระบบรหัสให้เข้ากลุ่มอยู่ในหัวข้อที่ใหญ่ขึ้นที่เชื่อมโยง กับรหัสต่าง ๆ อาจต้องช่วยในการกระจายข้อคิดเห็นต่าง ๆ ไว้ที่พื้น หรือโต๊ะเพื่อจัดตาม

การประเมินผลการวิจัย (Results Evaluation)

การประเมินผลว่าสมาชิกตอบปัญหาได้ดีเพียงใดต่อปัญหา หลักการวิจัย เขียนความคิด และหัวข้อที่ซ้ำกัน แต่ต้องหาว่าความคิดอะไรที่น่าจะใช้ได้ และมีความต้องการอะไรที่ต้องปรับปรุง ให้เสนอแนะเปลี่ยนแปลงคำแนะนำ และกระบวนการแผนงาน หลังจากพิจารณาถึงความพึงพอใจของสมาชิกที่เข้าร่วม เพื่อเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่น (Reliability) และความเที่ยง (Validity) ของการวิจัยจะช่วยให้การพิสูจน์ผลการวิจัยโดยการนำมาให้สมาชิกในกลุ่ม บางคนตรวจสอบถึงความแม่นยำของข้อมูลที่บันทึกว่าตรงกับความหมายที่สมาชิกควรเข้าใจหรือไม่

ความเชื่อมั่นและความเที่ยง (Research Reliability and Validity)

ความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง ความคงที่ในการวัด ในเครื่องมือหรือผู้สังเกต โดยความเที่ยงตรงของเครื่องมือต้องมีการทดสอบซ้ำหลายครั้งเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในเครื่องมือ ถ้าให้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันในระยะเวลาที่ต่างกัน

การวัด (Measure) เป็นคำจำกัดความที่เกี่ยวกับคุณภาพและความจุที่ใช้ประเมิน และหมายถึงเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และใช้แสดงการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือ (Instrument) เครื่องใช้ หรือเครื่องมือ เช่น แบบสอบถามการสำรวจ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ ใช้สำหรับจุดประสงค์การประเมิน

การรายงานข้อมูลเชิงคุณภาพ (Reporting of Qualitative Data)

คำอธิบาย : การรายงานข้อมูลเชิงคุณภาพ นำเสนอความคิดที่ซ้ำกันที่น่าดูหัวข้อหลักที่ใช้สรุปแลให้ข้อเสนอแนะ

ความคิดที่ซ้ำกัน → หัวข้อ → การสรุปผล/ การเสนอแนะ

ความคิดที่ซ้ำกัน (Repeating Idea) ความคิดแสดงออกที่เหมือนกันซึ่งมาจากสมาชิกที่แตกต่างกัน หลังจากพิสูจน์ และจัดทำป้าย

ความคิดที่ซ้ำกัน ในระหว่างการลรห้สในตอนแรกจะมีความหมายอย่างมาก จากการที่มีจำนวนความคิดเห็นเหมือนกันที่แสดงโดยสมาชิก (จากความคิดเห็นที่แสดงออกที่น้อยกว่า 20 ความคิด) ที่มาจากสมาชิกที่แสดงความคิดเห็นที่เหมือนกัน แต่ต้องหลีกเลี่ยงการนำเสนอด้วยร้อยละ แต่ถ้าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใหญ่พอสามารถแสดงผลในรูปร้อยละได้

เมื่อรายงานผลการค้นพบต้องมีการอ้างอิงสมาชิก หนึ่งหรือสองคนที่แสดงความคิดเห็นที่ซ้ำกัน แต่อย่างไรก็ตามถ้าผู้วิจัยต้องการที่จะอ้างความคิดเห็นที่มีค่าที่แตกต่างเป็นพิเศษจากความคิดเห็นอื่น ๆ ต้องอย่าลืมกล่าวว่ามีเพียงคนเดียวเท่านั้นที่คิดเช่นนั้น ตัวอย่างเช่น มีนักเรียน 5 คน ที่เขียนว่าระบบการปฏิบัติในห้องเรียน (Class Performance System-CPS) ระหว่างการสอนไม่ช่วยเพิ่มความเข้าใจแนวคิดของการเรียน เช่น นักเรียนเขียนว่า คำตอบของเราที่ใช้ CPS นั้น

พื้น ๆ เกิดไป ไม่ช่วยความคิดที่สับสน ความคิดที่ซ้ำกันที่เกิดขึ้นเมื่อใช้ CPS จะไม่ส่งเสริมความเข้าใจที่ลึกซึ้งในแนวความคิด เพราะผู้ควบคุมไม่ให้เวลาในการติดตาม

แก่น – หัวข้อที่มีการจัดกลุ่มความคิดที่ซ้ำกัน แก่นจะพัฒนาจากการลงรหัสที่เน้นแก่นความคิด อาจเกิดขึ้นเมื่อใดก็ได้

ตัวอย่าง: จากการระบุนความคิดที่ซ้ำกันสองความคิดเกี่ยวกับระบบการปฏิบัติในห้องเรียน

- ระบบจะจำกัดเวลาในการอภิปรายในชั้นเรียน
- ระบบไม่ช่วยให้นักเรียนว่าแก้ปัญหาการวิจัยคุณภาพ แก่นที่เกิดขึ้น CPS จะจำกัดการ

อภิปรายและการประยุกต์แนวคิด

การวิจัยเชิงบูรณาการแบบองค์รวม (Holistically Integrative Research)

การสรุปและข้อเสนอแนะ-การค้นหาว่าอะไรที่ใช้ได้ดีและอะไรที่จำเป็นต้องปรับปรุงด้วยพื้นฐานของความคิด และแก่นที่ซ้ำกันจะชี้นำผู้วิจัยในการเสนอแนะหรือช่วยปรับปรุง

ตัวอย่าง: บนพื้นฐานของความคิดสำรวจ ผู้ควบคุมตัดสินใจว่า เขาจะเน้นการใช้ระบบการปฏิบัติในห้องเรียน เพื่อสนับสนุนการอภิปรายในห้องเรียนและทบทวนปัญหาเชิงคุณภาพ

การเผยแพร่ผลการวิจัย (Disseminate of Results)

การรายงานผลการวิจัยเชิงคุณภาพจะนำเสนอความคิดที่ซ้ำที่นำไปสู่หัวข้อหลักในทางกลับกัน การให้ข้อมูลสำหรับสรุปและข้อเสนอแนะต้องมีการอ้างอิงเช่นการจับคำพูด อารมณ์ ประสบการณ์และการรับรู้ของผู้ให้สัมภาษณ์ (Interviewees) ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะเผยแพร่โดยผู้อ่าน นักวิจัยอาจจะต้องมีการอ้างอิงความคิดที่แสดงว่าเป็นสิ่งที่ยกเว้นในการที่จะแสดงความคิดเห็นของคนกลุ่มน้อย หรือการเน้นความคิดที่มีคุณค่า แม้ว่าจะเป็นความคิดของคนเพียงคนเดียวเท่านั้น

การเน้นความสำคัญของความช่วยเหลือของสมาชิกในการประเมินและทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในอนาคต มีโอกาสที่แบ่งปันผลการวิจัยกับสมาชิก อธิบายรูปแบบของความคิดเห็น ความประทับใจทั่วไป และการจะใช้ผลวิจัยอย่างไร

การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าในการวิจัย (Triangulation in Research)

การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าในการวิจัย เป็นการประยุกต์และการผสมผสานวิธีวิทยาการวิจัยในการศึกษาปรากฏการณ์เดียวกัน (สูกางค์ จันทวานิช, 2539)

1. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าสามารถนำมาใช้กับการศึกษาเชิงคุณภาพ (ความเที่ยงตรง-Validation) และเชิงปริมาณ (สืบสวน-Inquiry)

2. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าสามารถใช้เป็นวิธีการในการเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมของการวางรากฐานที่น่าเชื่อถือสำหรับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

3. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าสามารถใช้เป็นทางเลือกในการเป็นหลักเกณฑ์ตามประเพณีปฏิบัติดังเช่น ความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรง

4. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า เป็นแนวทางที่นิยมใช้ในทางสังคมศาสตร์ ด้วยการผสมผสานกับการสังเกตหลายรูปแบบ ทฤษฎี วิธีการ และประจักษ์พยานที่เป็นวัตถุ และนักวิจัย ทำให้สามารถคาดหวังได้ว่าจะสามารถเอาชนะจุดอ่อน หรือการลำเอียงภายใน (Weakness or Intrinsic Biases) และปัญหาที่มาจากการใช้วิธีการวิจัยแบบเดี่ยว ผู้สังเกตคนเดียว (Single-observer) ศึกษาด้วยทฤษฎีเดี่ยว (Single-theory Studies)

ประเภทของการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Types of Triangulation)

การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า มี 5 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลสามเส้า (Triangulation Data) ซึ่งเกี่ยวกับเวลา (Time) สถานที่ (Space) และบุคคล (Persons) หมายถึง การตรวจสอบข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง ในมิติของเวลา สถานที่ และบุคคล เช่น การศึกษาความเครียดของหญิงตั้งครรภ์ที่ติดเชื้อ เอชไอวี (HIV) อาจจะศึกษาในโรงพยาบาลต่างแห่งกัน หรือการศึกษาจากบุคคลคนละกลุ่ม เช่น ตัวผู้ป่วยเอง นักจิตวิทยา แพทย์ หรือญาติผู้ป่วย เป็นต้น (นงนภัส เทียงกมล, 2548)

2. ผู้วิจัยสามเส้า (Triangulation Investigator) ซึ่งประกอบด้วยการใช้ผู้วิจัยหลายคนมากกว่าใช้ผู้วิจัยคนเดียว (นงนภัส เทียงกมล, 2549; สุรางค์ จันทวานิช, 2539; ถวิลวดี บุรีกุล และเมธิศา พงษ์ศักดิ์ศรี, 2548)

3. ทฤษฎีสามเส้า (Triangulation Theory) ซึ่งประกอบด้วยการใช้ทฤษฎีหลายทฤษฎีมากกว่าใช้ทฤษฎีเดียวในการตีความปรากฏการณ์ (Interpretation of the Phenomenon) ในการศึกษาความไม่เท่าเทียมทางเพศของสตรีนั้นอาจจะนำทฤษฎีสตรีนิยม (Feminist Theory) และทฤษฎีกระบวนการขัดเกลาทงสังคม (Socialization Theory) มาอธิบายในการศึกษาครั้งนี้ได้ (นงนภัส เทียงกมล, 2548)

4. วิธีวิทยาวิจัยสามเส้า (Triangulation Methodology) ซึ่งประกอบด้วยการใช้วิธีการวิจัยหลายวิธีแทนที่การวิจัยวิธีเดียว และอาจใช้กลยุทธ์ภายในวิธีเดียวกันหรือระหว่างหลายวิธี เช่น การศึกษาพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นในปัจจุบัน อาจจะนำทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เช่น การวิจัยเชิงสำรวจ และการวิจัยที่เป็นการอภิปรายกลุ่มย่อยมาใช้ในการศึกษา และนำมาตรวจสอบข้อมูลว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ยังสามารถศึกษาว่าข้อมูลจากการวิจัยทั้งสองวิธีมีความสอดคล้องกันมากน้อยเพียงใด (นงนภัส เทียงกมล, 2549)

5. ทริคูลสามเส้า (Multiple Triangulation) เมื่อนักวิจัยใช้การผสมผสานในการวิจัยงานหนึ่งเรื่อง ด้วยการมีนักวิจัยหลายคน มุมมองของหลายทฤษฎี แหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และวิธียาการวิจัยหลายแบบ ตัวอย่างของการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้วยวิธีทริคูลสามเส้า เกี่ยวกับการศึกษาเรื่องตำรวจในชนบทของทวีปยุโรปและอเมริกา ที่ศึกษาโดย Thomas and Znaniecki (1958) การศึกษาใช้การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า ผู้วิจัยสามเส้าทฤษฎีสามเส้า และวิธีวิทยาวิจัยสามเส้า (Yin, 1984; นงนภัส เทียงกมล, 2548)

ภาวะอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation)

ภาวะอิ่มตัวของข้อมูลหรือการมาถึงจุดที่ไม่มีข้อมูลใหม่หรือประเด็นใหม่ที่สามารถสังเกตเห็นได้อีกในการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อถึงภาวะที่อิ่มตัวของข้อมูลแล้วช่วยให้ได้ความคิดรวบยอดระดับหนึ่งแต่อย่างไรก็ตาม ภาวะอิ่มตัวนี้เชื่อต่อการเกิดแนวทางในการปฏิบัติน้อยมาก สำหรับการประมาณการขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ก่อนการเก็บข้อมูลสำหรับความต้องการในการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังเช่น การใช้ข้อมูลจากการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกในสตรี 60 คน ในทวีปแอฟริกาสองประเทศ ผู้วิจัยจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบ ระดับการอิ่มตัวของข้อมูลและความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในระหว่างการวิเคราะห์หัวข้อ (Thematic Analysis) การเกิดภาวะอิ่มตัวและตามหลักฐานเกี่ยวกับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการใช้วิธีการสุ่มที่ใช้ในการสัมภาษณ์ตามขนาดกลุ่มข้อมูลพบว่าภาวะอิ่มตัวจะเกิดขึ้นภายใน 12 ครั้งแรกของการสัมภาษณ์ แม้ว่าองค์ประกอบของหัวข้อหลักจะปรากฏตั้งแต่ 6 ครั้งแรกของการสัมภาษณ์การเปลี่ยนแปลงข้อมูลจะเป็นเหมือนรูปแบบเดิม

ดังนั้น การเกิดภาวะอิ่มตัวของข้อมูลจึงหมายความว่าแม้จะทำการวิจัยต่อดังเช่นการอภิปรายกลุ่มย่อยแม้ว่าจะดำเนินการต่อไปก็จะไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น หรือมีข้อมูลใหม่เกิดขึ้นเพียงเล็กน้อย หรือแม้จะทำการอภิปรายกับกลุ่มใหม่ก็ไม่สามารถทำให้ได้ข้อมูลใหม่เพิ่มขึ้น (นงนภัส เทียงกมล, 2548)

เนื่องจากการประชุมกลุ่มย่อย หรืออภิปรายกลุ่มย่อยนั้นเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพรูปแบบหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมแพร่หลายมีการนำมาใช้ในหลายสาขาวิชาชีพ ไม่ว่าจะเป็นทางธุรกิจ การศึกษา การเมือง การปกครอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทางการตลาดมีผู้นำการประชุมกลุ่มย่อยหรืออภิปรายกลุ่มย่อยมาใช้ในการวิจัยเพื่อหาข้อมูลและแก้ปัญหาทางการตลาด หรือเพื่อสร้างรายได้ทางการตลาด

ข้อดีการอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่ม หรือการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Groups Discussion or Focus Group Interview)

การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่ม หรือการสัมภาษณ์กลุ่มมีข้อดีหลายประการที่แตกต่างจากการวิจัยคุณภาพประเภทอื่น ๆ ดังนี้

1. เนื่องจากการจัดการอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่มนี้มีการคัดเลือกที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันและมีกระบวนการที่สร้างความเป็นกันเองของสมาชิกในกลุ่มมาในระดับหนึ่งแล้วจะทำให้สมาชิกกล้าพูดคุยอย่างเปิดเผย โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีพรสวรรค์ในการสนทนาจะยิ่งช่วยให้สมาชิกในกลุ่มสนุกสนาน และหากสามารถกระตุ้นสมาชิกที่ระมัดระวังในตอนแรกให้ผ่อนคลายจะยิ่งทำให้การสนทนาได้ความเห็นที่เป็นคำตอบที่ชัดเจน เพราะเป็นคำตอบที่ได้จากการอภิปรายประเด็นปัญหาที่สนใจด้วยการถกกันกรองอย่างมีเหตุผลร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม

2. แม้ว่าในการอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่มที่มีการวางแผนการดำเนินการที่ดีมาแล้วก็ตาม แต่อาจยังไม่ครอบคลุมบางประเด็นปัญหาที่ต้องการทราบ ในระหว่างสนทนากลุ่มอยู่นั้นอาจมีสมาชิกบางคนตั้งคำถามที่น่าสนใจใหม่ที่สามารถตอบปัญหาให้ครอบคลุมได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการอาจนำคำตอบที่สมาชิกตอบมาใช้เป็นแนวคำถามที่จะถามต่อให้มียุทธศาสตร์เพิ่มเติมประเด็นที่มีการวางแผนไว้

3. การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่มที่ดีมีประสิทธิภาพนั้น จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการวิจัยได้อย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับวิจัยเชิงคุณภาพประเภทการวิจัยแบบชาติบรรณวรรณนาที่ต้องใช้เวลาการเฝ้าสังเกต หรือแม้แต่การวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องเดินทางไปสัมภาษณ์บุคคลตามสถานที่ต่าง ๆ เพราะหากว่าสามารถดำเนินการสนทนากลุ่มแผนงานที่วางไว้ด้วยการวางกรอบการดำเนินการที่มีแนวคำถามที่สามารถตอบปัญหาวิจัย และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ก็จะได้คำตอบเหมือนกับการเสียเวลาไปฟังตัวเป็นแรมเดือนแรมปี เช่นเดียวกับการวิจัยเชิงคุณภาพประเภทการวิจัยแบบชาติบรรณวรรณนา

4. การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่มสามารถหาคำตอบเชิงเหตุผลที่ได้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเชิงสำรวจ หรือใช้อธิบายเสริมข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณรวมทั้งยังเป็นประโยชน์ในการช่วยวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยแบบกรณีศึกษาเฉพาะราย

5. การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่มสามารถให้รายละเอียดลึกซึ้งด้วยการถามคำถามประเภททำไม และเป็นอย่างไรและหากยังตอบไม่ตรงคำถามที่ผู้ดำเนินต้องการ ผู้ดำเนินยังสามารถซักถามเพิ่มเติมต่อได้อีก ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณไม่สามารถทำได้

6. การอภิปรายกลุ่มหรือการสนทนาทำให้ได้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญบางประการของสมาชิกระหว่างกระบวนการการอภิปรายกลุ่มที่อาจอยู่นอกกรอบแนวคิดและหลักการที่ผู้วิจัยได้วางไว้

7. การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนามีประโยชน์สำหรับการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้เกี่ยวกับประสบการณ์ มุมมอง และแนวคิดระหว่างสมาชิก และทำให้ผู้วิจัยรู้และเข้าใจว่าสมาชิกมีความเห็นอย่างไรในหัวข้อประชุมกลุ่มกัน รวมทั้งทำให้ผู้วิจัยสามารถหยั่งรู้ถึงทัศนคติ ค่านิยม แนวคิด และความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มได้อีกด้วย

8. การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนามีประโยชน์ในการวิจัยที่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลบางประการที่ไม่สามารถได้จากการวิจัยวิธีอื่น เพราะว่าหากการดำเนินการกระบวนการกลุ่มในการวิจัย ด้วยการอภิปรายกลุ่มที่มีประสิทธิภาพจะทำให้สมาชิกทุกคนแสดงทัศนคติ ความคิดเห็นอย่างเต็มที่ตามหลักประชาธิปไตยแล้วจะช่วยให้ได้ข้อคิด ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างมากจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และมีการจุดประกายความคิดแก่สมาชิกร่วมกลุ่มได้เป็นอย่างดี

9. การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนาสามารถให้ข้อมูลพื้นฐานบางประการสำหรับการตั้งสมมติฐานการวิจัย และอาจทดสอบสมมติฐานดังกล่าวด้วยการวิจัยเชิงปริมาณได้

10. การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนาสามารถให้แนวทางในการตั้งโจทย์วิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ การรับรู้ ความคิดเห็น และรวมถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และจากการอภิปรายกลุ่มอาจก่อให้เกิดแนวความคิด (Ideas) มโนทัศน์หรือ ความคิดรวบยอด (Concepts) ใหม่ ๆ และอาจเกิดการพัฒนารูปแบบ (Model) ได้

11. การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนาจะช่วยให้สามารถค้นหาข้อมูลในบางปรากฏการณ์ที่มีผู้รู้เพียงเล็กน้อยได้

12. การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนาสามารถให้ข้อมูลที่เพียงพอโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยการเก็บข้อมูลด้วยวิธีอื่น ๆ มาสนับสนุน หากมีการเตรียมการและมีการดำเนินการอย่างระมัดระวัง

ข้อจำกัดของการอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนา กลุ่มหรือการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Groups Discussion or Focus Group Interview)

1. พิธีกร หรือผู้ดำเนินการกระบวนการกลุ่ม (Moderator) หากขาดทักษะในการดำเนินการอภิปรายหรือสนทนาจะทำให้สนทนาไม่ราบรื่น และไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ในกรณีสมาชิกบางคนผูกขาดการสนทนา หรือสมาชิกสนทนากันเอง ซึ่งจะทำให้การสนทนากลุ่มไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2. การสนทนากลุ่มคือมีการวางวัตถุประสงค์ไว้อย่างชัดเจนว่ามีความต้องการให้บรรลุผลการวิจัยด้วยการสามารถตอบปัญหาที่ต้องการทราบอะไรได้จะทำให้ผู้วิจัยสามารถตอบปัญหาที่ต้องการทราบอะไรได้จะทำให้ผู้วิจัยสามารถสร้างแนวคำถามที่สอดคล้องกับปัญหาที่ต้องการทราบ อีกทั้งมีการวางลำดับคำถามในการดำเนินการกระบวนการกลุ่มอย่างเป็นขั้นตอน

ต่อเนื่อง ราบรื่นและไม่สับสนนอกจากนี้ควรมีการทดลองใช้คำถามดังกล่าวเพื่อทดสอบความชัดเจนของคำถาม

3. ในการคัดเลือกสมาชิกเพื่อเข้าร่วมการอภิปรายกลุ่มนั้นจะมีหลักการเหมือนการวิจัยเชิงคุณภาพอื่นที่จะต้องเลือกอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) จึงต้องมีเป้าหมายและเกณฑ์ในการเลือกที่เหมาะสมสอดคล้องกับประเด็นปัญหาที่ต้องการศึกษาและกลุ่มเป้าหมายที่เลือกมาจะต้องเป็นผู้ให้ข้อมูลได้ดีที่สุด โดยต้องมีลักษณะต่าง ๆ ที่เหมือนกัน (Homogeneous) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนทนากลุ่มที่จัดขึ้นในชุมชนต้องระมัดระวังที่จะไม่นำผู้ที่มีความขัดแย้งกันอย่างรุนแรงมาเข้ากลุ่มเดียวกัน หรือนำผู้ที่มีอำนาจอิทธิพลมาเข้ากลุ่มเพราะนอกจากจะทำให้การสนทนากลุ่มล้มเหลวเนื่องมาจากการข่มกัน หรือแก้งตอบเพื่อยั่วยุฝ่ายตรงข้าม

4. การอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่มสมาชิกบางคนอาจด้อยตามสมาชิกอื่นที่มีความสามารถในการจัดจูงโน้มน้าวเก่งมีความเชื่อมั่นตนเองสูง นอกจากนี้อาจมีสมาชิกบางคนที่ไม่อยากแสดงความคิดเห็นของตนเองเพราะเกรงว่าสมาชิกอื่นจะเห็นว่าความคิดของตนไม่เข้าทำสมาชิกดังกล่าวอาจแสดงภาษากายด้วยการกอดอกซึ่งเป็นการปกป้องตนเอง พิธีกรหรือผู้ดำเนินการกระบวน การกลุ่มจะต้องสังเกตและหากลวิธีที่จะทกให้สมาชิกดังกล่าวผ่อนคลายและเข้ามามีส่วนร่วมในการสนทนาอย่างสนุกสนาน

5. ภาษาที่ใช้ในการอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่มต้องเป็นภาษาที่สมาชิกกลุ่มมีความเข้าใจได้ง่าย และหากทำการศึกษาในชุมชนที่มีภาษาถิ่นเฉพาะพิธีกร หรือผู้ดำเนินการกระบวนกรกลุ่มจะต้องมีความเข้าใจในภาษาถิ่นดังกล่าวอย่างดี

6. ข้อมูลจากการอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่มแม้ว่าจะสามารถตรวจสอบความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิด การรับรู้ และความคิดเห็น แต่อาจไม่สามารถเข้าใจในพฤติกรรมกรแสดงออกของสมาชิกบางคนได้ เพราะสมาชิกอาจพูดในสิ่งที่ตนเองคิด แต่อาจไม่ใช่สิ่งตนเองกระทำ ดังนั้นข้อมูลที่ได้ อาจไม่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงแต่ประการใด

7. แม้ว่าการอภิปรายกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่มจะได้มีหลักการคัดเลือกสมาชิกที่สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์การวิจัยแล้วก็ตาม แต่ข้อมูลที่ได้เป็นการได้จากตัวแทนจำนวนเพียงประมาณ 6-10 คนเท่านั้น รวมทั้งการใช้เวลาอย่างมากที่สุดไม่เกิน 3 ชั่วโมง แม้ว่าจะได้ข้อมูลเชิงลึกแต่ก็เป็นการได้จากสมาชิกกลุ่มจำนวน 6-10 ท่าน ซึ่งเป็นการจำกัดการที่จะได้ข้อมูลเชิงลึกบางประการ

ดังนั้น การสนทนากลุ่มที่ดีอาจต้องมีการจัดกลุ่มมากกว่า 2-3 กลุ่ม เพื่อเป็นการเสริมข้อมูล โดยอาจจะจัดกลุ่มเพื่อให้ครอบคลุมประเด็นปัญหา ดังเช่น การศึกษาความนิยมของผู้บริโภคในการใช้เครื่องไฟฟ้า เช่น เครื่องปรับอากาศ ต้องมีการแยกเพศหญิง-ชาย รวมทั้งต้องมีการคำนึงถึงรายได้ของสมาชิกกลุ่มในกรณีที่สินค้ามีราคาสูงเป็นพิเศษ เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศไทย

วิชร นันตะยานา, รณิศา ปิงเมือง, วัลทนา ภูมา และไพรัช โรงสะอาด (2549, บทคัดย่อ) แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวควบคู่กับเมืองอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย การวิจัยเรื่อง แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวควบคู่กับเมืองอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นขององค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม ผลการพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวควบคู่กับเมืองอุตสาหกรรม และเพื่อศึกษาหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาจังหวัดเชียงราย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด จากกลุ่มตัวอย่าง 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ การสัมภาษณ์เชิงลึกและตรวจสอบถามถูกต้องของข้อมูลโดยการจัดเวทีเสวนา วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแยกประเภท จัดหมวดหมู่ สรุปและตีความเชิงพรรณนา ถ้าเสนอผลการวิจัยรูปของการบรรยายความ ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นขององค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรชุมชน หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและประชาชนต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม สรุปได้ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมจะสนับสนุนซึ่งกันและกัน การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมสามารถพัฒนาควบคู่กัน โดยมีการบริหารจัดการที่ดี ขณะเดียวกันภาครัฐมีนโยบายให้จังหวัดเชียงรายเป็นเขตเศรษฐกิจชายแดน และอำเภอที่เหมาะสมสำหรับพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว คือ อำเภอเชียงแสน การท่องเที่ยวที่เหมาะสม คือ การท่องเที่ยวเชิงสังคม-วัฒนธรรม ส่วนอุตสาหกรรมที่เหมาะสม คือ อุตสาหกรรมเกษตร

1.2 ในการพัฒนาจังหวัดเชียงราย ควรพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เพราะอุตสาหกรรมทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมจะถูกทำลาย วิถีชีวิต วัฒนธรรมดั้งเดิม ความเป็นท้องถิ่นของเชียงรายเปลี่ยนแปลง อุตสาหกรรมสร้างค่านิยมทางด้านวัตถุมากกว่า ความเจริญทางจิตใจ ทำให้เกิดปัญหาทางสังคม

2. ผลการพัฒนาจังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวควบคู่กับเมืองอุตสาหกรรม พอสรุปได้ดังนี้ ประชาชนมีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น ลดการออกนอกพื้นที่เพื่อหางานทำ จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจลุ่มแม่น้ำโขง เหมาะกับการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของจังหวัดดีขึ้น

3. แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาจังหวัดเชียงราย เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม สรุปได้ว่าการพัฒนานั้นต้องคำนึงถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับพืชผลการเกษตร ความพร้อมด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด โดยการศึกษาปัญหา ผลกระทบ และวิธีการป้องกัน เช่น การกำจัดมลภาวะ ลดขยะ การรักษาสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ที่คุ้มค่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ทุกด้านทุกชั้นตอน ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ที่เป็นจริงสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

4. หน่วยงานราชการและองค์กรที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงราย ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารเทศบาล เทศบาล ชุมชน ท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมจังหวัด หน่วยงานด้านการศึกษา สาธารณสุข โรงพยาบาล/อนามัย หอการค้า สภาวัฒนธรรม พาณิชยจังหวัด ตำรวจท่องเที่ยว กรมทรัพยากรธรณี กรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดลอม โยธาธิการและผังเมือง พัฒนาชุมชน กรมแรงงาน กระทรวงพัฒนาสังคม กรมศิลปากร เกษตรจังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร

5. สิ่งที่ประชาชนในจังหวัดเชียงรายกังวล ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแผน ไม่ชัดเจน ขาดงบประมาณสนับสนุน ไม่มีเจ้าภาพทำงานที่จริงจัง ชุมชนไม่มีส่วนร่วม ภาครัฐไม่มีความจริงใจ นโยบายรัฐไม่สอดคล้องกับพื้นที่จริง สื่อไม่มีจุดยืนในการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง ปัจจุบันนักท่องเที่ยวลดลง

6. ข้อเสนอแนะที่สำคัญ ได้แก่ นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการชมศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม จึงควรส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม งานหัตถกรรมพื้นบ้าน นโยบาย และแผนควรนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง ควรเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรให้ชุมชนมีส่วนร่วมรับรู้ ผลกระทบ แสดงความคิดเห็นทุกชั้นตอน ปรับสภาพภูมิทัศน์ให้งดงามเข้ากับสิ่งแวดลอม มีเทศบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมอาคารและสิ่งก่อสร้าง มีแผนรองรับที่ชัดเจนเกี่ยวกับการบูรณะ โบราณสถานและสถานที่สำคัญ ศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอย่างจริงจัง และมีการศึกษาวิจัยความต้องการด้านการท่องเที่ยว

ปรมินทร์ อริเดช, รัชภูมิ แซ่ไข่, กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์ และบุญชัย สันกวาน (2549, บทคัดย่อ) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนจังหวัดเชียงราย: กรณีเปรียบเทียบ เชียงรายกับนครคุนหมิง โครงการรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนจังหวัดเชียงราย : กรณีเปรียบเทียบเชียงรายกับนครคุนหมิง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนระหว่างจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยผู้นำชุมชน กลุ่มบุคคลในชุมชนที่เข้าไปบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

โดยใช้วิธีการสังเกต สัมภาษณ์ และแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนในจังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวมระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก มีค่าสูงที่สุด รองลงไป คือ การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

2. วิธีการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนในจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการที่หน่วยงานทางภาครัฐบาลได้มีการให้ทุนในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทางการท่องเที่ยว เทียวและด้วยความร่วมมือขององค์กรพัฒนาเอกชนต่าง ๆ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชนจึงได้รับการสนับสนุน พัฒนาและช่วยเหลือให้เกิดการจัดการอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งคณะกรรมการ ซึ่งได้มาจากการเลือกตั้งและสมาชิกกลุ่มการท่องเที่ยว เป็นไปด้วยความสมัครใจ

3. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย องค์ประกอบใหญ่ ๆ 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรพัฒนา สองเป็นหน่วยงานภายในชุมชน ประกอบด้วย คณะกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นบุคคลภายในหมู่บ้าน และคณะกรรมการท่องเที่ยว จะมีเลขานุการของคณะกรรมการ และจะมีผู้นำทางวัฒนธรรม เป็นเสมือนกลุ่มที่ปรึกษาของคณะกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ภายในคณะกรรมการท่องเที่ยวจะแยกเป็นกลุ่มงานต่าง ๆ

4. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนของนครคุนหมิงมีระดับการทำงานที่สนับสนุนกันอยู่ 3 ระดับ คือ 1) ระดับรัฐบาลของมณฑล ด้วยการส่งบุคลากรของมณฑลเข้ามาช่วยในการเป็นที่ปรึกษาและร่วมพัฒนาในแต่ละพื้นที่ 2) ระดับรัฐบาลท้องถิ่น จะทำงานประสานร่วมกับระดับรัฐบาลของมณฑลกับระดับหมู่บ้าน ในเรื่องของการดูแลและสนับสนุนการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารให้บุคคลภายนอกรับรู้และเข้ามาเที่ยวงานด้านวัฒนธรรม งานของกลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มสตรี และกลุ่มเกษตรกรรม และ 3) ระดับหมู่บ้าน เน้นที่จะต้องดำเนินการตั้งแต่ขั้นต้นคือการเริ่มทำความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังจะร่วมกันทำ ร่วมทำการระดมความคิดจนถึงขั้นตอนการร่วมกันบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและจัดการได้ด้วยชุมชนเอง

5. การเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ระหว่างจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนของจังหวัดเชียงรายเป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เริ่มต้นด้วยการได้ทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากหน่วยงานภาครัฐบาลแล้ว

เกิดการดำเนินการต่อเนื่อง โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชน ส่วนนครคุณหมิง การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเริ่มต้นจากการได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากภาคเอกชนแล้วเกิดการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยความร่วมมือของภาครัฐบาล ในจังหวัดเรียงรายชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบของคณะกรรมการซึ่งเกิดจากการสมัครใจและมีภารกิจเลือกตั้งเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งบริหารในคณะ กรรมการฝ่ายต่าง ๆ โดยมีวาระการดำรงตำแหน่ง ส่วนนครคุณหมิง ชุมชนหรือชาวบ้านก็เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในรูปแบบของ คณะกรรมการเช่นเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งตำแหน่งบริหารก็ได้มาจากการสรรหา ของคณะกรรมการเช่นเดียวกัน

ปวารณา อัจฉริยะบุตร, จิราพร ประสารการ และชนิษฐา ธนาวิรัตน์านิจ (2549, บทคัดย่อ) การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาข้อมูล การบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตอันดามัน และหาแนวทางรูปแบบแนวทางการบริหารธุรกิจสปา ที่เหมาะสมทั้งในเชิงของพื้นที่ และสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ โดยทำการศึกษา ในช่วงเวลาตั้งแต่ 1 กันยายน พ.ศ. 2548 ถึง 31 สิงหาคม พ.ศ. 2549

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ทั้งนี้โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 2 เป็นการ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสปา ส่วนที่ 3 เป็นการเก็บ รวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มย่อย ผลการศึกษามีดังนี้

ผู้ประกอบการสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่มักเป็นเพศหญิง ลักษณะการลงทุนธุรกิจ สปาของผู้ประกอบการ มีทั้งรูปแบบการลงทุนในธุรกิจสปาที่เป็นลักษณะเดย์สปา การลงทุน ธุรกิจสปาที่เป็นรีสอร์ทสปา (Resort Spa) และการลงทุนธุรกิจสปาโดยร่วมมือกับโรงพยาบาล โดยทำเป็นเมดิคอสปา (Medical Spa) และส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะตั้งระยะเวลาในการ คู้มทุนอย่างน้อย 5 ปี

จุดแข็งของสปาอันดามันที่สำคัญ คือ การมีธรรมชาติที่สวยงาม การออกแบบสถานที่ ของผู้ประกอบการที่สามารถผนวกเอาธรรมชาติโดยรอบมาใช้ในการออกแบบ และการบริการ ที่ดีเยี่ยม ส่วนจุดอ่อนของสปาอันดามัน คือ ปัญหาด้านความไม่สะดวกในการเดินทาง ปัญหาด้าน การแข่งขันพนักงานให้บริการ และปัญหาด้านการไม่ยอมรับการใช้สมุนไพรไทย

กลุ่มลูกค้าสปาจังหวัดภูเก็ต เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชีย เช่น จีน เกาหลี ไต้หวัน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จังหวัดพังงา เป็นกลุ่มสแกนดิเนเวียและเยอรมัน จังหวัดกระบี่ เป็นกลุ่มสแกนดิเนเวีย เยอรมัน

ในส่วนของการจัดการด้านการตลาดพบว่า บริการสปาในเขตอันดามันมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีอัตราค่าบริการสปาในสถานประกอบการสปาราคาค่ำสุดจะอยู่ที่ ราคา 200 บาท ต่อ 30 นาที และราคาสูงสุดจะอยู่ที่ 15,300 บาท ซึ่งจัดทำเป็นแพคเกจ ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง 30 นาที

ปัจจัยในการเลือกสถานที่ตั้งของสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการมักมองว่าทำเลที่ตั้งเป็นธรรมชาติ การคมนาคมสะดวก

ในการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจสปาอันดามันนั้นประกอบด้วย การติดต่อผ่านบริษัท นำเที่ยว มัคคุเทศก์ รวมทั้งรถแท็กซี่ การทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และใช้เทคนิคการขาย เช่น การรวมค่าบริการสปาในค่าห้องพัก และในแพคเกจทัวร์ เป็นต้น

การศึกษาด้านบริหารจัดการองค์กรพบว่า โครงสร้างองค์กรสปาจะมีความแตกต่างกัน ตามขนาดของธุรกิจ โดยมีตำแหน่งงานที่สำคัญ คือ ผู้จัดการสปา นักสุขภาพบำบัด และพนักงาน ต้องรับ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ในการพัฒนาบุคลากรมักจะใช้วิธีการฝึกในหน่วยงานกันเองโดยเรียนรู้ จากหัวหน้างาน

จากผลการวิจัยด้านการจัดการผลิตภัณฑ์ระบุว่า การจัดการด้านสถานที่ มี 3 รูปแบบ คือ สปาในที่โล่ง และสปาในอาคาร หรืออาจจะเป็นทั้งสปาในที่โล่งและในอาคารผสมกัน ในส่วนของ การจัดการด้านรส ส่วนใหญ่สปาเน้นการเสริมน้ำสมุนไพร และบางส่วนเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ และส่วนใหญ่สปาจะเน้นจุดเด่นในการใช้น้ำมันหอมระเหยที่มาจากธรรมชาติ การใช้ การใช้เสียง ในสปามักใช้เสียงดนตรี ควบคู่กับเสียงธรรมชาติ และเน้นการนวดเพื่อผ่อนคลายมากกว่านวด เพื่อรักษา ขั้นตอนในการให้บริการสปาส่วนใหญ่เน้นกิจกรรมยาทาการบริการแบบไทย ๆ และ มีความจริงใจต่อลูกค้า

รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาอันดามันนั้นมองว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือ บริการสปาใหม่ ๆ สามารถยกระดับสปาได้ รวมทั้งการร่วมงานกับโรงพยาบาลจะสามารถยกระดับ ของสปาไปสู่การบำบัดเพื่อการรักษาได้

สปาในจังหวัดพังงา กระบี่ และภูเก็ต ควรมีลักษณะเฉพาะแต่ละพื้นที่ กลุ่มลูกค้า ก็มีความต่างกัน ควรมีการพัฒนา รูปแบบการบริการสปาที่ต่างกัน ไปด้วย และควรทำการตลาด ที่ให้มีลูกค้าทุกฤดูกาล

ผู้ประกอบการสปาจะต้องเปลี่ยนวิธีคิด โดยคิดว่าการหมุนเวียนของนักสุขภาพบำบัด เป็นเรื่องปกติ และเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของนักสุขภาพบำบัดคนนั้นด้วย

สปาแต่ละจังหวัดเริ่มหันมาใช้สมุนไพรไทยมากขึ้น จึงควรมีการศึกษาเรื่องการวิจัย สมุนไพรไทยให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับสมุนไพรไทยให้ทัดเทียมสากล

วัชร หิริณพันธ์, พิภพ สมเวที และ ชนกันต์ หิริณพันธ์ (2549, บทคัดย่อ) แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป การส่งเสริมการตลาด และจิตวิทยาการบริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป การส่งเสริมการตลาด และจิตวิทยาการบริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ใช้วิธีการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการประชุมกลุ่มย่อยเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ภาครัฐควรรชุนโยบายการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดอันดามันให้ชัดเจน จากนั้นทุกภาคีร่วมมือกันกำหนดผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจะพัฒนาให้ขายได้ตามเอกลักษณ์ประจำถิ่น ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และอาศัยผู้ประกอบการนำเที่ยวช่วยขยายตลาดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมได้อย่างรวดเร็ว แนวทางที่จะพัฒนาโปรแกรมได้นั้น ต้องพิจารณาในประเด็นดังต่อไปนี้ (1) กำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ชัดเจน (2) จัดกิจกรรมที่สอดคล้องกันกับรายการนำเที่ยวอื่น ๆ และเน้นขายตลาดประสบการณ์ (3) สร้างความร่วมมือระหว่างภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ตลาดมีศักยภาพและอาศัยการส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จัก (4) ลักษณะธุรกิจการท่องเที่ยวคือการบริการที่ต้องสัมพันธ์กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (5) ผู้ประกอบการสามารถบริการนักท่องเที่ยวได้ตลอดรายการนำเที่ยว และ (6) ลดความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้โดยการบอกความจริงและไม่ให้นักท่องเที่ยวคาดหวังเกินกว่าสภาพที่เป็นจริง

รูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่ใช้กันมากที่สุดในปัจจุบัน คือ (1) การประชาสัมพันธ์ แต่การพัฒนาการส่งเสริมการตลาด จะต้องใช้วิธีการหลากหลาย โดยยังเน้นการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลความรู้ด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประจำถิ่นให้มากพอ จัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างกระแสการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (2) โฆษณาทางสื่อมวลชนให้เกิดความต่อเนื่องและการรับรู้ซ้ำ ๆ (3) การส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจก แถม เพื่อกระตุ้นให้ท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ผู้ประกอบการหลายรายให้ความสนใจกับการพูดปากต่อปาก และการกลับมาใช้บริการซ้ำ ส่วนวิธีการส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ ที่สร้างผลกระทบได้ดีเช่นกัน (4) การขายโดยบุคคล และ (5) การตลาดทางตรงที่เน้นฐานข้อมูลของลูกค้า และสื่อที่ใช้เป็นสำคัญ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถช่วยผู้ประกอบการได้มาก

รูปแบบและแนวทางการนำจิตวิทยาการบริการไปใช้ โดยพัฒนาลักษณะทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ เน้นความสะอาด การเข้าถึงง่าย ใช้เสน่ห์ของคนไทยในการให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส คือนับอย่างอบอุ่น สามารถนำมาผสมกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

เพื่อเพิ่มคุณค่าได้ และควรรักษามาตรฐานการบริการที่ดี โดยเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ พัฒนาศักยภาพของบุคลากรอยู่เสมอ ศึกษาวัฒนธรรมและความต้องการที่สำคัญ คือ ผลสะท้อนกลับจากนักท่องเที่ยว และนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไป

รวินท์ สุวัณ ฒ เขมรัฐ, ไพโรจน์ สุวรรณ และกฤษณา บัวคลี (2549, บทคัดย่อ) การจัดการและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน อย่างยั่งยืน: ภูเก็ต พังงา และกระบี่ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทิศทางการจัดการและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน: ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งประกอบไปด้วยการดำเนินการ 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาทิศทางการจัดการและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอนุรักษ์ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยกระบวนการเคลฟายเทคนิค ได้แบบสอบถามกลับคืนมาคิดเป็นร้อยละ 84 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

2. ศักยภาพของภาคีเป้าหมาย โดยแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า ได้แบบสอบถามกลับคืนมาคิดเป็นร้อยละ 88.96 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าเอฟ

3. ศึกษาความพึงพอใจของเจ้าบ้านที่มีต่อทิศทางการจัดการและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอนุรักษ์ โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า ได้แบบสอบถามกลับคืนมาคิดเห็นร้อยละ 76.50 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าเอฟ

4. ศึกษาความพึงพอใจของเจ้าบ้านที่มีต่อทิศทางการจัดการและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอนุรักษ์ โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า ได้แบบสอบถามกลับคืนมาคิดเห็นร้อยละ 85.11 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าเอฟ

5. ศึกษาแนวทางในการจัดการและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมตามทัศนคติของผู้ทรงคุณวุฒิที่อยู่ในวงการธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 59 คน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกันเป็นไปได้ในระดับมากที่จะให้พื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันจัดการบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอนุรักษ์ ยกเว้นกิจกรรมเสนอแนะเกี่ยวกับการแข่งขันแรลลี่เรือคายัค กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกันเป็นไปได้ในระดับน้อย

2. ภาคีเป้าหมายของจังหวัดในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันมีศักยภาพในการรองรับการจัดการและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอนุรักษ์อย่างยั่งยืน ในภาพรวมอยู่ในระดับ

ปานกลางและจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน มีศักยภาพในการรองรับการจัดและบริหารกีฬาต่างกล่าวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นศักยภาพในการรองรับการจัดและบริหารกีฬาด้าน โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพสูงกว่าจังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่

3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬา เพื่อการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืนในภาพรวมในระดับมาก และจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า นักท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าวไม่แตกต่างกัน

4. เจ้าบ้านมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืนในภาพรวมในระดับมาก และจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า นักท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าวไม่แตกต่างกัน

5. ผู้ทรงคุณวุฒิที่อยู่ในวงการธุรกิจกีฬาเพื่อการนักท่องเที่ยวได้ให้แนวคิดในการจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวว่า ควรเน้นกีฬาที่ได้รับความนิยมในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน 8 ชนิด คือ ดำน้ำ พายเรือแคนูและคายัค ปีนผา กอล์ฟ ตกปลา วอลเลย์บอลชายหาด จักรยาน และกีฬาพื้นเมือง ซึ่งประกอบด้วย มวยไทย ชนวัว ชนไก่ และแข่งขันนกเขาชวาเสียง โดยต้องดำเนินการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าว 7 ด้าน ตามรูปแบบของอันดามัน (Andaman Sports Tourism Management Model-ZEASSPA) คือ ด้านการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว (Zoning) ด้านการจัดสิ่งแวดล้อม (Environment) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ด้านการรักษาความปลอดภัย (Safety) ด้านการจัดบุคลากร (Personnel) และด้านการจัดกิจกรรม (Activity)

พัทธรณ์ บุญยาศรัย และนพพรณ สังกะเสนวงศ์ (2549, บทคัดย่อ) ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวของภาคประชาสังคมและ NGO การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวของภาคประชาสังคมและ NGO ในจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ องค์กรภาคประชาสังคมและ NGO จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ศักยภาพ บทบาท และความต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating

Scale) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. ภาคประชาสังคมและ NGO มีศักยภาพในการวางแผนจัดการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ทั้งด้านการวางแผนและการจัดการ ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ภาคประชาสังคมและ NGO ที่มีอายุต่างกัน จะมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ทั้งด้านการวางแผนและการจัดการ การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายต่างกัน ขณะที่กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความรู้ความเข้าใจด้านการวางแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เฉพาะด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายต่างกัน นอกจากนี้ กลุ่มที่มีประเภทขององค์กรต่างกัน จะมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายต่างกัน

2. ภาคประชาสังคมและ NGO มีบทบาทในการวางแผนจัดการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ทั้งด้านบทบาทต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และการมีส่วนร่วมในการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ภาคประชาสังคมและ NGO ที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน จะมีบทบาทต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายต่างกัน ขณะที่กลุ่มที่มีประเภทองค์กรต่างกัน จะมีบทบาทต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายต่างกัน

3. ภาคประชาสังคมและ NGO มีความต้องการในการวางแผนและพัฒนากลไกการจัดการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านความต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว การเข้าไปมีส่วนร่วมในการประชุม แสดงความคิดเห็น ร่วมวางแผน และร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

ภาคประชาสังคมและ NGO ที่มีอายุ ระดับการศึกษา ประเภทขององค์กร ปริมาณการใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน จะมีความต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายต่างกัน

มาณะ ชิตตะสังคะ และคณะ (2549, บทคัดย่อ) บทเรียนจากกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยภาครัฐ เอกชน ละองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการจัดการเชิงพื้นที่

อย่างยั่งยืนจังหวัดเชียงราย โครงการการศึกษาวิจัย บทเรียนจากกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยภาครัฐ เอกชน ละองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อจัดการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทเรียน วิธีการคิด กระบวนการรู้ร่วมกัน การดำเนินการศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในกลุ่มประชากรเป้าหมาย ได้แก่ คณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย องค์กรธุรกิจท่องเที่ยว คณะกรรมการองค์การบริหารส่วนตำบล และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง อำเภอแม่จัน อำเภอแม่ฟ้าหลวง

ผลของการศึกษาสรุปได้ว่า คณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว แต่การนำแผนไปสู่การปฏิบัติค่อนข้างน้อย โดยองค์การบริหารส่วนตำบล และประชาชน ไม่มีส่วนรับรู้ จึงมิได้ดำเนินการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แต่ให้การสนับสนุนงบประมาณพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การประชาสัมพันธ์ และการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว ทั้ง ประชาชน คณะกรรมการองค์การบริหารส่วนตำบล คณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย องค์กรธุรกิจเอกชน มีความเข้าใจรับรู้ข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวมีความต้องการให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบตามลำดับขั้นตอนในกระบวนการวางแผน ซึ่งเป็นมาตรการการเรียนรู้ร่วมกันในการมีส่วนร่วมในการวางแผนตั้งแต่ระดับชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ระดับภาคธุรกิจเอกชน และระดับจังหวัด โดยสร้างตัวชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การวางระบบการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

ณัฐินี ศรีวงศ์ตระกูล, ดวงใจ คำรบชนสาร และเมธิ ทองดี (2550, บทคัดย่อ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ (Home Stay Promotion Strategy for Youth Tourist in South-Northeastern Region) ครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity Research) ในการดำเนินงานศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเชื่อถือโดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อให้ทราบถึงการดำเนินงานปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ 2) เพื่อศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มเยาวชนที่มีต่อที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ 3) เพื่อให้ได้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของ ที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ และ 4) เพื่อให้ได้ถึงยุทธศาสตร์การพึ่งพาเพื่อเสริมสร้าง

ความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้โดยการเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาของการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัปดาห์สัปดาห์วัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ คือกลุ่มโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดอย่างแท้จริง ขาดความตระหนักในการให้การส่งเสริมและสนับสนุนงานด้านการส่งเสริมการตลาด สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ยังขาดความสามารถในการสื่อสาร ทั้งการพูดและการเขียน มีงบประมาณมีจำกัด บุคลากรจากหน่วยงานในท้องถิ่นส่วนใหญ่ก็ยังขาดความรู้ในเรื่องการส่งเสริมการตลาด การขาดงานการวิจัย และงานเชิงวิชาการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของที่พักแบบสัปดาห์สัปดาห์วัฒนธรรมชนบทในเขตอีสานใต้ ขาดหน่วยงานกลางในระดับพื้นที่ที่จะช่วยในการส่งเสริมงานด้านการส่งเสริมการตลาดให้กับกลุ่มโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน ส่วนใหญ่ไม่รู้จักระไม่เข้าถึงลักษณะที่แท้จริงของคำว่า “โฮมสเตย์” ในประเทศไทย และไม่เคยได้รับข้อมูลจากการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์

ดังนั้น กลยุทธ์ที่สำคัญที่จะส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัปดาห์สัปดาห์วัฒนธรรมชนบทในเขตอีสานใต้ สามารถลำดับไปเป็นข้อรายละเอียดดังนี้

1. กลยุทธ์การจัดตั้งหน่วยงานกลางด้านการส่งเสริมการตลาดของที่พักแบบสัปดาห์สัปดาห์วัฒนธรรมของเขตอีสานใต้
2. กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรด้านความรู้ความตระหนักในการส่งเสริมการตลาดของที่พักแบบสัปดาห์สัปดาห์วัฒนธรรมชนบท
3. กลยุทธ์การพัฒนางานด้านระบบสารสนเทศของที่พักแบบสัปดาห์สัปดาห์วัฒนธรรมชนบทสำหรับชุมชนหรือกลุ่มผู้บริหารจัดการ โฮมสเตย์และสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน
4. กลยุทธ์การนำเรื่องของการท่องเที่ยวหรือเรื่องที่พักแบบสัปดาห์สัปดาห์วัฒนธรรมชนบทเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนหรือหลักสูตรของโรงเรียนและสถาบันการศึกษาทั้งในท้องถิ่นและทั่วไป

กฤษณิยา ศังขจันทรานนท์, สฤณีชัย ชีระธำรงค์, ชีระยุทธ เฉื่อยฉ่ำ, พิภพทอง อันมัย และภาสกร คอนพุดชา (2550, บทคัดย่อ) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัยในอีสานใต้ การท่องเที่ยวแบบผจญภัยเป็นหนึ่งในสินค้าท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ เพื่อตอบสนองนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น

ในการศึกษานี้พบว่า ในอีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัยทั้งหมด 7 แห่ง และมีกิจกรรมการผจญภัยทั้งหมด 5 กิจกรรมด้วยกัน และในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการ

ผจญภัยดังต่อไปนี้ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา มีกิจกรรมผจญภัย 5 กิจกรรม คือ การเดินป่า, การล่องแก่ง, การพายเรือแคนู/ เรือคายัค, การขี่จักรยานเสือภูเขา และการปีนหน้าผา/ ไรด์ตัว รองลงมา คือ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ จังหวัดอุบลราชธานี มีกิจกรรมการผจญภัย 3 กิจกรรม คือ การพายเรือแคนู/ เรือคายัค, การขี่จักรยานเสือภูเขา และการปีนหน้าผา/ ไรด์ตัว ถัดมาคือ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี และหน่วยพิทักษ์ป่าละเลิงร้อยรู จังหวัดบุรีรัมย์ มีกิจกรรมการผจญภัย 2 กิจกรรมเท่านั้น คือ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม มีกิจกรรมการผจญภัย คือ การขี่จักรยานเสือภูเขา และการปีนหน้าผา/ ไรด์ตัว ส่วนหน่วยพิทักษ์ป่าละเลิงร้อยรู มีกิจกรรมการผจญภัย คือ การเดินป่าและการขี่จักรยานเสือภูเขา สุดท้ายคือ อุทยานแห่งชาติจางอง-นายอย จังหวัดอุบลราชธานี อุทยานแห่งชาติไทยทอง จังหวัดชัยภูมิ และโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ป่าเขาภูหลวง จังหวัดนครราชสีมา มีกิจกรรมการผจญภัยเพียงอย่างเดียว คือ อุทยานแห่งชาติจางอง-นายอย และอุทยานแห่งชาติไทรทอง มีกิจกรรมการผจญภัยที่เหมือนกัน คือ การปีนหน้าผา/ไรด์ตัว ส่วนโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ป่าเขาภูหลวง มีกิจกรรมการผจญภัย คือ การขี่จักรยานเสือภูเขา และมีแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์ที่มุ่งเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอยู่ 5 ยุทธศาสตร์ คือ 1) จัดหาอุปกรณ์ในการจัดกิจกรรมของการท่องเที่ยวแบบผจญภัยให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) สนับสนุนการผลิตบุคลากรผู้เชี่ยวชาญของแต่ละกิจกรรมของการท่องเที่ยวแบบผจญภัยให้มากขึ้น 3) พัฒนาระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก ให้มีศักยภาพ 4) ส่งเสริมให้มีการร่วมมือกันทำตลาดแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน 5) ส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัยให้มากยิ่งขึ้นและต่อเนื่อง

บนินฐา สุริยะ, พรทิพย์ รอดพัน, ศรินทร เอียบศิริเมธี (2550, บทคัดย่อ) ระบบขนส่งสาธารณะและสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยว การศึกษาเรื่อง ระบบขนส่งสาธารณะและสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา และการสำรวจภาคสนาม เกี่ยวกับระบบขนส่งสาธารณะและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เพื่อการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระบบขนส่งสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ 2) เพื่อศึกษาระบบขนส่งสาธารณะทางบกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ 3) เพื่อศึกษาระบบขนส่งสาธารณะทางอากาศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ 4) เพื่อศึกษาระบบสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ และ 5) เพื่อศึกษายุทธศาสตร์ที่มุ่งเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ คือ การสังเกต การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อการใช้ระบบขนส่งสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอด้วยการพรรณนา ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ซึ่งได้เลือกใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผลการศึกษา สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้ ระบบการขนส่งสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ มีระบบการขนส่งสาธารณะเพื่อการเดินทางทั่วไป และระบบการขนส่งสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบ คือ ระบบขนส่งสาธารณะทางบก โดยรถประจำทางและไม่ประจำทาง ระบบขนส่งสาธารณะทางราง โดยรถไฟและระบบขนส่งสาธารณะทางอากาศโดยเครื่องบิน โดยมีลักษณะการเชื่อมโยงของเครือข่ายการขนส่งสาธารณะทั้ง 3 รูปแบบ แต่ยังไม่สามารถตอบสนองการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ คือ การเดินทางโดยรถไฟสาธารณะ เมื่อถึงสถานีปลายทางนักท่องเที่ยวต้องเดินทางต่อโดยระบบขนส่งอื่น ๆ ที่เป็นระบบขนส่งสาธารณะที่ไม่ประจำเส้นทาง หรือการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางก็ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยตรง เนื่องจากจุดในการเข้า-ออกจากสถานีขนส่งต่าง ๆ เป็นจุดหลักหรือจุดใหญ่ที่นักท่องเที่ยวต้องทำการเดินทางต่อด้วยเท้าหรือรถรับจ้างไม่ประจำทางประเภทอื่น ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวโดยระบบขนส่งสาธารณะ ประกอบกับยานพาหนะที่เป็นองค์ประกอบหลักในการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะทางบก โดยรถโดยสาร บางเส้นทางโดยเฉพาะรถบริการท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว มีสภาพรถที่ไม่เหมาะสมกับการเดินทางท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางเดินทางของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง นักท่องเที่ยวต้องใช้บริการขนส่งสาธารณะไม่ประจำทาง เช่น รถเมย์ รถสามล้อเครื่อง หรือรถมอเตอร์ไซค์รับจ้าง หรือการเดินทางโดยรถโดยสารประจำอำเภอ และเดินทางต่อด้วยรถรับจ้างทั่วไป

ระบบสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดอีสานใต้พบว่า โดยภาพรวมของระบบสาธารณูปโภคในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว มีเพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งก็สอดคล้องกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มากถึงร้อยละ 35 แสดงว่าระบบสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ มีระดับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ดี ถ้าแยกประเภทจะพบว่าระบบโทรศัพท์สาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอแต่นักท่องเที่ยวไม่นิยมใช้บริการ อาจจะเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีโทรศัพท์มือถือใช้ ซึ่งมีความสะดวกมากกว่า และระบบสัญญาณของแต่ละค่ายก็มีการพัฒนาเครือข่ายครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศมากขึ้น

ดังนั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ควรมีการปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะให้สามารถเชื่อมโยงกันได้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว โดยมีรถสาธารณะให้บริการที่มากพอ และพัฒนาเส้นทางให้เกิดการเชื่อมโยงกันได้มากขึ้น

การพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านนั้นมี 3 จุด ที่สามารถเชื่อมโยงได้ คือ ชายแดนช่องสะง่า จังหวัดศรีสะเกษ ตลาดการค้าช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ และด่านช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี จุดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งสามไปยังประเทศเพื่อนบ้านนั้น หากได้รับการพัฒนาด้านเส้นทางให้เป็นเส้นทางลาดยางได้ตลอดเส้นทาง จะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้บริการเส้นทางนี้มากขึ้น เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าการเดินทางโดยเครื่องบิน นอกจากนี้ การพัฒนาบริเวณโดยรอบ ให้สะอาดและเป็นระเบียบ พัฒนาทางด้านความปลอดภัยในระหว่างการเดินทาง จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจมากขึ้นในการเดินทางผ่านทางช่องทางนี้ และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ ระเบียบการเข้า-ออกชายแดนมากขึ้น

ปรีชา ปาโนรัมย์ และชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์ (2550, บทคัดย่อ) การศึกษากลยุทธ์ทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเขตอีสานตอนใต้ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อทราบถึงสภาพทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในปัจจุบัน 2) เพื่อทราบถึงกลยุทธ์ในการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาแนวทางและยุทธศาสตร์ที่พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผู้วิจัยได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อสำรวจข้อมูลในการทำวิจัย 6 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ได้แก่ 1) โรงแรม 2) โฮมสเตย์ 3) รีสอร์ท 4) บริษัทนำเที่ยว 5) ร้านขายของที่ระลึก และ 6) ร้านอาหาร ใน 6 จังหวัด (นครราชสีมา, บุรีรัมย์, สุรินทร์, ศรีสะเกษ, อุบลราชธานี และชัยภูมิ) กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจนั้นมีจำนวนทั้งหมด 500 คน ผลการศึกษาพบว่า คำถามการวิจัยข้อ 1 สภาพทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร จากการเก็บข้อมูลพบว่า สภาพทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจะแตกต่างกันในด้านสถานที่ กล่าวคือ เป็นเมืองเศรษฐกิจดีหรือไม่ เมืองเศรษฐกิจดีนั้น ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอุบลราชธานี โดยที่ทั้งสองเมืองค่อนข้างจะมีราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวบางชนิดสูง เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ แต่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวชนิดอื่นจะมีราคาที่เหมือน ๆ กัน กล่าวคือ ผ้าไหม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว คำถามการวิจัยข้อที่ 2 กลยุทธ์ทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร ซึ่งในคำถามข้อนี้ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นของการศึกษาเอาไว้ 2 รูปแบบ กล่าวคือ รูปแบบที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ในการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นอย่างไร จากการศึกษาพบว่าปัจจัยภายในที่มีอิทธิพล ได้แก่ ต้นทุนการผลิต และภาพลักษณ์ของกิจการ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการตั้งราคาที่เจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกมากที่สุดก็คือ มุ่งรายได้ มุ่งกำไร มุ่งด้านสังคม และมุ่งสร้างภาพลักษณ์ การคาดคะเนอุปสงค์นั้นส่วนใหญ่จะไม่ค่อย ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทำการสำรวจอุปสงค์ก่อนที่จะดำเนินกิจการ ส่วนความไวของราคาที่มีต่อผู้บริโภคนั้น ส่วนมากจะมองตรงกันทั้งหมด คือ เมื่อตั้งราคาขึ้นมาแล้ว ราคาสินค้าที่ตั้งนั้น จะมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของผู้ซื้อมากที่สุด ในรูปแบบที่ 2 กลยุทธ์เชิงราคาของแต่ละผลิตภัณฑ์นั้น ส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะเลือกใช้กลยุทธ์ราคาโดยมีรายละเอียดดังนี้ ด้านนโยบายการตั้งราคาดังนั้น เลือกใช้การตั้งราคาแบบราคาเดียวหรือตั้งราคาแบบหลายระดับ ณ ระดับราคาตลาด เพราะ จะเกิดประโยชน์มากต่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ และส่วนที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการเลือกใช้บริการ ของลูกค้าก็ได้แก่ การให้บริการ ในด้านการเลือกตั้งราคาแบบราคาเดียวหรือตั้งราคาแบบหลายระดับ ซึ่งขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ดังนี้ คือ ช่วงโปรโมตสินค้าใหม่ ฤดูกาล เศรษฐกิจ ในด้านกลยุทธ์การตั้งราคา ตามสายผลิตภัณฑ์นั้น เจ้าของผลิตภัณฑ์จะเลือกการตั้งราคาในรูปแบบที่แตกต่างกันด้านขนาด ในด้านการตั้งราคาตามแนวภูมิศาสตร์ เจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกใช้กลยุทธ์หลายอย่าง ได้แก่ การตั้งราคาตามเขต การตั้งราคาจากจุดฐานที่กำหนด ในด้านการให้ส่วนลดนั้นเจ้าของผลิตภัณฑ์มีการให้ ส่วนลดตามฤดูกาล และส่วนลดทางด้านการค้ามากที่สุด การตั้งราคาสำหรับสินค้าใหม่ช่วงเจ้าของ ผลิตภัณฑ์มักจะเลือกการตั้งราคาในระดับที่ต่ำกว่าตลาดเพื่อเจาะตลาด ในด้านการตั้งราคาสำหรับ สินค้าที่เสื่อมความนิยม เจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกใช้การตั้งราคาตามระยะเวลาการใช้งานของ ผลิตภัณฑ์ หรือสภาพของผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจเลือกราคาขั้นสุดท้าย กลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์ เลือกใช้วิธีการตั้งราคาโดยคู่มือทางนโยบายของบริษัทเป็นหลัก

ส่วนแนวทางในการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านนั้น ควรมีดังนี้ คือ 1) สร้างเครือข่าย การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในลักษณะของทัวร์ 2) ให้องค์กรราชการ โดยเฉพาะททท. ทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมประสานหลัก 3) ควรมีกองทุนสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น มีการจัดอบรม ประชุมหรือจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อประชุมวางแผนหรือกำหนด นโยบายต่าง ๆ 4) ในจังหวัดบุรีรัมย์นั้นควรมีการเปิดทำการค้ากับประเทศกัมพูชา ที่บ้านสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จึงจะสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านได้

ทิศในวรรณ ควงมาลา, สदनทรี ปัญญาพงษ์ และวิมลศิลป์ ปรุ้งชัยภูมิ (2550, บทคัดย่อ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ การศึกษาวิจัย ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบปัญหาและอุปสรรคของรูปแบบการส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ได้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการ

ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้แนวทางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ขอบเขตของการวิจัย คณะผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ทำการวิจัยในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ จำนวน 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอุบลราชธานี ขอบเขตของประชากรได้ทำการศึกษา ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณดังนี้ 1) เชิงคุณภาพ ได้แก่ บุคคลสำคัญของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผู้รับผิดชอบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) เครื่องมือเชิงคุณภาพใช้แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) เพื่อใช้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลสถานการณ์การส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ และปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวโดยการบันทึกข้อมูลภาคสนาม 2) เครื่องมือเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการตลาดการท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ข้อมูลเอกสาร และข้อมูลทุติยภูมิอื่น ๆ โดยนำเสนอข้อมูลในรูปพรรณนา แผนภูมิ แผนภาพ ตาราง เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) 2) การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อเสนอค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายและเปรียบเทียบข้อมูล

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันนั้น โดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการโฆษณา เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ การประชาสัมพันธ์ จะเป็นการที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดให้มีการแถลงข่าว หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของทางจังหวัด ได้จัดขึ้น การส่งเสริมการขายและการขายโดยพนักงานจะมีการใช้น้อยมากเพราะแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการ ในส่วนปัญหา อุปสรรค ของการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คือ หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวมีหลายหน่วยงานทำให้ขาดการประสานงานที่ดี ความไม่พร้อมและขาดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว การที่ไม่มีความต่อเนื่องในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว แม้กระทั่งชุมชนในท้องถิ่นไม่มีความรู้ความสามารถในการช่วยกันส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ขาดบุคลากรในหน่วยงาน และงบประมาณไม่เพียงพอ กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นรูปแบบการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเข้ามาท่องเที่ยว โดยเรียงจากมากไปน้อย คือ 1) การโฆษณา 2) การประชาสัมพันธ์ 3) การส่งเสริมการขาย และ 4) การขายโดยพนักงาน แนวทางยุทธศาสตร์ที่พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน สามารถดำเนินการเป็นผลสำเร็จนั้น รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริม โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ที่มีความพร้อมด้านบริการและกิจกรรมต่าง ๆ รองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรใช้ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาที่แม้จะใช้ระยะเวลาพอสมควร แต่ก็ไม่ต้องทุ่มเทงบประมาณจำนวนมาก ทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ในที่สุด

การวิจัยในต่างประเทศ

Hinch and Higham (2001) ทำวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวทางการกีฬา กรอบแนวคิดของการวิจัย ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวทางการกีฬา ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวทางการกีฬาได้มีการพัฒนาการเจริญเติบโตเป็นที่น่าสนใจมาในรอบ 2 ทศวรรษ แต่การท่องเที่ยวทางด้านกีฬาในปัจจุบันจะมุ่งเน้นไปยังความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นไปยังองค์ประกอบของโครงสร้างของการกล่าวถึง ความคิดรวบยอดของการกีฬาที่มีเนื้อหาในมิติของการท่องเที่ยว ความหมายพื้นฐานของการท่องเที่ยวทางการกีฬาที่รองรับมิติต่าง ๆ เหล่านี้และองค์ประกอบที่รองรับศักยภาพทางสังคมของการท่องเที่ยวทางการกีฬา ในการประกอบกิจกรรมทางการกีฬาที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมีองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบในระดับสูงที่นำไปสู่รูปแบบของการจัดการทางการท่องเที่ยวกีฬา เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลไปยังรูปแบบการจัดดำเนินการของ ลิปเปอร์ (Leiper's System Model) การจัดการในรูปแบบนี้ เป็นขั้นตอนที่สำคัญมากในการตอบคำถามที่ได้ปรากฏออกมา ซึ่งเป็นความสัมพันธ์กันระหว่างองค์ประกอบของมิติการท่องเที่ยวกีฬาของระบบการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ

Kramer, Roth, Schmlidt and Turk (2004) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินความสำเร็จของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการในอุทยานแห่งชาติ เซาร์ แบค ฟอเรส ธรรมชาติของสถานที่ทางการกีฬาเป็นความต้องการทางโครงสร้างพื้นฐานและเป็นความต้องการที่ส่งผลกระทบของการจัดกิจกรรมทางการกีฬาที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของธรรมชาติและสถานที่ตั้งตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ สิ่งนี้เป็นความยั่งยืนในการวิเคราะห์ที่มีการประเมินความสำคัญของการท่องเที่ยวทางการกีฬา อย่างไรก็ตามการจัดการบริการแบบใหม่และวิธีการวางแผนสำหรับการจัดสรรพื้นที่ทางการท่องเที่ยวกีฬาเป็นสิ่งสำคัญ ที่เป็นลักษณะเฉพาะทางการบริหารทางนิเวศวิทยา

ส่งผลกระทบต่อและเป็นบทสรุปที่เป็นจุดมุ่งหมายในการประเมิน โครงการในการวัดผลกระทบที่เกิดขึ้น มีองค์ประกอบของการจัดกิจกรรมที่จะเป็นกุญแจสำคัญในการบริหารจัดการทาง การท่องเที่ยว ใน การวางแผนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารจัดการที่เป็นระบบที่เป็นขั้นตอน (ระดับ) การใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการใช้ระบบการนำทาง (GIS) เพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในความหมายของ ระบบการจัดการบริหารสถานที่ท่องเที่ยวทางการกีฬา (Sport Area Management System: SAMS) ที่ใช้บริหารจัดการความเป็นไป ได้ในบริบทของการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนในการบริหารจัดการของสถานที่ประกอบกิจกรรม ประกอบด้วย การวางแผน การบริหารจัดการนักท่องเที่ยว ระบบการขนส่ง และการใช้เทคโนโลยี

Shock and Chelladurai (2008) ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพของการบริหาร ลำดับขั้น ของการจัดการและความสำคัญ ส่งผลมายังการจัดการการท่องเที่ยวทางการกีฬา ซึ่งจุดมุ่งหมาย ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นลักษณะของความคิดรวบยอดของกระบวนการท่องเที่ยวทางการกีฬา ซึ่งมีผลกระทบทางลำดับขั้นของการท่องเที่ยวและส่งผลมายังการกีฬา โดยตรงต่อคุณภาพของ การจัดการการท่องเที่ยวทางการกีฬา มีลำดับดังนี้ 1) ในด้านการบริหารประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม ผลกระทบที่เกิดขึ้นและคุณค่าขององค์ประกอบ ซึ่งมี ผลการดำเนินการ สนามกีฬาและ โรงแรม 2) คุณค่าของการจัดการการท่องเที่ยวทางการกีฬา ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม ผลกระทบที่เกิดขึ้น และคุณค่าขององค์ ประกอบ ซึ่งมีผล การดำเนินการ สนามกีฬาและ โรงแรม 3) คุณภาพของ สถานที่จัดการและดำเนิน การทางการท่องเที่ยวและกีฬา ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม ผลกระทบ ที่เกิดขึ้นและคุณค่าขององค์ ประกอบ ซึ่งมี ผลการดำเนินการ สนามกีฬาและ โรงแรม 4) การดำเนินการจัดการทางการท่องเที่ยวและกีฬา ประกอบด้วย การจัดการทางการท่องเที่ยว และกีฬาและผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ในจุดมุ่งหมายของคุณภาพการบริหารการท่องเที่ยวทางการกีฬา ใน 4 มิติ เป็นการจัดการองค์ประกอบการท่องเที่ยวทางการกีฬา ซึ่งจะใช้เนื้อหา ของการบริหาร จัดการที่มีคุณภาพอย่างดีที่สุดสำหรับการดำเนินการทาง ด้านการท่องเที่ยวกีฬา

Kennelly, Toohey and Zakus (2008) ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการองค์กรของการกีฬา ระหว่างประเทศออสเตรเลียและการท่องเที่ยวทางการกีฬา ทำไมจึงจำเป็นต้องจัดบริหารองค์กร เป็นลักษณะเฉพาะ ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการผสมผสานกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผลที่ติดตามมาของ ความสัมพันธ์ระหว่าง การบริหารองค์กรทางการท่องเที่ยวทางการกีฬาของประเทศออสเตรเลีย 4 ปรการ (Four Australian National Sport Organizations: NSOs) หลักของการขายแพคเกจทัวร์ ในการเข้าชมกีฬา ซึ่งในการบริหารจัดการเป็นสิ่งที่จำเป็นในการรองรับการดำเนินการนี้ ขณะที่ การบริหารจัดการทางการเงิน เป็นลักษณะเฉพาะที่สำคัญทางด้านการท่องเที่ยวทางการกีฬา การวิเคราะห์นี้มุ่งเน้นถึงการศึกษาผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการจัดบริหารทางการท่องเที่ยวกีฬา

ซึ่งการจัดการบริหารนี้จะต้องมียุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางการกีฬา จะต้องมีส่วนที่เกี่ยวข้องภายในประเทศและในระดับนานาชาติ ซึ่งการวิจัยนี้ให้ความสำคัญยังการเพิ่มศักยภาพทางการจัดการบริหารองค์กรทางการกีฬาของรัฐบาลที่จะต้องดำเนินการรองรับในการเป็นเจ้าภาพสำหรับการจัดดำเนินการที่เป็นระบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางการกีฬา

Eduardo, Rosa, Angle and Angle (2010) การกีฬาและการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ศักยภาพของความสัมพันธ์ในการเชื่อมั่นของสถานที่จอดเรือในเทนเนอริฟ ในการศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นไปยังการจัดสถานที่ทางการกีฬาและการท่องเที่ยว นำไปสู่การศึกษาในสถานที่ที่จอดเรือของนักท่องเที่ยวในเทนเนอริฟ ประเทศสเปนใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการดำเนินการ ซึ่งสถานที่จอดเรือทางน้ำนั้นมีลักษณะของความแตกต่างกัน 7 ประเภท เป็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางการกีฬาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่ส่งผลโดยตรงกับการท่องเที่ยวทางการกีฬาในประเทศสเปน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ามีผลกระทบสูงหากมีการบริหารจัดการไม่ดีพอ จะได้รับความเชื่อมั่นใน 3 ระดับ ได้แก่ 1) ในระดับการปฏิบัติการทางการกีฬาและการท่องเที่ยวซึ่งมีผลกระทบต่อพื้นที่ทางด้านสภาพสิ่งแวดล้อมและกายภาพทางด้านภูมิศาสตร์ในสถานที่จอดเรือ 2) ระดับของผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ก่อให้เกิดความแตกต่างที่เป็นลักษณะเฉพาะของสังคมผู้จอดเรือที่ทำการผลเล่นเรือ 3) ในระดับของการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อเนื่องในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีลักษณะ เฉพาะทางการกีฬาเล่นเรือ การวิจัยในครั้งนี้เน้น ไปยังการให้ความสำคัญในจิตใจของผู้นำเที่ยวเพื่อเป็นการจัดการบริการการท่องเที่ยวทางการกีฬาที่มีภาพพจน์ของการท่องเที่ยว อาทิเช่น การสร้างภาพพจน์ที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ส่งผ่านภาพพจน์ในการบอกเล่าปากต่อปาก ส่งต่อการรับรู้โดยตรงในหมู่นักท่องเที่ยวเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในการบริหารจัดการโดยตรง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จอดเรือในสถานที่จอดเรือของนักท่องเที่ยว สามารถสร้างรายได้ และผู้ให้บริการก็ยินดีที่จะจ่ายในค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีและรายได้ที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการนำนักท่องเที่ยวทางการกีฬามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาและสำรวจข้อมูลเบื้องต้น

การศึกษาสำรวจข้อมูลเบื้องต้น โดยการศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยและรายงานที่เกี่ยวข้องกับหลักการ แนวคิดการบริหารจัดการองค์การหลักการทรัพยากรในการบริหาร กำหนดกรอบความคิดของงานวิจัยเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเป็นแบบสอบถามการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแล้วนำมาวิเคราะห์ในประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสนทนากลุ่ม

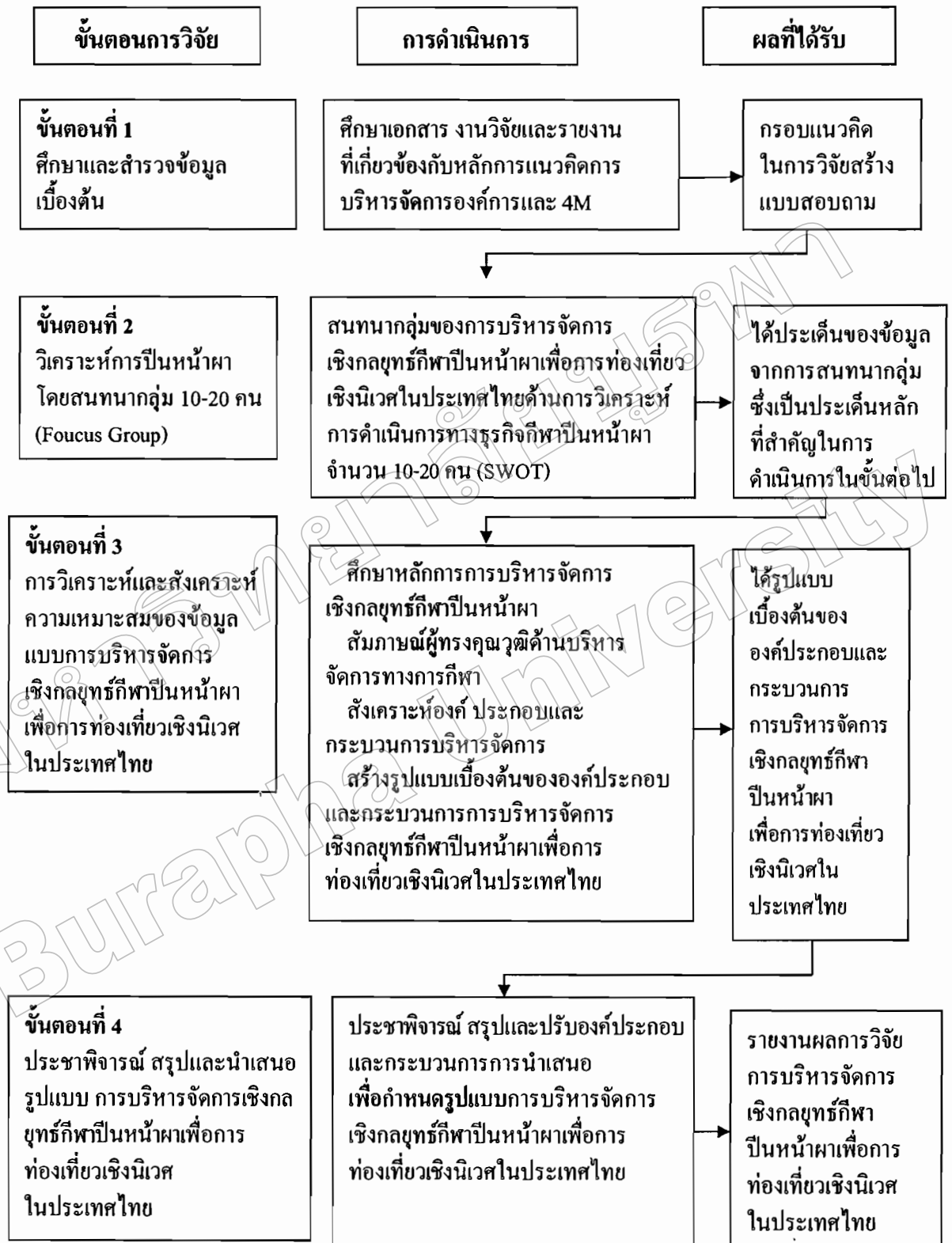
สนทนากลุ่มด้านการวิเคราะห์การดำเนินงาน (ยุทธศาสตร์) ใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นฐานวิเคราะห์การบริหารจัดการเชิงธุรกิจกีฬาเป็นหน้าผาจากประสบการณ์ของผู้ร่วมสนทนา

ขั้นตอนที่ 3 สร้างรูปแบบเบื้องต้นขององค์ประกอบและกระบวนการการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ศึกษาหลักทฤษฎีของการบริหารจัดการทางการกีฬาเป็นหน้าผา สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านบริหารจัดการทางการกีฬา นำมาสังเคราะห์องค์ประกอบและกระบวนการด้านการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย นำข้อมูลที่ได้มาสร้างรูปแบบเบื้องต้นขององค์ประกอบและกระบวนการการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 4 ประชาพิจารณ์การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ปรับรูปแบบและกระบวนการในการกำหนดรูปแบบในขั้นตอนสุดท้ายเพื่อนำไปรายงานผลวิจัยและนำไปใช้ต่อไป

การประชาพิจารณ์ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย นำข้อมูลที่ได้จากการประชาพิจารณ์มาปรับองค์ประกอบและกระบวนการเพื่อนำไปกำหนดรูปแบบในขั้นตอนสุดท้ายก่อนที่จะนำรูปแบบที่ได้ไปรายงานผลการวิจัยเพื่อนำไปใช้ต่อไป



ภาพที่ 15 แสดงขั้นตอนการวิจัย การดำเนินการและผลที่ได้รับแต่ละขั้นตอน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ

1. การสร้างแบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬา ปีนหน้าผา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการและการบริหารจัดการของ Bridges and Roquemore (2001) ในหลักการ โครงสร้างหน้าที่การบริหารจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การปฏิบัติการและการควบคุม และใช้หลักการหลักการทรัพยากรในการบริหาร ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ และการจัดการ นำมาสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาสรุปประเด็นและสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยเพื่อสรุปและปรับปรุงประกอบ เพื่อกำหนดรูปแบบที่ใช้ในการปรับปรุง แก้ไข ตัดทอน เพิ่มเติมสำนวนภาษาในแต่ละประเด็นเพื่อนำไปใช้ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจาก ผู้ใช้บริการ จำนวน 50 คน ผู้นำเส้นทาง จำนวน 50 คน ผู้ประกอบการ จำนวน 20 คนและบุคคลที่เกี่ยวข้อง จำนวน 20 คน รวมทั้งสิ้น 140 คน โดยการนำส่งแบบสอบถามถึงกลุ่มตัวอย่าง เก็บรวบรวมด้วยตนเองและทางไปรษณีย์ และทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการกีฬาปีนหน้าผา จำนวน 7 คน ซึ่งทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

2. ประชุมสัมมนากลุ่ม (Focus Group) สนทนากลุ่มเพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการดำเนินงานตามกลยุทธ์ (ยุทธศาสตร์) โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเป็นฐานข้อมูล วิเคราะห์การดำเนินการจากประสบการณ์ของผู้ร่วมสนทนา จำนวน 9 คน (SWOT) ได้ประเด็นหลักสำคัญในการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

3. สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านบริหารจัดการทางการกีฬา จำนวน 3 คน สังกะระหังองค์ประกอบกระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

4. ดำเนินการจัดเวทีทำการประชาพิจารณ์เพื่อทำการวิพากษ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 17 คน เพื่อให้ได้ข้อสรุป ปรับองค์ประกอบและกระบวนการรวมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติมได้รูปแบบของกระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เพื่อกำนำไปใช้บันทึกผลสรุปของการประชาพิจารณ์ไว้ในรายงานการวิจัย

5. นำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยฉบับสมบูรณ์ ที่ผ่านการประชาพิจารณ์ในรูปแบบของการรายงานผลการวิจัยเพื่อเผยแพร่และนำไปใช้ได้กับผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไป อาทิเช่น ผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผาในทุกภาคของประเทศไทย ผู้นำเส้นทางหรือมัคคุเทศก์ของกีฬาป็นหน้าผา นักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาค เอกชนเพื่อกำนำไปใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้สถิติและขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ศึกษาเอกสารเพื่อที่จะสรุปประมวลประเด็นที่เกี่ยวกับผู้วิจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย แล้วนำมาสร้างเป็นข้อคำถามและแบบปลายเปิดเพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

2. ตรวจสอบความถูกต้องของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและการประชาพิจารณ์ นำมาปรับปรุงองค์ประกอบและกระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เพื่อกำหนดเป็นรูปแบบที่สมบูรณ์ที่จะนำไปใช้ได้

4. บันทึกผลการประชุมสัมมนาผู้ทรงคุณวุฒิในการวิพากษ์และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เป็นข้อมูลในรายงานการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางและความเรียงตามลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

วิเคราะห์สภาพและปัญหาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ประกอบด้วย

1. ผลการวิเคราะห์สภาพการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จากแบบสอบถาม

2. ผลการวิเคราะห์ปัญหาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จากแบบสอบถาม

3. ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผา จำนวน 7 คน

4. นำผลการวิเคราะห์สภาพการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ทั้งจากผลที่ได้จากแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผาจำนวน 7 คน ไปสังเคราะห์ ได้ประเด็นหลักในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

สนทนากลุ่มประเด็นหลักด้านการวิเคราะห์การดำเนินงาน (ยุทธศาสตร์) โดยใช้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 (แบบสอบถามและการสัมภาษณ์) เป็นฐานข้อมูลดังนี้

1. ทำการสนทนากลุ่มโดยผู้ทรงคุณวุฒิทางกีฬาป็นหน้าผา จำนวน 9 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาจากประสบการณ์ของผู้ร่วมสนทนา

2. นำผลที่ได้รับไปผ่านความเห็นชอบและชี้แนะจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับกีฬาป็นหน้าผา จำนวน 3 คน และนำผลที่ได้รับมาสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 3 ประชาพิจารณ์เพื่อจัดเวทีวิพากษ์การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ปรับรูปแบบและกระบวนการในการกำหนดรูปแบบในขั้นตอนสุดท้ายเพื่อนำไปรายงานผลวิจัยและนำไปใช้ต่อไป

1. ทำการประชาพิจารณ์เพื่อจัดเวทีวิพากษ์ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ จำนวน 17 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและแนวโน้มความเป็นไปได้ของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

2. ผลของการวิพากษ์ข้อมูลจากการประชาพิจารณ์ ที่ตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบก่อให้เกิดเป็นรูปแบบที่เหมาะสมของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย นำรูปแบบนี้ไปสรุปและอภิปรายผลเอกสารงานวิจัยตีพิมพ์ เพื่อเผยแพร่และนำไปใช้ต่อไป

ผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพและปัญหาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ประกอบด้วย

1. ผลการวิเคราะห์สภาพการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและประชากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเป็นหน้าผา (N = 140 คน)

ข้อความ	จำนวน (140 คน)	ร้อยละ
1. สถานภาพของผู้ตอบ		
1.1 ผู้ใช้บริการ/ นักกีฬาเป็นหน้าผา	50	35.71
1.2 ผู้ให้บริการกีฬาเป็นหน้าผา(ไกด์/ ผู้นำเส้นทาง)	50	35.71
1.3 ผู้บริหารจัดการกีฬาเป็นหน้าผา/ ผู้ประกอบการ	20	14.29
1.4 ผู้แทนหน่วยงานรัฐที่ดูแลควบคุมการให้บริการกีฬาเป็นหน้าผา	20	14.29
1.5 อื่น ๆ	0	0.00

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ข้อความ	จำนวน (140 คน)	ร้อยละ
2. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาปีนหน้าผา		
2.1 น้อยกว่า 1 ปี	22	15.71
2.2 1 - 5 ปี	55	39.29
2.3 6 - 10 ปี	30	21.43
2.4 11 - 15 ปี	23	16.43
2.5 16 - 20 ปี	9	6.43
มากกว่า 20 ปี	1	0.71

จากตารางที่ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาปีนหน้าผาดังนี้

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ให้บริการ/ นักกีฬาปีนหน้าผา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 เป็นผู้ให้บริการกีฬาปีนหน้าผา (ไกด์/ ผู้นำเส้นทาง) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 เป็นผู้บริหารจัดการกีฬาปีนหน้าผา/ ผู้ประกอบการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 เป็นผู้แทนหน่วยงานรัฐที่ดูแลควบคุมการให้บริการกีฬาปีนหน้าผา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29

มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาปีนหน้าผาน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 15.71 มีประสบการณ์ 1 - 5 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 39.29 มีประสบการณ์ 6 - 10 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 มีประสบการณ์ 11 - 15 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 16.43 มีประสบการณ์ 16 - 20 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.43 มีประสบการณ์มากกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.71

ตารางที่ 6 แสดงผล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสภาพที่เป็นจริงด้านการวางแผน
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
($N = 140$ คน)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ วางแผน	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ทรัพยากรบุคคล												
1	การวางแผนอัตรากำลังของหน่วยงานระยะ 3 ปี	2.90	0.93	3.26	1.04	3.25	0.91	3.15	1.18	3.11	1.01	ปานกลาง
2	กำหนดอัตรากำลังของหน่วยงานปัจจุบัน	2.98	0.84	3.16	0.84	3.35	0.87	3.50	0.82	3.17	0.85	ปานกลาง
3	การวางแผนบรรจุบุคลากรเข้าทำงาน	2.70	0.93	3.08	1.12	3.05	0.88	3.30	1.08	2.97	1.03	ปานกลาง
4	การวางแผนการปฐมนิเทศ	2.44	0.86	3.20	0.96	2.85	0.58	2.35	0.93	2.75	0.94	ปานกลาง
5	การวางแผนการพัฒนาบุคลากร	2.74	0.85	3.56	1.05	3.90	1.16	3.45	0.99	3.30	1.07	ปานกลาง
6	การวางแผนเสริมสร้างสวัสดิการ	2.38	1.04	3.18	1.11	3.50	1.05	2.75	1.25	2.87	1.17	ปานกลาง
7	การวางแผนเสริมสร้างความก้าวหน้าของบุคคล	2.64	0.85	3.54	0.83	4.05	0.99	3.25	1.20	3.25	1.04	ปานกลาง
8	มีแผนระบบการประเมินบุคลากร	3.08	1.02	3.12	0.98	3.30	0.65	2.90	0.96	3.10	0.95	ปานกลาง
รวม		2.73	0.91	3.26	0.99	3.40	0.88	3.08	1.05	3.11	0.95	ปานกลาง
งบประมาณหรือทุน												
9	การวางแผนการได้มาของงบประมาณ	2.86	1.08	3.16	1.11	3.35	1.08	2.90	1.25	3.04	1.12	ปานกลาง
10	การวางแผนการใช้งบประมาณ	2.94	0.99	3.28	0.96	3.60	1.04	2.80	1.15	3.13	1.04	ปานกลาง
11	การวางแผนจัดทำระบบบัญชีการเงิน	2.96	0.75	3.54	0.97	3.45	0.88	3.25	0.78	3.27	0.89	ปานกลาง
12	การเตรียมทุนสำรองในยามฉุกเฉิน	2.74	1.08	3.24	1.09	3.15	0.87	2.95	0.94	3.00	1.05	ปานกลาง
13	การวางแผนรองรับสภาพความเสี่ยงทางการเงิน	3.08	1.02	3.38	1.08	3.40	1.40	3.00	1.12	3.22	1.06	ปานกลาง
รวม		2.91	0.98	3.32	1.04	3.39	1.05	2.98	1.04	3.15	1.02	ปานกลาง
เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่												
14	มีการวางแผนและจัดหาวัสดุอุปกรณ์เป็นหน้าผา อย่างเหมาะสม	3.38	1.19	3.96	0.83	4.05	1.05	3.85	0.93	3.75	1.04	มาก
15	กำหนดตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการ กีฬาป็นหน้าผา	2.74	0.96	3.52	0.90	3.55	0.75	3.70	1.08	3.27	1.06	ปานกลาง
16	การวางแผนเสริมสร้างระบบการบริการด้าน เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ และสถานที่	3.04	1.00	3.68	1.05	4.10	0.55	3.65	0.93	3.50	1.02	มาก
17	มีแผนการเตรียมการหลักเปลี่ยนอุปกรณ์ที่ชำรุด	3.18	1.00	3.94	0.97	4.45	0.66	3.85	0.81	3.75	1.01	มาก
18	สำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาป็นหน้าผา	3.38	1.10	3.70	1.18	3.95	0.82	4.00	0.85	3.66	1.08	มาก
19	มีแผนการด้านสถานที่ในการป็นหน้าผา อย่างปลอดภัย	3.86	1.01	4.20	0.85	4.55	0.51	4.55	0.60	4.17	0.88	มาก
20	มีการวางแผนระยะ 5 ปี และ 10 ปี	2.64	1.08	2.98	1.11	3.70	1.26	2.35	1.13	2.87	1.18	ปานกลาง
รวม		3.17	1.04	3.71	0.98	4.05	0.79	3.05	0.90	3.49	0.92	มาก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
	การจัดการ											
21	มีการวิเคราะห์หน่วยงานเพื่อกำหนดทิศทางของการบริหารงาน	2.66	1.02	3.46	0.83	3.55	0.75	3.35	0.81	3.17	0.96	ปานกลาง
22	มีการกำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์	2.60	0.94	3.20	1.04	3.55	0.75	3.00	0.79	3.00	0.90	ปานกลาง
23	มีการจัดทำแผนที่กลยุทธ์	2.60	1.16	3.42	0.88	3.60	0.86	3.05	0.75	3.10	1.20	ปานกลาง
24	มีการจัดทำดัชนีชี้วัดตามกลยุทธ์และเป้าประสงค์	2.54	1.16	3.16	1.13	3.20	1.05	2.65	1.30	2.87	1.18	ปานกลาง
25	มีการวางแผนการจัดการประจำปี	3.02	1.02	3.20	1.10	3.85	1.13	2.85	1.08	3.17	1.12	ปานกลาง
26	มีการวางแผนการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี	3.22	0.99	3.22	1.13	3.50	1.00	2.60	1.23	3.17	1.09	ปานกลาง
	รวม	2.77	1.04	3.27	1.01	3.54	0.92	2.91	0.99	3.12	0.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 แสดงระดับสภาพที่เป็นจริงในการวางแผนของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่หาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยโดยรวม พบว่า มีสภาพที่เป็นจริงอยู่ในระดับปานกลางในด้านทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุนและด้านการจัดการ ส่วนในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ มีสภาพเป็นจริงอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 7 แสดงผล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสภาพที่เป็นจริงด้านการจัดการ
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ฟ้าป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
($N = 140$ คน)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ การจัดการ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ทรัพยากรบุคคล												
27	การวิเคราะห์ลักษณะงานของบุคลากร	2.58	0.85	3.44	1.01	3.60	0.75	3.55	0.88	3.17	1.00	ปานกลาง
28	การจัดทำคำบรรยายลักษณะงานของบุคคล	2.50	0.90	3.12	0.91	3.20	1.05	2.55	1.05	2.82	0.78	ปานกลาง
29	การจัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงานของบุคคล	2.76	1.02	3.34	0.93	3.75	0.91	3.30	0.80	3.12	1.06	ปานกลาง
30	การจัดทำโครงสร้างหน้าที่ในการดำเนินงาน อย่างชัดเจน	2.76	0.95	3.22	1.09	3.45	0.82	2.75	1.01	3.02	1.02	ปานกลาง
31	การกำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ ในองค์การอย่างชัดเจน	3.12	1.02	3.44	1.03	4.00	1.07	3.45	1.23	3.12	3.40	ปานกลาง
รวม		2.74	0.94	3.33	0.99	3.60	0.92	3.12	0.99	3.19	0.96	ปานกลาง
งบประมาณหรือทุน												
32	การจัดการทรัพยากรฝ่ายงบประมาณมีความเหมาะสม	2.96	0.80	2.86	0.88	3.20	0.76	2.80	0.83	2.93	0.83	ปานกลาง
33	การจัดทำมาตรฐาน คู่มือการปฏิบัติงานด้าน งบประมาณ	2.76	1.07	2.90	1.01	3.10	0.96	2.75	0.96	2.85	1.02	ปานกลาง
34	จัดระบบการดำเนินงานของงบประมาณ มีประสิทธิภาพ	2.76	0.98	3.06	0.95	3.20	0.59	2.90	0.85	2.95	0.95	ปานกลาง
35	มีการบริหารส่วนแบ่งของรายได้หรือ ผลประโยชน์อย่างชัดเจน	2.72	1.03	3.28	1.14	3.70	1.17	2.90	1.20	3.08	1.15	ปานกลาง
36	มีการเฝ้าระวังความเสี่ยงทางการเงิน	2.92	0.89	2.96	1.09	3.75	1.16	2.80	1.10	3.03	1.06	ปานกลาง
37	การติดตามประเมินผลการใช้งบประมาณ	2.86	0.80	3.08	0.98	3.60	0.82	3.20	0.83	3.09	0.90	ปานกลาง
รวม		2.83	0.92	3.02	1.21	3.42	0.91	2.82	0.96	3.02	1.00	ปานกลาง
เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่												
38	การจัดให้มีเครือข่ายสถานประกอบการ ใกล้เคียงให้การช่วยเหลือ	3.12	1.04	3.42	0.97	3.35	0.87	3.25	0.55	3.27	0.93	ปานกลาง
39	การจัดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัย ในการป็นหน้าผาชัดเจน	3.60	1.01	4.12	0.87	4.30	0.73	3.95	0.82	3.93	0.96	มาก
40	การดำเนินการจัดวางอุปกรณ์เป็นระบบ	3.44	1.03	3.76	0.93	3.70	0.57	3.75	0.78	3.63	0.91	มาก
41	มีระบบการนำไปใช้และเรียกเก็บอุปกรณ์คืน	3.26	1.00	3.52	0.90	3.35	0.93	3.40	1.09	3.38	0.97	ปานกลาง
42	มีระบบความปลอดภัยในองค์ความรู้ที่ชัดเจน	3.48	1.16	3.94	0.93	4.02	1.05	3.75	1.16	3.78	1.09	มาก
รวม		3.80	1.04	3.75	0.92	3.77	0.83	3.62	0.88	3.63	0.91	มาก

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ การจัดองค์การ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบกร		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
43	การจัดการ การจัดทำระเบียบ กฎ ที่ชัดเจนในการ ปฏิบัติงานที่เหมาะสมและสอดคล้อง	3.20	1.01	3.66	0.96	4.10	1.02	3.85	0.98	3.58	1.03	มาก
44	มีการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล	3.10	0.83	3.48	0.95	4.00	0.64	3.65	0.93	3.44	0.91	มาก
45	มีการบริหารงานเป็นทีมและแบบมีส่วนร่วม	2.93	0.89	3.68	0.99	4.32	0.74	3.50	1.05	3.47	1.04	มาก
46	การจัดระบบสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ	2.96	1.08	3.58	0.78	3.60	0.82	3.30	1.03	3.32	0.97	ปานกลาง
47	มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการ ทำงาน	3.20	1.12	3.58	0.83	3.90	1.11	3.50	1.05	3.47	1.03	มาก
รวม		3.07	0.98	3.59	0.90	3.99	0.86	3.56	1.00	3.55	0.93	มาก

จากตารางที่ 7 แสดงระดับสภาพที่เป็นจริงในการจัดองค์การของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่หาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยโดยรวม พบว่า มีสภาพที่เป็นจริงอยู่ในระดับปานกลางในด้านทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน ส่วนในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ และด้านการจัดการ มีสภาพเป็นจริงอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 8 แสดงผล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสภาพที่เป็นจริงด้านการปฏิบัติการ
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีหน้ามาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
($N = 140$ คน)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ การปฏิบัติการ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ทรัพยากรบุคคล												
48	บุคลากรทำงานตามนโยบายและแผนกลยุทธ์	2.92	0.80	3.74	0.96	3.75	0.63	3.35	0.67	3.39	0.81	ปานกลาง
49	บุคลากรมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงาน	3.74	1.00	4.06	0.89	4.05	0.51	3.55	0.75	3.87	0.88	มาก
50	มีการกำหนดทิศทางของการพัฒนาหน่วยงาน อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์	3.00	0.96	3.72	0.75	3.80	0.76	3.40	0.82	3.42	0.96	มาก
51	บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม ตามสถานการณ์	3.54	1.03	3.78	0.70	3.70	0.73	3.55	0.68	3.65	0.83	มาก
52	มีการทำงานเป็นทีมงานและมีการสื่อสาร ที่ชัดเจนถูกต้อง	3.85	1.07	4.00	0.88	3.90	0.71	3.85	0.87	3.81	0.94	มาก
53	ผู้บริหารมีการสร้างวัฒนธรรมขององค์กร ค่านิยมทีมในการทำงานร่วมกันของบุคคล	3.00	0.92	3.68	0.95	3.95	0.68	3.65	0.81	3.47	0.95	มาก
54	ผู้บริหารมุ่งพัฒนาบุคลากรให้มีวิสัยทัศน์ ค่านิยมในการปฏิบัติที่ดี	3.04	1.12	3.88	0.96	4.15	0.81	3.80	0.89	3.60	1.07	มาก
55	มีการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากร	3.12	1.02	3.70	0.97	4.40	0.75	3.80	0.83	3.60	1.02	มาก
รวม		3.27	0.99	3.82	0.88	3.96	0.69	3.61	0.79	3.66	0.83	มาก
งบประมาณหรือทุน												
56	มีการบริหารงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน	2.92	0.89	3.42	0.99	3.85	0.99	3.10	1.11	3.25	1.01	ปานกลาง
57	มีการบริหารงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ	3.02	0.93	3.48	1.03	3.60	0.86	3.40	0.99	3.32	0.96	ปานกลาง
58	มีการตรวจสอบสถานะทางการเงินอยู่เสมอ	2.86	0.85	3.30	1.09	3.55	0.99	3.15	1.26	3.15	1.04	ปานกลาง
59	แสดงสภาพะทางการเงินอย่างชัดเจน	2.88	0.93	3.40	1.12	3.85	1.18	3.25	1.20	3.25	1.12	ปานกลาง
60	มีการตรวจสอบทบทวนการทำงานกำไรขาดทุน และระบบภาษีที่ชัดเจน	3.10	0.86	3.36	1.15	3.60	0.88	3.15	0.87	3.27	0.97	ปานกลาง
รวม		2.95	0.89	3.39	1.07	3.69	0.98	3.21	1.08	4.06	1.00	มาก
เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่												
61	ตรวจสอบอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพดีและ พร้อมที่จะใช้งานอยู่เสมอ	3.60	1.10	4.06	0.95	4.55	0.51	4.05	0.82	3.96	0.99	มาก
62	ปรับเปลี่ยนวิธีการที่เหมาะสมตามลักษณะ ของสภาพอากาศ	3.56	0.95	3.76	0.87	4.10	0.30	3.85	0.87	3.75	0.85	มาก
63	มีการสำรวจและสร้างเส้นทางเพิ่มเติมแต่ละปี	3.18	1.02	3.68	0.86	4.05	1.09	3.75	0.78	3.56	0.85	มาก
64	มีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้นำเส้นทางและอุปกรณ์	3.72	1.08	4.14	0.72	4.50	0.68	4.05	0.82	4.02	0.99	มาก
65	มีชุดรักษาพยาบาลและอุปกรณ์ฉุกเฉิน	3.09	1.05	3.86	0.96	3.85	0.74	3.35	1.08	3.80	0.99	มาก
รวม		3.35	1.07	3.84	0.91	4.13	0.66	3.75	0.88	3.76	0.88	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ การปฏิบัติการ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
66	การจัดการ ประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินการ	3.14	1.01	3.74	0.94	3.80	0.83	3.20	0.83	3.45	0.97	มาก
67	มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ หลายช่องทาง	3.04	1.22	3.44	1.14	3.75	1.06	3.30	1.26	3.32	1.19	ปานกลาง
68	รับรู้และการตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้ให้บริการ	3.50	1.16	3.74	0.96	4.45	0.75	3.75	0.91	3.75	1.42	มาก
69	ทบทวนเส้นทางโดยผู้นำเส้นทางอย่างสม่ำเสมอ	3.36	0.94	3.72	1.05	4.05	0.75	3.80	1.00	3.65	0.98	มาก
70	มีเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประกอบการตัดสินใจ	3.06	1.03	3.06	1.20	3.80	0.96	3.30	0.92	3.22	1.06	ปานกลาง
รวม		3.22	1.07	3.54	1.05	3.97	0.87	3.47	0.98	3.55	0.99	มาก

จากตารางที่ 8 แสดงระดับสภาพที่เป็นจริงด้านการปฏิบัติการ การบริหารจัดการ
เชิงกลยุทธ์ที่พาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยโดยรวม พบว่ามีสภาพที่เป็นจริง
อยู่ในระดับมากในทุกรายการ

ตารางที่ 9 แสดงผล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสภาพที่เป็นจริงด้านการควบคุม การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่พาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย (N = 140 คน)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ การควบคุม	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
71	ทรัพยากรบุคคล การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของ บุคคล	3.10	0.98	3.30	1.05	3.95	0.99	3.35	0.98	3.34	1.03	ปานกลาง
72	การนำผลการประเมินผลการปฏิบัติงานของ บุคคลเพื่อแก้ไขและพัฒนา	3.26	1.17	2.36	0.92	2.40	0.75	2.45	0.82	2.70	1.06	ปานกลาง
73	การตรวจสอบ ประเมินความสามารถตาม มาตรฐานวิชาชีพ	2.94	0.98	3.26	1.02	3.55	0.99	3.25	0.96	3.18	0.92	ปานกลาง
74	การติดตามความก้าวหน้าของบุคคลตามสายงาน	2.98	0.95	3.18	1.18	3.70	0.97	3.15	1.49	3.17	1.14	ปานกลาง
75	การประเมินขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน	2.98	1.03	3.26	1.08	3.80	1.00	3.40	1.27	3.25	1.10	ปานกลาง
รวม		3.05	1.02	3.07	1.05	3.48	0.94	3.13	1.10	3.18	1.02	ปานกลาง
76	งบประมาณหรือทุน การติดตามการใช้งบประมาณตามแผน	2.88	0.98	3.32	1.03	3.85	0.98	3.10	1.29	3.20	1.08	ปานกลาง
77	มีการทบทวนรายรับและรายจ่าย	3.06	0.86	3.16	1.14	3.45	0.88	3.05	0.75	3.15	0.96	ปานกลาง
78	การประเมินผลการบริหารงบประมาณ	3.06	0.97	3.50	1.03	3.93	0.87	3.35	0.81	3.30	0.97	ปานกลาง
79	การปรับแผนการบริหารงบประมาณ	3.08	0.82	3.22	1.09	3.25	0.78	3.30	1.12	3.18	0.96	ปานกลาง
80	การประเมินและพัฒนาระบบการบริหาร งบประมาณ	3.00	0.80	3.26	1.02	3.55	0.51	3.20	0.61	3.19	0.87	ปานกลาง
รวม		3.01	0.88	3.29	1.06	3.60	0.80	3.20	0.91	3.27	0.91	มาก
81	เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับ เหตุการณ์ปัจจุบัน	3.54	1.07	3.88	0.84	4.40	0.75	3.20	1.02	3.83	0.97	มาก
82	ตรวจสอบมาตรฐานของอุปกรณ์ที่ใช้	3.82	0.91	4.20	0.87	4.05	0.51	3.80	0.83	4.12	0.88	มาก
83	มีข้อมูลพื้นฐานใหม่ใช้ในการดำเนินการ ที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	3.86	0.98	3.82	0.87	4.05	0.51	3.80	0.83	3.69	0.86	มาก
84	สร้างความมั่นใจในการใช้อุปกรณ์อยู่เสมอ	3.72	1.01	4.00	1.14	4.35	0.48	4.05	1.05	3.95	1.02	มาก
รวม		3.73	0.99	3.97	0.93	4.21	0.56	3.71	0.93	3.90	0.85	มาก
85	การจัดการ มีระบบการติดตามการดำเนินงานที่ดี	3.32	0.99	3.54	1.03	3.90	0.78	3.45	1.14	3.50	1.01	มาก
86	ติดตามและตรวจสอบการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ	3.28	0.99	3.48	1.01	4.25	0.78	3.65	0.93	3.54	1.00	มาก
87	สรุปผลการดำเนินงานประจำปี	3.24	0.87	3.20	1.21	3.60	0.68	3.05	0.98	3.25	0.99	ปานกลาง
88	มีการติดตามประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ	3.04	0.92	3.18	1.20	3.55	0.99	3.30	1.30	3.20	1.10	ปานกลาง
89	มีการประกันคุณภาพในการดำเนินงาน	2.76	0.93	3.36	1.27	3.80	0.69	3.75	1.06	3.26	1.12	ปานกลาง
รวม		3.12	0.94	3.35	1.14	3.81	0.78	3.44	1.08	3.43	0.98	มาก

จากตารางที่ 9 แสดงระดับสภาพที่เป็นจริงด้านการควบคุม การบริหารจัดการ
เชิงกลยุทธ์ที่พาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยโดยรวม พบว่า มีสภาพที่เป็นจริง
อยู่ในระดับปานกลาง ด้านทรัพยากรบุคคล และด้านงบประมาณหรือทุน ส่วนในด้านเครื่องมือ
อุปกรณ์ สถานที่และด้านการจัดการ มีสภาพเป็นจริงอยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิเคราะห์ปัญหาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่พาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยว เชิงนิเวศในประเทศไทย จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 10 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของปัญหาการวางแผน
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่พาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
($N = 140$ คน)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
	ทรัพยากรบุคคล											
1	การวางแผนอัตราค่าจ้างของหน่วยงานระยะ 3 ปี	3.60	0.88	2.72	0.88	2.70	0.80	2.60	1.04	3.01	0.89	ปานกลาง
2	กำหนดอัตราค่าจ้างของหน่วยงานปัจจุบัน	3.40	1.12	2.62	0.92	2.80	0.89	2.65	1.13	2.95	1.08	ปานกลาง
3	การวางแผนบรรจุบุคลากรเข้าทำงาน	3.18	1.13	2.76	1.07	2.75	1.16	2.65	1.18	2.89	1.13	น้อยที่สุด
4	การวางแผนการปฐมนิเทศ	3.30	0.93	2.66	1.02	2.70	1.12	2.30	1.21	2.84	1.06	ปานกลาง
5	การวางแผนการพัฒนาบุคลากร	3.10	1.19	2.90	0.95	3.25	1.25	2.78	1.11	3.00	1.12	ปานกลาง
6	การวางแผนเสริมสร้างสวัสดิการ	3.28	1.19	2.76	1.20	2.35	0.87	2.50	1.19	2.85	1.16	ปานกลาง
7	การวางแผนเสริมสร้างความก้าวหน้าของบุคคล	3.50	1.16	2.78	1.07	2.95	1.23	2.40	1.23	2.95	1.26	ปานกลาง
8	มีแผนระบบการประเมินบุคลากร	2.98	0.99	2.62	0.94	2.70	0.92	2.80	0.95	2.78	0.98	ปานกลาง
	รวม	3.29	1.07	2.72	1.00	2.77	1.03	2.58	1.13	2.84	1.05	ปานกลาง
	งบประมาณหรือทุน											
9	การวางแผนการได้มาของงบประมาณ	3.32	1.13	2.70	0.97	2.55	1.14	2.40	0.88	2.85	1.03	ปานกลาง
10	การวางแผนการใช้งบประมาณ	3.26	1.25	2.60	0.96	3.00	0.97	2.60	0.99	2.89	1.11	ปานกลาง
11	การวางแผนจัดทำระบบบัญชีการเงิน	3.22	1.01	2.58	0.99	2.75	0.63	2.70	1.03	2.89	0.98	ปานกลาง
12	การเตรียมทุนสำรองในยามฉุกเฉิน	3.40	1.03	2.78	1.11	3.00	0.97	2.85	1.26	3.04	1.11	ปานกลาง
13	การวางแผนรองรับสภาพความเสี่ยงทางการเงิน	3.16	1.13	2.80	1.22	2.95	0.94	2.60	1.09	2.92	1.14	ปานกลาง
	รวม	3.26	1.11	2.69	1.05	2.85	0.93	2.63	1.05	2.69	1.03	ปานกลาง

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบกร		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		วางแผน	\bar{X} SD	\bar{X} SD	\bar{X} SD	\bar{X} SD	\bar{X} SD	\bar{X} SD	\bar{X} SD			
14	เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ มีการวางแผนและจัดหาวัสดุอุปกรณ์เป็นหน้าผาอย่างเหมาะสม	2.90	1.14	2.52	1.03	1.85	1.03	1.85	1.03	2.45	1.12	ปานกลาง
15	กำหนดตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการ กิฬ่าเป็นหน้าผา	3.14	1.22	2.72	1.05	2.50	0.82	2.25	0.85	2.77	1.17	ปานกลาง
16	การวางแผนเสริมสร้างระบบการบริการด้าน เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ และสถานที่	3.00	1.10	2.74	1.06	2.45	0.75	2.35	1.08	2.73	1.16	ปานกลาง
17	มีแผนการเตรียมการผลิตเปลี่ยนอุปกรณ์ที่ชำรุด	2.78	1.03	2.46	1.14	2.35	0.87	2.35	1.03	2.54	1.06	น้อย
18	สำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิฬ่าเป็นหน้าผา											
19	มีแผนการด้านสถานที่ในการเป็นหน้าผา อย่างปลอดภัย	2.48	1.19	2.44	1.14	2.15	0.67	2.20	1.00	2.37	1.06	น้อย
20	มีการวางแผนระยะ 5 ปี และ 10 ปี	3.42	1.23	2.62	1.06	2.55	0.94	2.80	1.82	2.92	1.10	ปานกลาง
รวม		2.92	1.15	2.54	1.08	2.32	0.87	2.30	1.16	2.52	1.06	น้อย
21	การจัดการ มีการวิเคราะห์หน่วยงานเพื่อกำหนดทิศทาง ของการบริหารงาน	3.46	1.18	2.48	0.90	2.80	1.19	3.00	1.33	2.95	1.18	ปานกลาง
22	มีการกำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์	3.64	1.13	2.56	0.81	2.50	1.35	2.80	1.15	2.97	1.17	ปานกลาง
23	มีการจัดทำแผนที่กลยุทธ์	3.64	1.13	2.56	0.81	2.80	1.00	2.45	1.05	2.82	1.16	ปานกลาง
24	มีการจัดทำดัชนีชี้วัดตามกลยุทธ์และ เป้าประสงค์	3.42	1.24	2.40	0.94	2.80	1.00	2.45	1.05	2.82	1.16	ปานกลาง
25	มีการวางแผนการจัดการประจำปี	3.24	1.18	2.46	0.93	2.75	1.11	3.10	1.07	2.87	1.11	ปานกลาง
26	มีการวางแผนการประเมินผลการปฏิบัติงาน ประจำปี	3.14	1.10	2.56	0.97	2.75	1.20	3.05	1.27	2.86	1.12	ปานกลาง
รวม		3.42	1.16	2.50	0.89	2.73	1.14	2.80	1.15	2.86	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 10 แสดงระดับของปัญหาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กิฬ่าเป็นหน้าผา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยโดยรวม พบว่า มีปัญหาในระดับปานกลางด้านทรัพยากรบุคคลและงบประมาณหรือทุน ส่วนในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่และด้านการจัดการ มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 11 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับของปัญหาการจัดการ
 การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
 (N = 140 คน)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	สภาพที่เป็นจริง
	ทรัพยากรบุคคล											
27	การวิเคราะห์ลักษณะงานของบุคลากร	3.26	1.04	2.72	0.85	2.40	0.59	2.55	0.88	2.84	0.96	ปานกลาง
28	การจัดทำคำบรรยายลักษณะงานของบุคคล	3.28	1.10	2.58	0.78	2.45	0.60	2.90	0.96	2.85	0.95	ปานกลาง
29	การจัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงานของบุคคล	3.28	1.19	2.58	0.94	2.75	0.63	2.60	0.75	2.85	1.02	ปานกลาง
30	การจัดทำโครงสร้างหน้าที่ในการดำเนินงานอย่างชัดเจน	3.26	1.80	2.52	0.83	2.60	0.68	2.70	0.57	2.82	0.93	ปานกลาง
31	การกำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ ในองค์กรอย่างชัดเจน	3.22	1.05	2.22	0.84	2.35	0.74	2.15	0.87	2.58	1.02	น้อย
	รวม	3.26	1.23	2.52	0.84	2.51	0.64	2.58	0.80	2.71	0.87	ปานกลาง
	งบประมาณหรือทุน											
32	การจัดการทรัพยากรฝ่ายงบประมาณมีความเหมาะสม	3.14	1.01	3.48	0.88	2.485	0.75	2.65	1.13	2.85	0.99	ปานกลาง
33	การจัดทำมาตรฐาน คู่มือการปฏิบัติงานด้านงบประมาณ	3.16	1.01	2.34	0.87	2.50	0.82	2.50	0.28	2.76	0.97	ปานกลาง
34	จัดระบบการดำเนินงานของงบประมาณ มีประสิทธิภาพ	3.30	1.01	2.52	0.90	2.55	0.88	2.35	0.87	2.77	1.01	ปานกลาง
35	มีการบริหารส่วนแบ่งของรายได้หรือผลประโยชน์อย่างชัดเจน	3.18	1.18	2.28	0.94	2.25	1.02	2.55	1.31	2.63	1.19	ปานกลาง
36	มีการเฝ้าระวังความเสี่ยงทางการเงิน	3.24	0.93	2.58	0.94	2.60	0.75	2.50	1.00	2.80	0.92	ปานกลาง
37	การติดตามประเมินผลการใช้งบประมาณ	2.98	0.82	2.56	0.94	2.30	1.03	2.80	1.00	2.70	0.93	ปานกลาง
	รวม	3.16	0.99	2.62	0.91	2.43	0.87	2.55	0.93	2.69	0.92	ปานกลาง
	เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่											
38	การจัดให้มีเครือข่ายสถานประกอบการ ใกล้เคียงให้การช่วยเหลือ	3.12	1.23	2.54	1.11	2.90	1.02	2.70	0.65	2.82	1.11	ปานกลาง
39	การจัดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัย ในการป็นหน้าผาชัดเจน	2.56	1.14	2.26	1.10	2.05	0.94	2.15	0.98	2.32	1.08	น้อย
40	การดำเนินการจัดวางอุปกรณ์เป็นระบบ	2.44	1.07	2.26	0.96	2.55	0.82	2.53	1.08	2.37	0.99	น้อย
41	มีระบบการนำไปใช้และเรียกเก็บอุปกรณ์คืน	2.48	1.09	2.32	0.84	1.95	0.60	3.75	1.16	3.78	1.09	ปานกลาง
42	มีระบบความปลอดภัยในองค์ความรู้ที่ชัดเจน	2.44	1.16	2.48	1.01	2.25	0.78	2.10	1.07	2.37	1.04	น้อย
	รวม	2.60	1.13	2.37	1.00	2.34	0.83	2.64	0.98	2.48	0.98	น้อย

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ การจัดองค์การ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	สภาพที่เป็นจริง
43	การจัดการ การจัดทำระเบียบ กฎ ที่ชัดเจนในการ ปฏิบัติงานที่เหมาะสมและสอดคล้อง	3.30	1.09	2.50	0.90	2.80	0.95	2.25	1.06	2.37	1.05	น้อย
44	มีการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล	2.96	0.87	2.44	0.78	2.70	0.86	2.55	0.82	2.76	0.85	ปานกลาง
45	มีการบริหารงานเป็นทีมและแบบมีส่วนร่วม	2.96	0.87	2.44	0.78	2.70	0.86	2.55	0.82	2.76	0.85	ปานกลาง
46	การจัดระบบสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ	3.46	1.24	2.46	0.97	2.55	0.94	2.55	1.14	2.84	1.18	ปานกลาง
47	มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการ ทำงาน	3.32	1.11	2.46	0.99	2.70	0.92	2.95	1.46	2.87	1.15	ปานกลาง
	รวม	3.19	1.09	2.43	0.92	2.64	0.91	2.51	1.13	2.70	1.01	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 แสดงปัญหาในการจัดองค์การ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์
ที่หาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยโดยรวม พบว่า มีปัญหาในระดับปานกลาง
ด้านทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุนและการจัดการ ส่วนในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่
มีปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 12 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับของปัญหาการปฏิบัติการ
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่หาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
($N = 140$ คน)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ การปฏิบัติการ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	สภาพที่เป็นจริง
	ทรัพยากรบุคคล											
48	บุคลากรทำงานตามนโยบายและแผนกลยุทธ์	3.08	1.08	2.66	0.93	2.55	0.60	2.60	0.822	2.78	0.95	ปานกลาง
49	บุคลากรมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงาน	2.86	1.06	2.42	0.92	2.15	0.58	2.40	0.59	2.53	0.92	น้อย
50	มีการกำหนดทิศทางของการพัฒนาหน่วยงาน อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์	3.30	1.29	2.64	0.87	2.25	0.63	2.50	0.68	2.80	1.06	ปานกลาง
51	บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม ตามสถานการณ์	2.60	1.16	2.34	0.89	2.60	0.59	2.40	0.88	2.47	0.97	น้อย
52	มีการทำงานเป็นทีมงานและมีการสื่อสาร ที่ชัดเจนถูกต้อง	2.38	1.30	2.24	1.04	2.20	0.83	2.35	0.87	2.30	1.09	น้อย
53	ผู้บริหารมีการสร้างวัฒนธรรมขององค์กร ค่านิยมทีมในการทำงานร่วมกันของบุคคล	3.52	1.07	2.28	1.06	2.10	0.78	2.05	1.05	2.66	1.20	ปานกลาง

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ การปฏิบัติการ	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
54	ผู้บริหารมุ่งพัฒนาบุคลากรให้มีวิสัยทัศน์ คำนิยมในการปฏิบัติที่ดี	3.26	1.15	2.32	0.95	2.35	0.98	2.20	1.05	2.64	1.13	ปานกลาง
55	มีการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากร	3.24	1.15	2.34	1.00	2.45	1.27	2.00	1.02	2.62	1.19	ปานกลาง
รวม		3.03	1.15	2.40	0.95	2.33	0.78	2.31	0.87	2.51	0.93	น้อย
งบประมาณหรือทุน												
56	มีการบริหารงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน	3.04	1.00	2.68	0.99	2.45	0.94	2.80	1.23	2.79	1.04	ปานกลาง
57	มีการบริหารงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ	3.00	0.90	2.34	1.02	2.60	0.94	2.75	1.29	2.67	1.09	ปานกลาง
58	มีการตรวจสอบสถานะทางการเงินอยู่เสมอ	2.88	1.40	2.38	1.06	2.75	1.11	2.45	1.43	2.62	1.13	ปานกลาง
59	แสดงสภาพทางการเงินอย่างชัดเจน	3.00	1.40	2.54	1.11	2.20	0.83	2.40	1.09	2.65	1.08	ปานกลาง
60	มีการตรวจสอบทบทวนการทำงานกำไรขาดทุน และระบบบัญชีที่ชัดเจน	3.08	0.92	2.42	1.01	2.20	0.89	2.05	0.82	2.57	1.08	น้อย
รวม		3.00	1.12	2.47	1.03	2.44	0.94	2.49	1.17	2.60	1.06	ปานกลาง
เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่												
61	ตรวจสอบอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพดีและ พร้อมที่จะใช้งานอยู่เสมอ	2.38	1.80	2.40	1.17	2.25	0.71	1.85	0.74	2.29	1.08	น้อย
62	ปรับเปลี่ยนวิธีการที่เหมาะสมตามลักษณะ ของสภาพอากาศ	2.58	1.19	2.54	1.16	2.50	0.88	2.05	1.14	2.47	1.14	น้อย
63	มีการสำรวจและสร้างเส้นทางเพิ่มเติมแต่ละปี	2.74	1.13	2.76	1.11	2.45	1.19	2.45	0.99	2.66	1.11	ปานกลาง
64	มีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้นำเส้นทางและอุปกรณ์	2.44	1.32	2.32	0.99	1.58	0.67	1.75	0.78	2.11	1.09	น้อย
65	มีชุดรักษาพยาบาลและอุปกรณ์ฉุกเฉิน	2.30	1.18	2.28	1.60	2.30	0.73	2.45	1.23	2.31	1.08	น้อย
รวม		2.48	1.32	2.46	1.20	2.21	0.83	2.11	0.97	2.31	1.08	น้อย
การจัดการ												
66	ประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินการ	3.30	1.11	2.26	0.96	2.45	0.68	2.10	0.71	2.63	1.07	ปานกลาง
67	มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ หลายช่องทาง	3.46	1.24	2.36	1.02	2.00	0.64	0.95	0.68	2.64	1.19	ปานกลาง
68	รับรู้และการตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้ใช้บริการ	2.94	1.20	2.34	0.87	2.49	0.68	2.45	0.94	2.57	1.01	น้อย
69	ทบทวนเส้นทางโดยผู้นำเส้นทางอย่างสม่ำเสมอ	2.94	1.250	2.34	0.87	2.49	0.68	2.45	0.94	2.45	1.02	น้อย
70	มีเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประกอบการตัดสินใจ	2.84	1.09	0.36	0.89	2.15	0.74	2.05	0.94	2.74	1.21	ปานกลาง
รวม		3.09	1.16	1.93	0.92	2.31	0.68	2.00	0.84	22.33	0.90	น้อย

จากตารางที่ 12 แสดงปัญหาในการปฏิบัติการ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีหน้าผา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยโดยรวม พบว่า มีปัญหาในระดับน้อยด้านทรัพยากรบุคคล เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ และการจัดการ ส่วนด้านงบประมาณหรือทุน มีปัญหาในระดับปานกลาง

ตารางที่ 13 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับของปัญหาการควบคุม
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
($N = 140$ คน)

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ การควบคุม	ผู้ให้บริการ		ผู้นำเส้นทาง		ผู้ประกอบการ		ผู้เกี่ยวข้อง		รวม		สภาพที่เป็นจริง
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
71	ทรัพยากรบุคคล การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของ บุคคล	3.26	1.17	2.36	0.92	2.40	0.75	2.45	0.82	2.70	1.06	ปานกลาง
72	การนำผลการประเมินผลการปฏิบัติงานของ บุคคลเพื่อแก้ไขและพัฒนา	3.32	1.26	2.42	0.94	2.10	0.64	2.45	0.99	2.70	1.14	ปานกลาง
73	การตรวจสอบ ประเมินความสามารถตาม มาตรฐานวิชาชีพ	3.42	1.08	2.42	0.90	2.45	0.68	2.50	0.82	2.79	1.04	ปานกลาง
74	การติดตามความก้าวหน้าของบุคคลตามสายงาน	3.28	1.26	2.46	0.97	2.20	0.95	2.40	0.99	2.70	1.15	ปานกลาง
75	การประเมินขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน	3.22	1.20	2.34	0.96	2.11	0.78	2.15	0.81	2.59	1.11	น้อย
รวม		3.30	1.19	2.40	0.93	2.25	0.70	2.39	0.88	2.58	0.92	น้อย
76	งบประมาณหรือทุน การติดตามการใช้งบประมาณตามแผน	3.30	1.09	2.36	1.40	2.35	0.74	2.30	0.80	2.68	1.08	ปานกลาง
77	มีการทบทวนรายรับและรายจ่าย	3.16	0.99	2.21	0.94	2.25	0.85	2.35	0.74	2.60	1.00	ปานกลาง
78	การประเมินผลการบริหารงบประมาณ	3.14	0.98	2.28	0.80	2.55	0.28	2.55	0.85	2.62	0.96	ปานกลาง
79	การปรับแผนการบริหารงบประมาณ	2.86	0.98	2.42	0.87	2.70	0.73	2.70	0.73	2.65	0.86	ปานกลาง
80	การประเมินและพัฒนาระบบการบริหาร งบประมาณ	3.08	0.96	2.18	0.94	2.45	0.60	2.40	0.88	2.57	0.97	น้อย
รวม		3.10	1.00	2.29	0.99	2.46	0.64	2.46	0.80	2.57	0.85	น้อย
81	เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับ เหตุการณ์ปัจจุบัน	2.94	1.25	2.38	1.00	2.20	0.52	1.90	0.85	2.48	1.08	น้อย
82	ตรวจสอบมาตรฐานของอุปกรณ์ที่ใช้	2.80	1.12	2.24	1.70	1.95	0.60	2.25	1.11	2.40	1.08	น้อย
83	มีข้อมูลพื้นฐานใหม่ใช้ในการดำเนินการ ที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	2.80	1.06	2.24	0.95	2.00	0.64	2.15	0.98	2.40	1.00	น้อย
84	สร้างความมั่นใจในการใช้อุปกรณ์อยู่เสมอ	2.68	1.11	2.20	0.92	1.90	0.71	2.05	0.88	2.30	1.00	น้อย
รวม		2.80	1.13	2.26	1.14	2.01	0.61	2.08	0.95	2.28	0.95	น้อย
85	การจัดการ มีระบบการติดตามการดำเนินงานที่ดี	2.96	0.98	2.38	1.04	2.15	0.74	2.35	1.08	2.55	1.03	น้อย
86	ติดตามและตรวจสอบการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ	3.12	1.02	2.32	1.11	2.60	0.75	2.35	1.08	2.65	1.08	ปานกลาง
87	สรุปผลการดำเนินงานประจำปี	3.25	1.11	2.34	0.98	2.55	0.68	2.50	0.88	2.81	1.10	ปานกลาง
88	มีการติดตามประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ	3.36	1.12	2.44	1.41	2.35	0.81	2.50	0.94	2.76	1.12	ปานกลาง
89	มีการประกันคุณภาพในการดำเนินงาน	3.36	1.13	2.26	1.02	2.50	0.51	2.15	0.87	2.60	1.13	ปานกลาง
รวม		3.21	1.07	2.34	1.11	2.13	0.39	2.37	0.97	2.58	0.96	น้อย

จากตารางที่ 13 แสดงปัญหาในการควบคุมการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยโดยรวม พบว่ามีปัญหาในระดับน้อยในทุกด้าน

3. ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผาจำนวน 7 คน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเมื่อวันจันทร์ที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2554 เวลา 09.30 – 12.30 น. ณ ห้องเทาทอง 4 ศูนย์ปฏิบัติการ โรงแรมมหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งประกอบด้วย นายธีรศักดิ์ ขนานใต้ องค์กรบริหารส่วนตำบลจังหวัดกระบี่ นายสมศักดิ์ หงษ์ฝ้า ประธานสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวป็นหน้าผาจังหวัดกระบี่ นายสมเดช หงษ์ฝ้า สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวป็นหน้าผาจังหวัดกระบี่ นางสาวแคทลียา อุปคำ ประธานกรรม การบริษัทเชียงใหม่ร็อคไคล์มมิ่ง แอดเวนเจอร์ นายณกรณ์ วุฒิกานกร บ้านผางาม จังหวัดปราจีนบุรี นางสาวนงลักษณ์ เพชรอำนวย ผู้ประกอบการและผู้นำเส้นทางกีฬาป็นหน้าผา และนายชาติชาย เกษมสุข ผู้ประกอบการและผู้นำเส้นทางกีฬาป็นหน้าผา ซอยกลาง 49 กรุงเทพฯ ให้ข้อมูลดังนี้

- 3.1 ควรมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์ในประเทศไทยที่ใช้ในการกีฬาป็นหน้าผา
- 3.2 มาตรฐานการท่องเที่ยวควรรองรับและส่งเสริมกระบวนการทางการกีฬาป็นหน้าผา
- 3.3 ควรมีระบบการส่งเสริมสารสนเทศที่ดี
- 3.4 มีชมรมหรือหน่วยงานเอกชนหรือองค์กรกลางอยู่ในท้องถิ่นนั้นควบคุมดูแลในมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
- 3.5 สมาคมกีฬาป็นหน้าผาแห่งประเทศไทยควรมีบทบาทการดูแลให้การช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการกีฬาเพื่อการแข่งขันเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวและให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยแก่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การฝึกอบรมต่าง ๆ
- 3.6 อุปกรณ์นำเข้าจากต่างประเทศเพราะได้รับการรับรองมาตรฐานของความปลอดภัยจากหน่วยงานในระดับนานาชาติ
- 3.7 ควรมีหน่วยทดสอบมาตรฐานอุปกรณ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์ในประเทศและเป็นการส่งเสริมความมั่นใจของผู้ประกอบการ
- 3.8 มีการประสานความร่วมมือที่ดีในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน
- 3.9 ควรมีมาตรฐานของกีฬาป็นหน้าผาแห่งประเทศไทยที่เป็นระบบและได้มาตรฐาน เช่น มาตรฐานของผู้นำเส้นทาง มาตรฐานของหลักสูตรการเรียนการสอนกีฬาป็นหน้าผา มาตรฐานหลัก ของผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผา มาตรฐานหลักสูตร โดยเฉพาะของการเป็นผู้นำเส้นทาง

ในแต่ละระดับของความยาก มาตรฐานของผู้นำเส้นทางในแต่ละระดับของการให้บริการ
กีฬาปีนหน้าผา

3.10 ควรได้รับสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่องและจริงจัง

3.11 ให้ความสำคัญกับแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการในการลงทุนในการ

ดำเนินการธุรกิจกีฬาปีนหน้าผา

3.12 ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่แพร่หลายและต่อเนื่องในเชิงบวก

3.13 ควรยกระดับการดำเนินการบริหารจัดการองค์กรให้อยู่ในระดับนานาชาติ

3.14 ควรมีมาตรฐานกีฬาปีนหน้าผาสำหรับคนไทยในทุกระดับ

3.15 ดูแลและสร้างเส้นทางกีฬาปีนหน้าผาในเส้นทางใหม่และมีความปลอดภัย

3.16 เส้นทางปีนหน้าผาควรเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้อุปกรณ์ที่ฝังตัวอยู่บน
หน้าผาที่ไม่เป็นสนิมซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย

3.17 มีระบบสารสนเทศและช่องทางของการใช้สื่อที่ทันสมัย

3.18 มีการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ มีความรู้และได้รับการฝึกอบรม

เพิ่มเติมอยู่เสมอ

3.19 ควรเผยแพร่ความรู้ในการปีนหน้าผาอย่างเข้าใจในการรักษาระบบนิเวศ

3.20 มีการปรับแผนการดำเนินการให้ชัดเจนตามสภาพภูมิประเทศที่เป็นเอกลักษณ์
และเป็นจุดเด่นของสภาพพื้นที่

3.21 การจัดบริหารงานในองค์กรควรรัดกุมและสามารถตรวจสอบได้

3.22 รับฟังคำวิจารณ์จากผู้ให้บริการทีมงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อเป็นการ
สะท้อนภาพพจน์ของสภาพจริงในการดำเนินการเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข

3.23 นำเอาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่นนั้นมาประยุกต์กับการ
ปีนหน้าผาเพื่อวางแผนการดำเนินการประจำปี

3.24 ตรวจสอบระบบการรักษาความปลอดภัยและระบบการช่วยเหลือฉุกเฉิน
ในการปีนหน้าผา

4. นำผลการวิเคราะห์สภาพการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ทั้งผลที่ได้จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกีฬาเป็นหน้าผาจำนวน 7 คน ไปสังเคราะห์ ได้ประเด็นหลักในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

	Man	Money	Material	Management
Planning	W	W	S	W
Organizing	W	W	S	S
Implementing	S	W	S	S
Controlling	W	W	S	W

ภาพที่ 16 ภาพแสดงจุดอ่อนและจุดแข็งของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

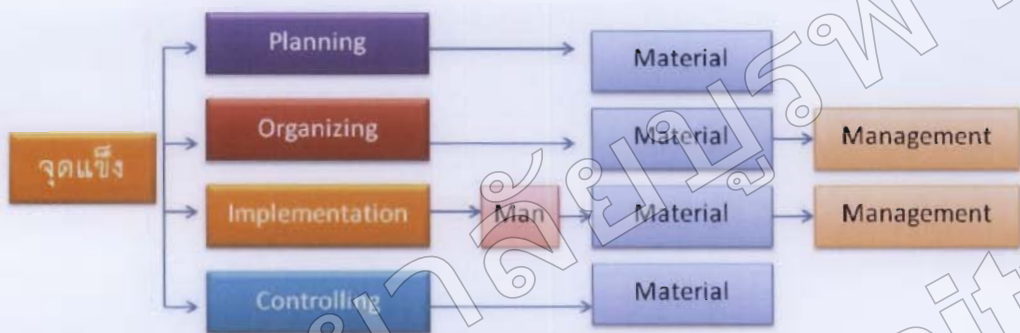
จากภาพที่ 16 แสดงให้เห็นว่าในโครงสร้างหน้าที่การบริหารจัดการซึ่งมีทรัพยากรในการบริหารอยู่ภายในนั้นมีจุดแข็งและจุดอ่อนดังนี้

จุดแข็ง

- การวางแผน ได้แก่ ด้านเครื่องมือ อุปกรณ์และสถานที่
- การจัดองค์การ ได้แก่ ด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ และสถานที่, การจัดการ
- การปฏิบัติการ ได้แก่ ด้านทรัพยากรบุคคล, เครื่องมือ อุปกรณ์และสถานที่, การจัดการ
- การควบคุม ได้แก่ ด้านเครื่องมือ อุปกรณ์และสถานที่

จุดอ่อน

- การวางแผน ได้แก่ ด้านทรัพยากรบุคคล, งบประมาณหรือทุน, การจัดการ
- การจัดองค์การ ได้แก่ ด้านทรัพยากรบุคคล, งบประมาณหรือทุน
- การปฏิบัติการ ได้แก่ ด้านงบประมาณหรือทุน
- การควบคุม ได้แก่ ด้านทรัพยากรบุคคล, งบประมาณหรือทุน, การจัดการ

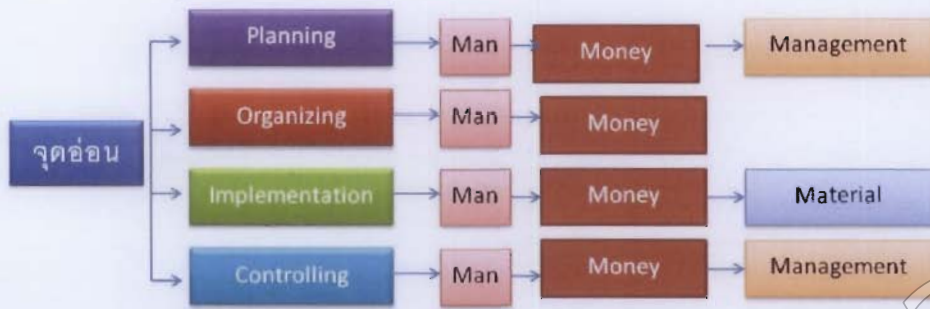


1. ภูมิประเทศเอื้ออำนวย มีชื่อเสียง สวยงาม เส้นทางป็นหน้าผาหลากหลาย
2. รัฐบาลให้การสนับสนุน
3. ใช้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการสร้างรายได้
4. มีมาตรฐานการท่องเที่ยวและมาตรฐานกิจกรรมการปีนหน้าผา
5. บุคลากรมีความชำนาญและมีความสามารถ
6. มีหน่วยงานให้การสนับสนุน เช่น อบต. อบจ. กกท. ททท. สมาคมกีฬาจังหวัด SCAT
7. ได้รับการยอมรับจากนานาชาติในด้านการท่องเที่ยว
8. มีสหพันธ์กีฬาปีนหน้าผาโลกให้การรับรอง (IFSC)
9. มีเส้นทางปีนที่สวยงามหลายระดับความสามารถของการปีนหน้าผา

โอกาส

ภาพที่ 17 แสดงให้เห็นในสิ่งที่เป็โอกาสของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

จากภาพที่ 17 แสดงให้เห็นว่า สิ่งที่เป็นโอกาสของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ประกอบด้วย ภูมิประเทศเอื้ออำนวย มีชื่อเสียง สวยงาม เส้นทางปีนหน้าผาหลากหลาย, รัฐบาลให้การสนับสนุน, ใช้การท่องเที่ยวกีฬาเป็นการสร้างรายได้, มีมาตรฐานการท่องเที่ยวและมาตรฐานกิจกรรมการปีนหน้าผา, บุคลากรมีความชำนาญและมีความสามารถ, มีหน่วยงานให้การสนับสนุน เช่น อบต. อบจ. กกท. ททท. สมาคมกีฬาจังหวัด, ได้รับการยอมรับจากนานาชาติในด้านการท่องเที่ยว, มีสหพันธ์กีฬาปีนหน้าผาโลกให้การรับรอง (IFSC) และมีเส้นทางปีนหน้าผาที่สวยงามหลากหลายระดับความสามารถของการปีนหน้าผา

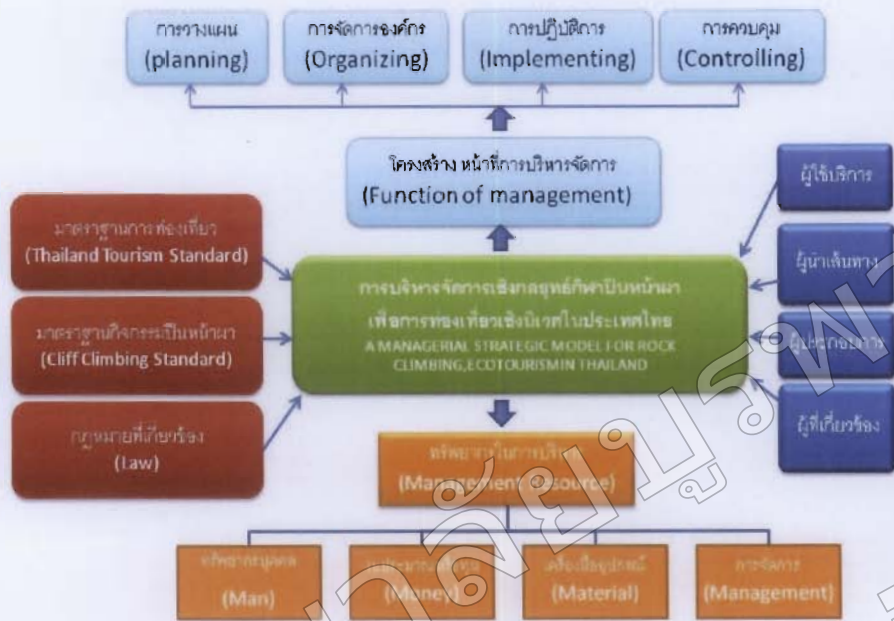


1. สภาพภูมิอากาศในช่วง High and Low Season
2. ภัยธรรมชาติ เช่น สึนามิ น้ำท่วม ภูเขาถล่ม อากาศแปรปรวน
3. ความผันแปรทางการเมือง
4. การใช้อำนาจของรัฐไม่ต่อเนื่อง (กรณีบัตรผู้นำเส้นทาง)
5. การสนับสนุนจากสถาบันทางการเงิน
6. ภาวะการณ์แข่งขันการท่องเที่ยวในตลาดโลก
7. การจดทะเบียนผู้ประกอบการและบัตรผู้นำเส้นทาง
8. การเปลี่ยนที่จับไม่ให้เกิดสนิม
9. มาตรฐานการฝึกอบรมผู้นำเส้นทาง (หลักสูตร)

สิ่งที่ควรพิจารณา

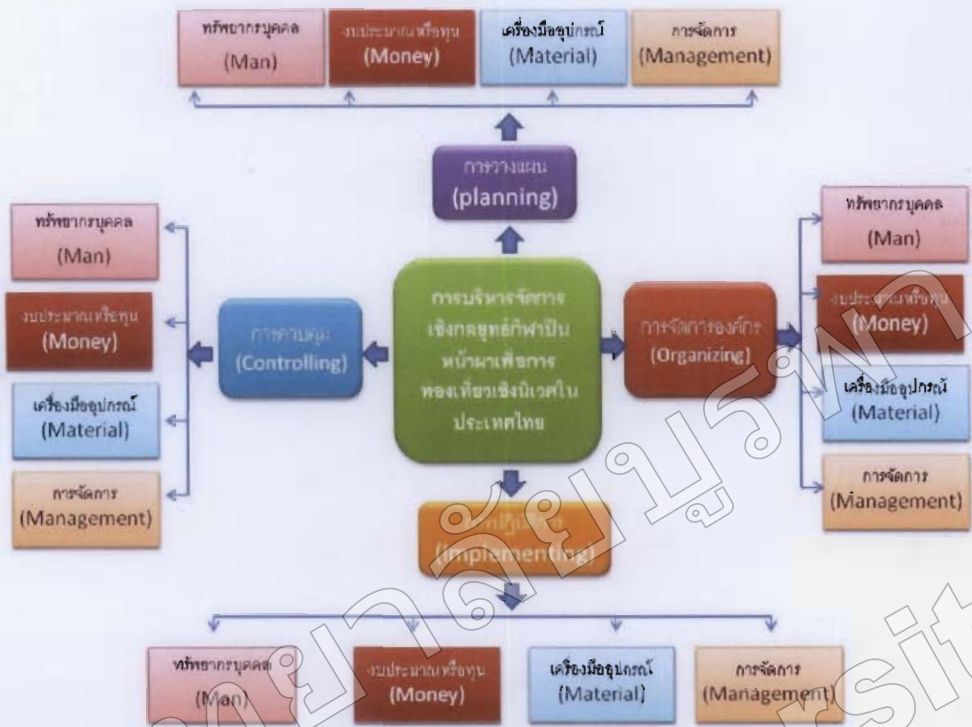
ภาพที่ 18 แสดงให้เห็นในสิ่งที่ควรพิจารณาหรืออุปสรรคของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่พบบนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

จากภาพที่ 18 แสดงให้เห็นว่า สิ่งที่ควรพิจารณาหรืออุปสรรคของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่พบบนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ประกอบด้วย สภาพภูมิอากาศช่วงเวลาการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด (High Season) และช่วงเวลาการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวน้อย (Low Season), ภัยธรรมชาติ เช่น สึนามิ น้ำท่วม ภูเขาถล่ม อากาศแปรปรวน, ความผันแปรทางการเมือง, การใช้อำนาจของรัฐไม่ต่อเนื่อง (กรณีบัตรผู้นำเส้นทาง), การสนับสนุนจากสถาบันทางการเงิน, ภาวะการณ์การแข่งขันการท่องเที่ยวในตลาดโลก, การจดทะเบียนผู้ประกอบการและบัตรผู้นำเส้นทาง, การเปลี่ยนที่จับไม่ให้เกิดสนิม, มาตรฐานการฝึกอบรมผู้นำเส้นทาง (หลักสูตร)



ภาพที่ 19 แสดงถึงหลักการของ โครงสร้างหน้าที่การบริหารจัดการและทรัพยากรในการบริหาร รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง มาตรฐานและกฎหมายต่าง ๆ

จากภาพที่ 19 แสดงให้เห็นถึง การศึกษาเอกสาร มาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาปีนหน้าผาในประเทศไทย เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ให้บริการ ผู้นำเส้นทาง ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้หลักการของ โครงสร้างหน้าที่การบริหารจัดการที่ประกอบไปด้วย การวางแผน การจัดการองค์กรและการควบคุม รวมทั้งใช้หลักการทรัพยากรในการบริหาร ซึ่งประกอบด้วย ทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน เครื่องมือ อุปกรณ์และสถานที่ รวมทั้งการจัดการ



ภาพที่ 20 แสดงให้เห็นถึง การศึกษาในองค์ประกอบย่อยในแต่ละด้านของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่พาณิชย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

จากภาพที่ 20 แสดงให้เห็นถึง การศึกษาในองค์ประกอบย่อยในแต่ละด้านของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่พาณิชย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย โดยใช้หลักการโครงสร้างหน้าที่การบริหารจัดการและ ทรัพยากรในการบริหาร โดยการศึกษาในด้าน

- 1) การวางแผน จะมียังค์ประกอบย่อยในด้าน ทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่และการจัดการ
- 2) การจัดองค์กร จะมียังค์ประกอบย่อยในด้าน ทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่และการจัดการ
- 3) การปฏิบัติการ
- 4) ด้านการควบคุม จะมียังค์ประกอบย่อยในด้าน ทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่และการจัดการ



ภาพที่ 21 แสดงให้เห็นรายละเอียดจุดแข็งและจุดอ่อนด้านการวางแผน (Planning) ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นน้ำฟ้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

จากภาพที่ 21 แสดงให้เห็นว่า จุดแข็งการวางแผน ของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นน้ำฟ้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยอยู่ในด้าน เครื่องมือ อุปกรณ์และ ส่วนในจุดอ่อนนั้นจะอยู่ในด้านทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุนและการจัดการ



ภาพที่ 22 แสดงให้เห็นรายละเอียดจุดแข็งและจุดอ่อนด้านการจัดการองค์การ (Organizing)

ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่พาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

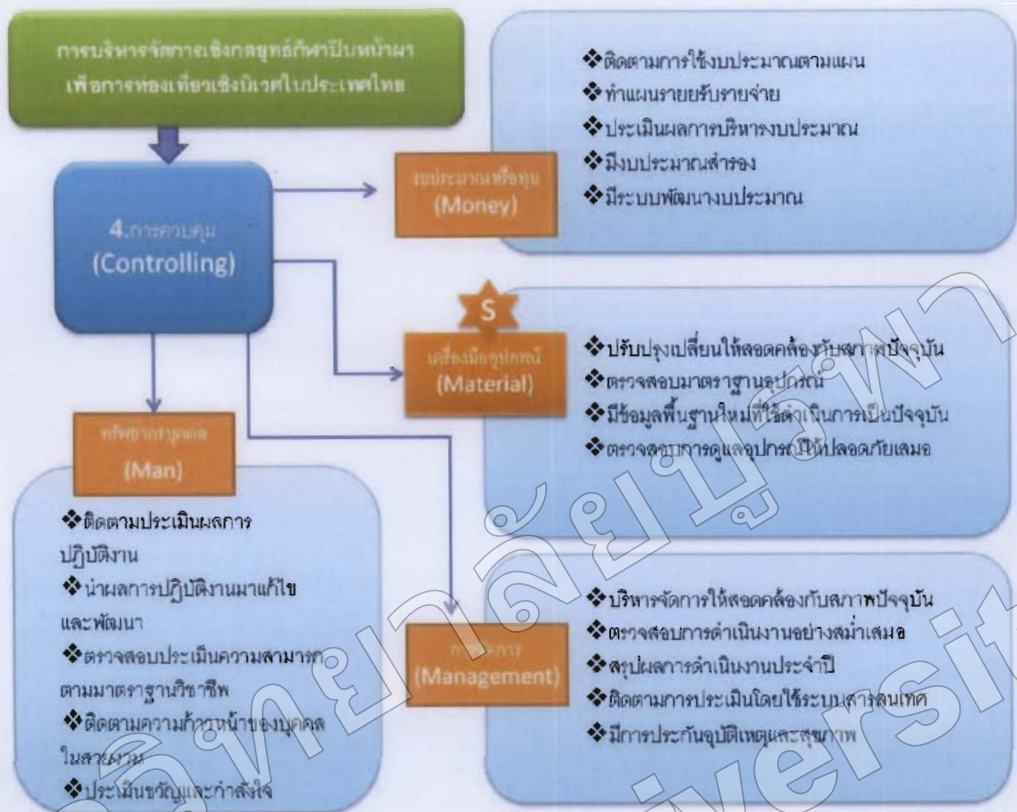
จากภาพที่ 22 แสดงให้เห็นว่า จุดแข็งของการจัดการองค์การของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่พาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย อยู่ในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ และการจัดการ ส่วนในจุดอ่อนนั้นจะอยู่ในด้านทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน



ภาพที่ 23 แสดงให้เห็นรายละเอียดจุดแข็งและจุดอ่อนด้านการปฏิบัติการ (Implementing)

ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่จำเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

จากภาพที่ 23 แสดงให้เห็นว่า จุดแข็งการปฏิบัติการของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่จำเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย อยู่ในด้านด้านทรัพยากรบุคคล, เครื่องมือ อุปกรณ์ และสถานที่และการจัดการ ส่วนในจุดอ่อนนั้นจะอยู่ในด้านงบประมาณหรือทุน



ภาพที่ 24 แสดงให้เห็นรายละเอียดจุดแข็งและจุดอ่อนด้านการควบคุม (Controlling) ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีหน้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

จากภาพที่ 24 แสดงให้เห็นว่า จุดแข็งของการควบคุมของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีหน้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยอยู่ในด้าน เครื่องมือ อุปกรณ์และสถานที่ ส่วนในจุดอ่อนนั้นจะอยู่ในด้านด้านทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุนและการจัดการ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์การดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้จัดสนทนากลุ่มประเด็นหลักด้านการวิเคราะห์การดำเนินงาน (ยุทธศาสตร์)

โดยใช้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 (แบบสอบถามและการสัมภาษณ์) เป็นฐานข้อมูลดังนี้

1. ทำการสนทนากลุ่มโดยผู้ทรงคุณวุฒิทางกีฬาเป็นหน้าผาจำนวน 9 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาจากประสบการณ์ของผู้ร่วมสนทนา ซึ่งประกอบด้วย นายนที เริ่งสะอาด ผู้เชี่ยวชาญกีฬาเป็นหน้าผาสมาคมกีฬาเป็นหน้าผาแห่งประเทศไทย และผู้จัดการฝ่ายกิจกรรม ภูแก้ววีรสิทธิ์ แอนด์ แอดเวนเจอร์ ปาร์ค, นายไกรศักดิ์ บุญทิพย์ ผู้เชี่ยวชาญการเป็นหน้าผากรมการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจกีฬาเป็นหน้าผา Procamber กรุงเทพฯ, นายธนศ กิตติกรพานิช ผู้ประกอบการธุรกิจเป็นหน้าผาสามชุก สุพรรณบุรี และผู้สำรวจการวางเส้นทาง/ สร้างเส้นทางเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวและเป็นผู้เชี่ยวชาญการเป็นหน้าผากรมการท่องเที่ยว นายรังสรรค์ สงวนศรี ผู้ประกอบการกีฬาเป็นหน้าผากรุงเทพฯ (BRC) และบริษัท Rock Camp กรุงเทพฯและผู้เชี่ยวชาญด้านการเป็นหน้าผาและการทำงานบนที่สูง, นายอนุกุล สอนเอก เป็นผู้เชี่ยวชาญการสำรวจถ้ำและนกเงือกในประเทศไทย ผู้ประกอบการกีฬาเป็นหน้าผาจังหวัดสระบุรี และเป็นผู้เชี่ยวชาญกีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว, รองศาสตราจารย์ธงชัย เจริญทรัพย์มณี ผู้อำนวยการในระบอบการบริหารองค์การ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, อาจารย์บุปผา ปลื้มสำราญ ผู้อำนวยการในการจัดการท่องเที่ยวให้คำปรึกษาการท่องเที่ยว ภาควิชาสุขศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร นายทศพล ธาณี ผู้เชี่ยวชาญการจัดกิจกรรมธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ดร.พัชรรัชศักดิ์ ัญญประจัญบาน ผู้อำนวยการในการบริหารองค์การ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ได้ให้ข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 การวางแผน

- 1.1.1 ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้รับรู้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น
- 1.1.2 ควรมีมาตรฐานสำหรับคนไทยในการเป็นหน้าผา
- 1.1.3 ควรมีการยกระดับความสามารถของผู้ให้บริการในการนำเส้นทางเป็นหน้าผา
- 1.1.4 ควรมีการดำเนินการสร้างมาตรฐานของหลักสูตร
- 1.1.5 ควรมีการรวมตัวของผู้ประกอบการจัดตั้งเป็นองค์กรกลางของการเป็นหน้าผา
- 1.1.6 เน้นการดำเนินการทั้งในด้านที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้โดยเฉพาะ

ระบบการจัดการ

- 1.1.7 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการดำเนินการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง
- 1.1.8 มีแผนการพัฒนาการฝึกอบรม ระดับความรู้และระบบฐานข้อมูล

1.2 การจัดองค์กร

- 1.2.1 วางแนวทางในเรื่องมาตรฐานขององค์การ
- 1.2.2 ถอดบทเรียนจากธุรกิจของต่างประเทศมาประยุกต์ใช้ในแนวทางที่เป็นเอกลักษณ์ของคนไทย
- 1.2.3 เปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส สร้างจุดอ่อนให้พลิกกลับเป็นจุดแข็ง
- 1.2.4 มีเว็บไซต์ในระบบสารสนเทศ
- 1.2.5 มีองค์กรกลางที่เป็นตัวกำหนดมาตรฐานในการป็นหน้าผา
- 1.2.6 มีการจัดการบริหารจัดการการป็นหน้าผาแบบยั่งยืน
- 1.2.7 แบ่งหน้าที่ของการประกอบกิจกรรมป็นหน้าผาให้ชัดเจน
- 1.2.8 มีกระบวนการพัฒนาโครงสร้างการพัฒนานุเคราะห์

1.3 การปฏิบัติการ

- 1.3.1 มีโครงสร้างในการพัฒนาองค์กรอย่างชัดเจน
- 1.3.2 สร้างภาพลักษณ์ของกิจกรรมป็นหน้าผาที่ดีต่อมวลชน
- 1.3.3 มีตราสินค้าในการป็นหน้าผาที่ชัดเจน
- 1.3.4 มีสัญลักษณ์รองรับการท่องเที่ยว
- 1.3.5 สร้างมาตรฐานศักยภาพของบุคคลให้มีมาตรฐานและมีแนวทางอย่างชัดเจน

1.4 การควบคุม

- 1.4.1 มีการทดสอบมาตรฐานในการปฏิบัติการป็นหน้าผากับผู้นำเส้นทาง
- 1.4.2 กำหนดเกณฑ์และการควบคุมการจัดระบบของการดูแลความปลอดภัยและในใบประกอบการป็นหน้าผาให้ชัดเจน
- 1.4.3 ปฏิบัติการให้ความรู้เกี่ยวกับงบประมาณและทุน
- 1.4.4 การแบ่งกลุ่มของอุปกรณ์

2. นำผลที่ได้รับไปผ่านความเห็นชอบและชี้แนะจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับ

กีฬาป็นหน้าผาจำนวน 3 คน บริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลประกอบดังนี้

- 2.1 การบริหารองค์การอย่างมีระบบ
- 2.2 เน้นเรื่องความปลอดภัยในระบบการบริหารจัดการทุกกระบวนการของกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

2.3 กำหนดบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจน

2.4 การจัดการระบบสารสนเทศต้องรองรับการบริหารจัดการกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

2.5 การอบรมเพิ่มเติมความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ ผู้นำเส้นทางและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ทันต่อเหตุการณ์ในโลกปัจจุบัน

2.6 ควรหน่วยงานกลางในท้องถิ่นที่เป็นส่วนประสานงานรักษาผลประโยชน์ดูแลมาตรฐานและติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและระดับนานาชาติ

2.7 ปรับแผนการดำเนินการประจำปีอย่างมีเป้าหมายและปรับแผนตามสภาพสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไปรวมทั้งการทำรายงานประจำปี

2.8 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐบาล ภาคเอกชนและสมาคมกีฬาป็นหน้าผาแห่งประเทศไทย จะต้องร่วมมือกันส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวกีฬาป็นหน้าผาเชิงนิเวศในประเทศไทยอย่างยั่งยืน

2.9 ต้องมีมาตรฐานกลางของการดำเนินการ หลักสูตรของการอบรม หลักสูตรผู้นำเส้นทางหรือมาตรฐานของอุปกรณ์และมาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมารองรับการดำเนินการเพื่อประสิทธิภาพ

2.10 ควรมีการกำหนดนโยบายและจัดทำแผนกลยุทธ์ที่ชัดเจน

2.11 มีการตรวจสอบสถานะการดำเนินการทางการเงินและการบริหารจัดการอย่างสม่ำเสมอ

2.12 นำจุดเด่นในแต่ละพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตนนำมาเป็นจุดส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬาป็นหน้าผาเชิงนิเวศในประเทศไทยอย่างป็นรูปร่างและชัดเจน

2.13 สร้างเครือข่ายพันธมิตรกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

2.14 รัฐบาลจะต้องสนับสนุนและชี้ชัดในส่วนองกีฬาป็นหน้าผาอย่างชัดเจนในการส่งเสริมและดำเนินการให้ต่อเนื่องป็นการเฉพาะยกระดับไปยั้งระดับนานาชาติ

ขั้นตอนที่ 3 ประชาพิจารณ์เพื่อจัดเวทีวิทยากรบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ปรับรูปแบบและกระบวนการในการกำหนดรูปแบบในขั้นตอนสุดท้ายเพื่อนำไปรายงานผลวิจัยและนำไปใช้ต่อไป

1. ทำการประชาพิจารณ์เพื่อจัดเวทีวิทยากรในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ จำนวน 17 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและแนวโน้มความเป็นไปได้ของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ในการจัดประชาพิจารณ์โดยจัดเวทีทำการวิพากษ์ขึ้นวันศุกร์ที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 เวลา 09.30 - 12.30 น. ณ ห้องประชุมภาควิชาพลศึกษา อาคาร 14 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร มีผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ จำนวน 17 คน ให้ข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 สถานที่ใช้ในกีฬาปีนหน้าผาจะต้องมีความปลอดภัยและได้รับการดูแลเอาใจใส่ อยู่เสมอ

1.2 ควรมีการประสานงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกันและมีความเอื้ออาทรต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของภารกิจปีนหน้าผาร่วมกัน ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องรวมทั้งกรมป่าไม้

1.3 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในระบบการบริหารจัดการกีฬาปีนหน้าผา ต้องมีการจัดการที่เป็นระบบสามารถตรวจสอบและสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวได้

1.4 สถานประกอบการต้องดำเนินการอย่างมีเป้าหมายที่ชัดเจน ในเรื่องของ การยกระดับภาพลักษณ์ของสถานประกอบการให้เป็นที่น่าเชื่อถือในระดับชาติและระดับนานาชาติ

1.5 มีเครือข่ายในการช่วยเหลือเป็นพันธมิตรของผู้ประกอบการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

1.6 มีองค์กรกลางประสานความร่วมมือที่เป็นจุดศูนย์กลางของพื้นที่ในการควบคุมดูแล กำกับ มาตรฐานการกีฬาปีนหน้าผาให้ครอบคลุมในพื้นที่ที่เป็นลักษณะเฉพาะในกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

1.7 ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรกีฬาปีนหน้าผาอย่างชัดเจนในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้อง สร้างองค์ความรู้ใหม่ให้ทันสมัย

1.8 พัฒนาหลักสูตรมาตรฐานของกีฬาปีนหน้าผาให้ครอบคลุมในทุกมาตรฐาน

1.9 ให้ความสำคัญในเอกสารประกอบการปีนหน้าผา เช่น บัตรประจำตัวผู้นำเส้นทาง เอกสารผู้ประกอบการกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยว ใบบรรองความสามารถของผู้นำเส้นทางในแต่ละระดับ

1.10 สร้างหน้าตราและรูปแบบสัญลักษณ์ ภาพลักษณ์เฉพาะสำหรับกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวและสร้างเอกลักษณ์การปีนหน้าผาเป็นลักษณะเฉพาะที่สื่อความหมายถึงกีฬาปีนหน้าผาในประเทศไทย

1.11 ใช้สารสนเทศเข้ามาในระบบการบริหารจัดการ สร้างระบบฐานข้อมูลของผู้ประกอบการทั้งในด้านการวางแผน การจ้องการ การปฏิบัติงานและการตรวจสอบควบคุมดูแล เพื่อได้ข้อมูลที่ทันสมัยและส่งเสริมธุรกิจกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเช่น การทำฐานข้อมูลประวัติของเชือกเพื่อการตรวจสอบประวัติการใช้ สร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ เป็นต้น

1.12 ควรมีการประสานงานระหว่างองค์กรต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ เพื่อยกระดับการดำเนินการบริหารจัดการกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไปสู่ระดับนานาชาติ

1.13 สร้างตราสินค้าที่ชัดเจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

1.14 มีระบบดูแลและให้การช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุที่เป็นสภาวะฉุกเฉินหรือเกิดอุบัติเหตุในการปีนหน้าผา สามารถเคลื่อนที่ไปให้การช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที

1.15 ให้ความสำคัญในอุปกรณ์ทุกชิ้นที่ใช้ในกีฬาปีนหน้าผา ตรวจสอบสภาพอยู่เสมอและอุปกรณ์จะต้องได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลเพื่อความปลอดภัยและความมั่นใจในการใช้เสมอ

1.16 สร้างจิตสำนึกและตระหนักถึงความสำคัญในการปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.17 มีการจัดหมวดหมู่ของการใช้อุปกรณ์การปีนหน้าผาให้ถูกประเภทและถูกต้องตามชนิดหรือประเภทที่ทำการปีนหน้าผา

1.18 ส่งเสริมกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้แพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทย

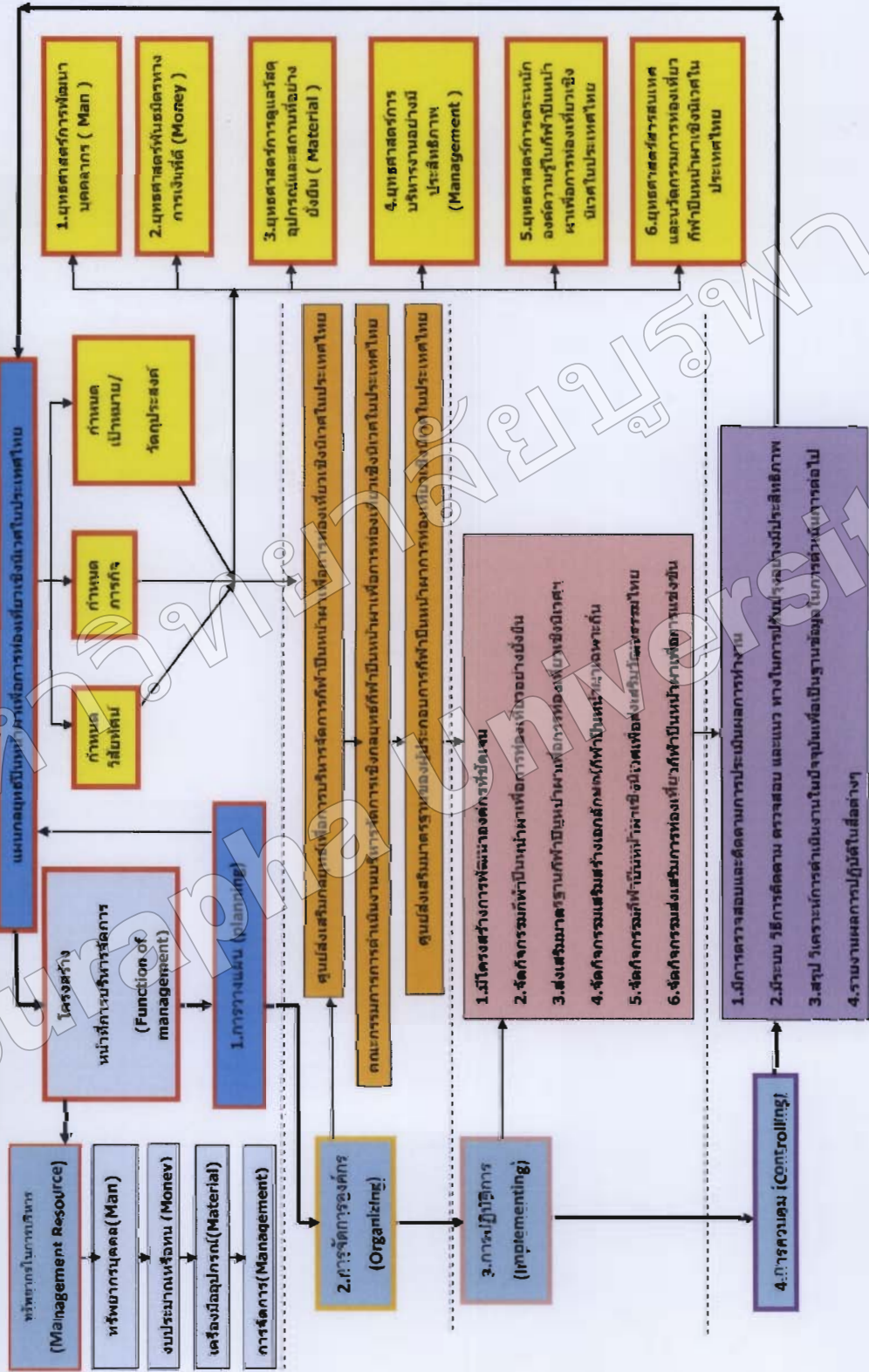
1.19 ให้บริการด้วยความประทับใจในการกระทำที่เป็นมิตรไมตรีสร้างความมั่นใจในระบบของการปีนหน้าผาและความเชื่อมั่นในผู้นำเส้นทางที่ส่งผลสะท้อนกลับมายังสถานประกอบการและธุรกิจกีฬาปีนหน้าผาโดยตรง ,

1.20 มีระบบการให้การประชาสัมพันธ์ในแง่บวกต่อการบริหารจัดการกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

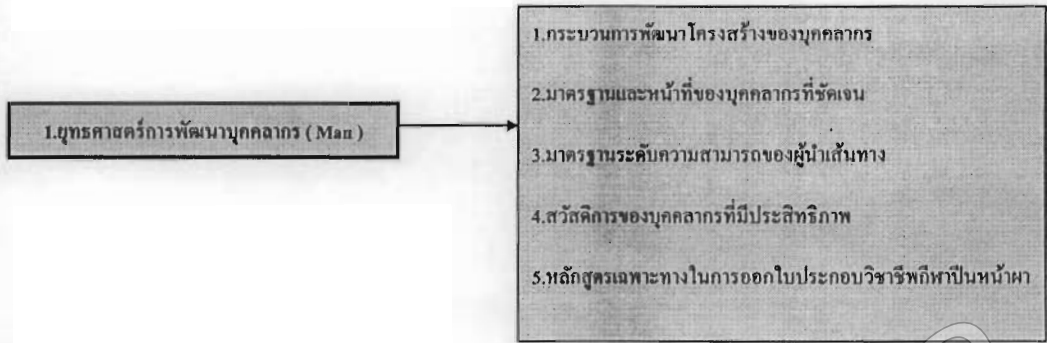
1.21 ส่งเสริม สนับสนุนและให้โอกาสในการสร้างความเชื่อมั่นด้านกิจกรรมการกีฬาปีนหน้าผาเพื่อความสนุกสนาน จะก่อให้เกิดเป็นกิจกรรมนันทนาการที่นำไปสู่การกีฬาปีนหน้าผาเชิงนิเวศในประเทศไทยอย่างยั่งยืน

2. ผลของการวิพากษ์ข้อมูลจากการทำประชาพิจารณ์ ตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ ก่อให้เกิดเป็นรูปแบบที่เหมาะสมของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย นำรูปแบบนี้ไปสรุปและอภิปรายผลเอกสารงานวิจัยตีพิมพ์ เพื่อเผยแพร่และนำไปใช้ต่อไป

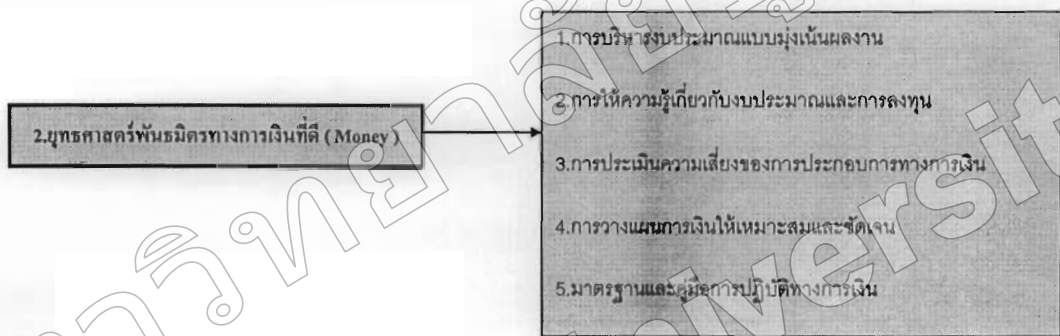
รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
 MODEL : A MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM IN THAILAND



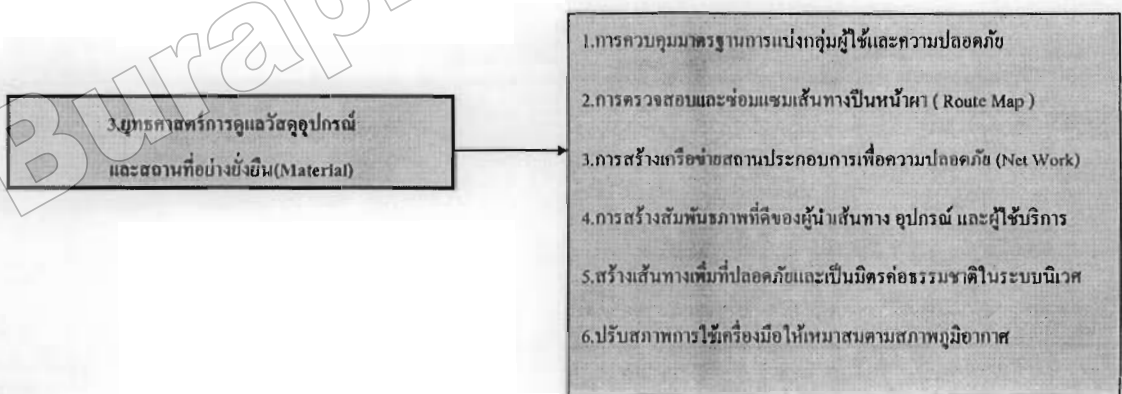
ภาพที่ 25 แสดงรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย



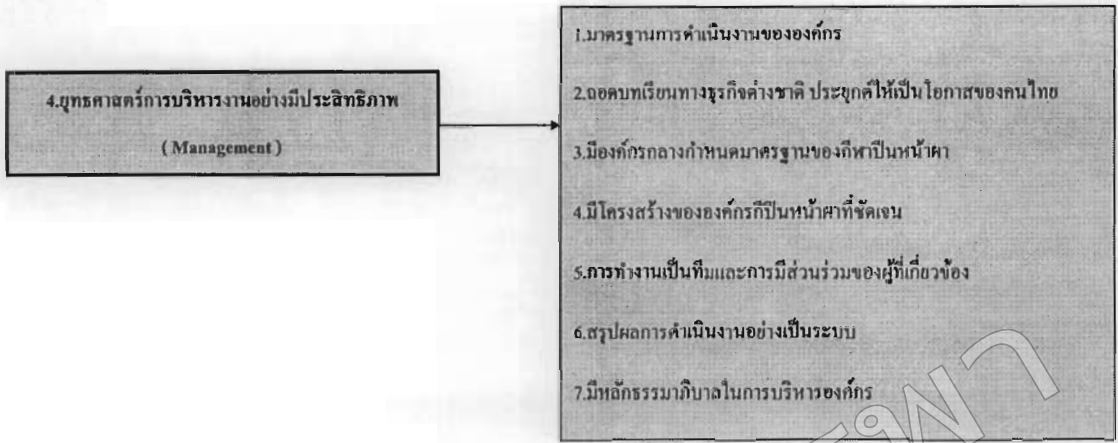
ภาพที่ 26 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์การพัฒนากุศลกร (Man)



ภาพที่ 27 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์พันธมิตรทางการเงินที่ดี (Money)



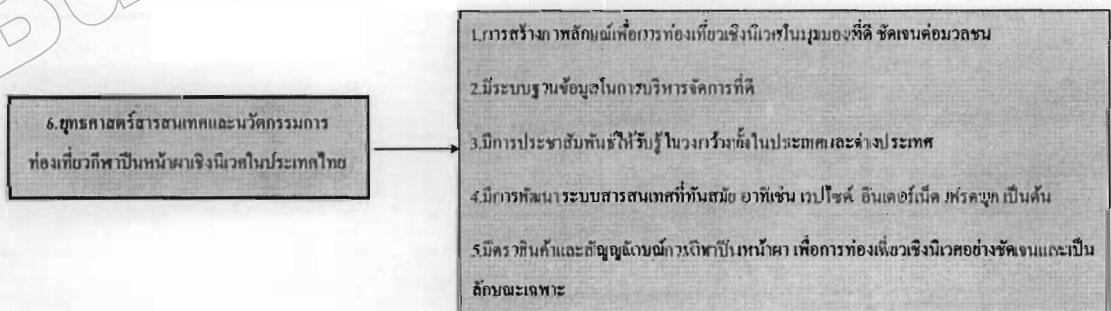
ภาพที่ 28 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์การดูแลวัสดุอุปกรณ์และสถานที่อย่างยั่งยืน (Material)



ภาพที่ 29 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Management)



ภาพที่ 30 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์การตระหนักรู้ความรู้อันกีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย



ภาพที่ 31 แสดงองค์ประกอบ (กลยุทธ์) ของยุทธศาสตร์สารสนเทศและนวัตกรรมการท่องเที่ยวกีฬาเป็นหน้าผาเชิงนิเวศในประเทศไทย

จากภาพที่ 26 – 31 แสดงรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย (A MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM IN THAILAND) ซึ่งใช้หลักการ โครงสร้างหน้าที่การบริหารจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การปฏิบัติการ การควบคุม และหลักการของทรัพยากร ในการบริหาร ซึ่งประกอบด้วย ทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน เครื่องมือ อุปกรณ์และสถานที่ และการจัดการในรูปแบบของการวางแผนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย นั้นจะได้ แผนกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งมีการกำหนดวิสัยทัศน์ กำหนดภารกิจ และกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ เพื่อที่จะนำไปสู่ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย 6 แผนยุทธศาสตร์ และ 33 แผนกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย

- 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนากุศลกร ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ กระบวนการพัฒนาโครงสร้างของกุศลกร มาตรฐานและหน้าที่ของกุศลกรที่ชัดเจน มาตรฐานระดับความสามารถของผู้นำเส้นทาง สวัสดิการของกุศลกรที่มีประสิทธิภาพ และหลักสูตรเฉพาะทางในการฝึกอบรมวิชาชีพกีฬาปีนหน้าผา
- 2) ยุทธศาสตร์พันธมิตรทางการเงินที่ดี ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ การบริหารงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน การให้ความรู้เกี่ยวกับงบประมาณและการลงทุน การประเมินความเสี่ยงของการประกอบการทางการเงิน การวางแผนการใช้เงินให้เหมาะสมและชัดเจน และมาตรฐานและคู่มือการปฏิบัติทางการเงิน
- 3) ยุทธศาสตร์การดูแลวัสดุอุปกรณ์และสถานที่อย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ ได้แก่ การควบคุมมาตรฐานการแบ่งกลุ่มผู้ใช้และความปลอดภัย การตรวจสอบและซ่อมแซมเส้นทางปีนหน้าผา (Route Map) การสร้างเครือข่ายสถานประกอบการเพื่อความปลอดภัย (Net Work) การสร้างสัมพันธภาพที่ดีของผู้นำเส้นทาง อุปกรณ์และผู้ให้บริการ สร้างเส้นทางเพิ่มที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อธรรมชาติในระบบนิเวศ และปรับสภาพการใช้เครื่องมือให้เหมาะสมตามสภาพภูมิอากาศ
- 4) ยุทธศาสตร์การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วย 7 กลยุทธ์ ได้แก่ มาตรฐานการดำเนินงานขององค์การ ถอดบทเรียนทางธุรกิจต่างชาติ ประยุกต์ให้เป็นโอกาสของคนไทย มีองค์กรกลางกำหนดมาตรฐานกีฬาปีนหน้าผาที่ชัดเจน การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง สรุปผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ และมีหลักธรรมาภิบาลในการบริหารองค์การ
- 5) ยุทธศาสตร์การตระหนักองค์ความรู้ในกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ เปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส สร้างจุดอ่อนเป็นจุดเด่น ปรับเปลี่ยนตามสภาวะที่เหมาะสม จัดสร้างกระบวนการสร้างองค์ความรู้เพื่อการปีนหน้าผาอย่างยั่งยืน มีกระบวนการพัฒนาชุมชน ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ตระหนักรู้เกี่ยวกับกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยว

เชิงนิเวศในประเทศไทย สร้างมาตรฐานของกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย และอนุรักษ์ระบบนิเวศวิทยาโดยใช้การกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นต้นนำ

6) ยุทธศาสตร์สารสนเทศและนวัตกรรมการท่องเที่ยวกีฬาปีนหน้าผาเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมุมมองที่ดี ชัดเจนต่อมวลชน, มีระบบฐานข้อมูลในการบริหารจัดการที่ดี, มีการประชาสัมพันธ์ให้รับรู้ ในวงกว้าง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ทันสมัย อาทิเช่น เวย์ไปไซต์ อินเทอร์เน็ต เฟรตบุค เป็นต้น มีตราสินค้าและสัญลักษณ์การกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างชัดเจนและเป็นลักษณะเฉพาะ ในด้านการจัดการองค์การนั้นมี 3 หน่วยงานกลาง ที่รับผิดชอบ ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมกลยุทธ์เพื่อการบริการจัดการกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีคณะกรรมการดำเนินงานการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยและมีศูนย์ส่งเสริมมาตรฐานของผู้ประกอบการกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในด้านการปฏิบัติการ ดำเนินการในเรื่อง มีโครงสร้างการพัฒนางานองค์กรอย่างชัดเจน จัดกิจกรรมกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่งเสริมมาตรฐานกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จัดกิจกรรมส่งเสริมเอกลักษณ์กีฬาปีนหน้าผาเฉพาะถิ่น จัดกิจกรรมกีฬาปีนหน้าผาเชิงนิเวศเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทยและ จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการแข่งขัน และในด้านการควบคุมมีการ ดำเนินการจัดการควบคุมติดตามและดูแลในด้าน มีการตรวจสอบและติดตามการประเมินผล การทำงาน มีระบบ วิธีการติดตามและแนวทางในการปรับปรุงอย่างมีประสิทธิภาพ สรุปวิเคราะห์ การดำเนินงานในปัจจุบัน เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการดำเนินการต่อไปและรายงานผลการปฏิบัติ ในสื่อต่าง ๆ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางและความเรียงตามลำดับดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งผลจากการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ประกอบด้วย

1.1 รูปแบบของการวางแผน ซึ่งในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยนั้น จะได้แผนกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งมีการกำหนดวิสัยทัศน์ กำหนดภารกิจ และกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ เพื่อที่จะนำไปสู่ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย 6 แผนยุทธศาสตร์ และ 33 แผนกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย

1) ยุทธศาสตร์การพัฒนากุศลกร ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ กระบวนการพัฒนาโครงสร้างของกุศลกร มาตรฐานและหน้าที่ของกุศลกรที่ชัดเจน มาตรฐานระดับความสามารถของผู้นำเส้นทาง สวัสดิการของกุศลกรที่มีประสิทธิภาพและหลักสูตรเฉพาะทางในการออกไปประกอบวิชาชีพกีฬา ป็นหน้าผา

1.2 ยุทธศาสตร์พันธมิตรทางการเงินที่ดี ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ การบริหารงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน การให้ความรู้เกี่ยวกับงบประมาณและการลงทุน การประเมินความเสี่ยงของการประกอบการทางการเงิน การวางแผนการเงินให้เหมาะสมและชัดเจน และมาตรฐานและคู่มือการปฏิบัติทางการเงิน

1.3 ยุทธศาสตร์การดูแลวัสดุอุปกรณ์และสถานที่อย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ ได้แก่ การควบคุมมาตรฐานการแบ่งกลุ่มผู้ใช้และความปลอดภัย การตรวจสอบและซ่อมแซมเส้นทางป็นหน้าผา (Route Map) การสร้างเครือข่ายสถานประกอบการเพื่อความปลอดภัย (Net Work) การสร้างสัมพันธภาพที่ดีของผู้นำเส้นทาง อุปกรณ์และผู้ให้บริการ สร้างเส้นทางเพิ่มที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อธรรมชาติในระบบนิเวศ และปรับสภาพการใช้เครื่องมือให้เหมาะสมตามสภาพภูมิอากาศ

1.4 ยุทธศาสตร์การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วย 7 กลยุทธ์ ได้แก่ มาตรฐานการดำเนินงานขององค์กร ถอดบทเรียนทางธุรกิจต่างชาติ ประยุกต์ให้เป็นโอกาสของคนไทย มีองค์กรกลางกำหนดมาตรฐานกีฬาปีนหน้าผาที่ชัดเจน การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง สรุปผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ และมีหลักธรรมาภิบาลในการบริหารองค์กร

1.5 ยุทธศาสตร์การตระหนักรู้ในกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ เปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส สร้างจุดอ่อนเป็นจุดเด่น ปรับเปลี่ยนตามสถานะที่เหมาะสม จัดสร้างกระบวนการสร้างองค์ความรู้เพื่อการปีนหน้าผาอย่างยั่งยืน มีกระบวนการพัฒนาชุมชน ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้ตระหนักรู้เกี่ยวกับกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย สร้างมาตรฐานของกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยและอนุรักษ์ระบบนิเวศวิทยา โดยใช้การกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นตัวนำ

1.6 ยุทธศาสตร์สารสนเทศและนวัตกรรมการท่องเที่ยวกีฬาปีนหน้าผาเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมุมมองที่ดี ชัดเจนต่อมวลชน มีระบบฐานข้อมูลในการบริหารจัดการที่ดี มีการประชาสัมพันธ์ให้รับรู้ในวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ทันสมัย อาทิเช่น เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก เป็นต้นมีตราสินค้าและสัญลักษณ์การกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างชัดเจนและเป็นลักษณะเฉพาะ ในด้านการจัดการองค์กร นั้นมี 3 หน่วยงานกลางที่รับผิดชอบ ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมกลยุทธ์เพื่อการบริการจัดการกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีคณะกรรมการดำเนินงานการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย และมีศูนย์ส่งเสริมมาตรฐานของผู้ประกอบการกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในด้านการปฏิบัติการ ดำเนินการในเรื่องมีโครงสร้างการพัฒนางานองค์กรอย่างชัดเจน จัดกิจกรรมกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่งเสริมมาตรฐานกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จัดกิจกรรมสร้างเสริมเอกลักษณ์กีฬาปีนหน้าผาเฉพาะถิ่น จัดกิจกรรมกีฬาปีนหน้าผาเชิงนิเวศเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทย และจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการแข่งขัน และในด้านการควบคุม มีการดำเนินการจัดการควบคุมติดตามและดูแลในด้าน มีการตรวจสอบและติดตามการประเมินผลการดำเนินงานมีระบบ วิธีการติดตามและแนวทางในการปรับปรุงอย่างมีประสิทธิภาพ สรุปวิเคราะห์การดำเนินงานในปัจจุบันเพื่อเป็นฐาน ข้อมูลในการดำเนินการต่อไปและรายงานผลการปฏิบัติในสื่อต่าง ๆ

อภิปรายผล

จากการวิจัยเพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาน้ำฟ้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย มีผลการวิเคราะห์ที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

1. ในการจัดการนำรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาน้ำฟ้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ไปใช้ในการปฏิบัติจะต้องคำนึงถึงความสำคัญของหน้าที่การบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับ Bridges and Roquemore (2001, p. 27) ที่ให้ความหมายไว้ว่าเป็นการประสานงานการใช้ทรัพยากรองค์กรเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ซึ่งจะต้องใช้หน้าที่ของการบริหารจัดการเป็นกระบวนการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การปฏิบัติการและการควบคุม (Dessler, 1998, p. 679) โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการบริหารจัดการ กีฬาน้ำฟ้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จำเป็นต้องใช้หลักการดังที่กล่าวมาแล้วเพื่อให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพอย่างแท้จริง รวมทั้งการใช้ทรัพยากรในการบริหารมาดำเนินการเป็นตัวขับเคลื่อนโครงสร้างหน้าที่ในการบริหารจัดการที่ประกอบไปด้วย ทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ และการจัดการสอดคล้องกับ Australian Sport Commission (2004) ที่ได้นำเสนอขั้นตอนไว้ 4 ขั้นตอนและสอดคล้องกับ Trevor (1997) ที่กล่าวถึงการจัดตั้งองค์การทางกีฬานั้นมีความจำเป็นและมีความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมทางกีฬา โดยจะต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) ซึ่งจะต้องมองปัจจัยทั้งภายในและภายนอกรวมทั้งปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น จุดแข็ง จุดอ่อน สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก เป็นต้น ซึ่งขั้นตอนและกระบวนการการวางแผนกลยุทธ์ต้องประกอบด้วย การเตรียมการวางแผน (Pre Plane Position) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategic Formulation) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategic Implementation) และการประเมินกลยุทธ์ (Strategic Evaluation) ซึ่งในรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาน้ำฟ้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ได้ใช้หลักการดังกล่าวมาดำเนินการตามหลักการซึ่งสร้างโครงสร้างองค์กรเป็นแบบแผน หน้าที่ ความสัมพันธ์ในองค์กรดังกล่าว ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการวางแผน การจัดองค์กร การปฏิบัติการและการควบคุมอย่างเป็นระบบและชัดเจนในรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาน้ำฟ้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ กำหนดภารกิจ กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ไว้ในขบวนการการวางแผน ก่อให้เกิดเป็นแผนกลยุทธ์กีฬาน้ำฟ้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ที่ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ 33 กลยุทธ์ ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ ซึ่งประกอบด้วย ยุทธศาสตร์การพัฒนากุศลกร ยุทธศาสตร์พันธมิตรทางการเงินที่ดี ยุทธศาสตร์การดูแลวัสดุ อุปกรณ์และสถานที่อย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ยุทธศาสตร์การตระหนักองค์ความรู้ในกีฬาน้ำฟ้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยและ

ยุทธศาสตร์สารสนเทศและนวัตกรรมการท่องเที่ยวกีฬาป็นหน้าผาเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามหลักการของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

2. ในการจัดองค์กรนั้นจะต้องมีการตัดสินใจเลือกวิธีการในการจัดกลุ่มแบ่งกิจกรรมและการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรออกเป็นหมวดหมู่อย่างมีระเบียบ (Giffin, 1999, p. 324) เพราะเป็นการรวมตัวกัน เพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน (เสนาะ ดิยาวี, 2546, หน้า 4) สร้างองค์กรเป็นองค์การจัดระเบียบกลุ่ม ซึ่งเป็นหน่วยงานทางสังคมการกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งแบ่งเป็นศูนย์ส่งเสริม กลยุทธ์เพื่อการบริหารจัดการกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีคณะกรรมการดำเนินการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งประเทศไทย และศูนย์ส่งเสริมมาตรฐานของผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผาเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งเป็นกระบวนการจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพและรับผิดชอบหน้าที่ทางการกีฬาป็นหน้าผาอย่างชัดเจน เป็นการส่งเสริมประสิทธิภาพในการดำเนินการที่มีทิศทางที่ชัดเจนและไปในทิศทางเดียวกัน ก่อให้เกิดประโยชน์และเป็นการร่วมกันพัฒนากีฬาป็นหน้าผาเป็นอย่างดี ตัวอย่างเช่น การส่งเสริมมาตรฐานของผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ดีของผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ต่อเนื่อง ไปยังความปลอดภัยของผู้ใช้บริการรวมทั้งการให้บริการที่ดีของผู้ประกอบการ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกีฬาป็นหน้าผามากขึ้น และก่อให้เกิดนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางการกีฬา

3. ในการปฏิบัติการเป็นสิ่งที่สำคัญของการดำเนินการในรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เพราะการปฏิบัติการที่ชัดเจนและปลอดภัยจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในองค์กรทางการกีฬาป็นหน้าผา รวมทั้งผู้ประกอบการมีการปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เพราะแผนการและโครงการต่างๆ ไปสู่การปฏิบัติโดยอาศัยบุคคลในองค์กร (Bridges & Roquemore, 2001, p. 30) ซึ่งรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย มีองค์ประกอบในการปฏิบัติการที่ชัดเจนในด้าน โครงสร้างการพัฒนาองค์กรที่ชัดเจน การจัดการกิจกรรมกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่งเสริมมาตรฐานกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จัดกิจกรรมเสริมสร้างเอกลักษณ์กีฬาป็นหน้าผาเฉพาะถิ่น จัดกิจกรรมกีฬาป็นหน้าผาเชิงนิเวศเพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย และจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการแข่งขัน กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ส่งผลต่อคุณค่าและคุณภาพของ

แผนกลยุทธ์กีฬาปีหน้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยอย่างชัดเจน ควรเน้นการดำเนินการที่เป็นจริงและก่อให้เกิดประโยชน์ที่ชัดเจนในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมการกีฬาปีหน้าผาในประเทศไทยให้แพร่หลายออกไปในวงกว้าง

4. ในด้านการควบคุมตามแผนกลยุทธ์กีฬาปีหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยนั้น จะต้องมีการควบคุมที่ชัดเจนเพื่อประสิทธิภาพของงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ รวมทั้งได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงในรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เพราะการควบคุมเป็นการพยายามอย่างมีระบบเพื่อให้ผลงานที่ได้ปฏิบัติได้มาตรฐานที่ดี รวมทั้งการออกแบบข้อมูลย้อนกลับ การเปรียบเทียบผลที่ได้รับจริงกับมาตรฐานที่ได้กำหนดเอาไว้ล่วงหน้าว่าแตกต่างกันหรือไม่ การแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อเป็นการบังคับใช้ทรัพยากรขององค์กร ให้ดำเนินไปตามเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ (Mocker, 1972, p. 2) ซึ่งในรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยนั้นมีมาตรฐานการติดตามการประเมินผลการทำงาน มีระบบ วิธีการติดตามตรวจสอบและแนวทางในการปรับปรุงอย่างมีประสิทธิภาพ สรุปวิเคราะห์การดำเนินงานในปัจจุบันเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการดำเนินงานต่อและรายงานผลการปฏิบัติในสื่อต่าง ๆ ซึ่งการควบคุมทางวางแผนนโยบายการปฏิบัติที่ชัดเจนไว้แล้วนั้น จะเป็นการตรวจสอบว่าทุกสิ่งทุกอย่างดำเนินการสอดคล้องไปตามแผนหรือคำสั่งและหลักการหรือมาตรฐานที่กำหนดเอาไว้หรือไม่ หรือเป็นการควบคุมมาตรฐานที่จะประกันผลการปฏิบัติงานให้บรรลุตามแผนที่วางไว้ซึ่งในรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยนั้นจำเป็นต้องดำเนินงานตามหลักการดังกล่าว เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างแท้จริง

5. ในการดำเนินการรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยนั้นจะต้องคำนึงถึงระบบนิเวศเป็นสำคัญ ผู้ให้บริการท่องเที่ยวกีฬาปีหน้าผาจะต้องมีองค์ความรู้และตระหนักถึงการปีนหน้าผาโดยรักษาระบบนิเวศเอาไว้เพื่อให้เกิดความงามตามธรรมชาติที่ปรากฏ อีกทั้งเป็นการยกระดับจิตใจในแง่ของการปฏิบัติที่มีวินัยในตนเองก่อให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติ ก่อให้เกิดเป็นระบบนิเวศที่ยั่งยืนคู่กับกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้กิจกรรมการกีฬาปีหน้าผาเป็นสื่อ อีกทั้งต้องสร้างองค์ความรู้สู่ชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่ให้ตระหนัก รับรู้ ห่วงเหินและเป็นมิตรต่อผู้ใช้บริการและธรรมชาติในระบบนิเวศที่ยั่งยืน จะก่อให้เกิดเป็นความสัมพันธ์ที่ดีทั้งเจ้าของพื้นที่ในการให้บริการ ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลและเอกชนเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้และก่อให้เกิดความสุขร่วมกันในการดำเนินการในกิจกรรมปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

เป็นการกระจายรายได้และการมีส่วนร่วมของสังคมที่จะก่อให้เกิดเป็นทัศนคติที่ดีทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญจะต้องมีการประยุกต์ใช้แผนกลยุทธ์ของรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยให้ชัดเจนและสามารถนำไปใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวกีฬาป็นหน้าผาในประเทศไทยสืบต่อไป

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาป็นหน้าผาควรนำรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ได้จากการวิจัย นำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนากีฬาป็นหน้าผา เพื่อให้ประสบผล โดยเฉพาะนำไปพิจารณาในการจัดทำแผนการดำเนินงาน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ผลการวิจัยในครั้งนี้ เน้นถึงการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จึงมีแนวทางในการนำไปปฏิบัติจริงดังนี้

2.1 นำเสนอผลการวิจัยต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัดและองค์การบริหารส่วนตำบล กระทรวงมหาดไทย หน่วยงานในสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ชมรมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวป็นหน้าผา ร่วมมือในการวางแผนกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อทำการปรับปรุง ประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมเพื่อให้เกิดประโยชน์ในหน่วยงานหรือองค์การที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์การบริหารจัดการตามองค์การที่เกี่ยวข้องและสอดคล้อง ส่งเสริม ไปในแนวทางเดียวกันทั้งขององค์การ รัฐบาลอย่างมีเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 จากแนวทางของการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย สามารถนำเสนอเป็นแนวทางการเลือกใช้ในการหรือประยุกต์ใช้เพื่อการทบทวนหรือปรับเปลี่ยนระบบการบริหารจัดการ โดยใช้รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เป็นแนวทางการใช้ดังกล่าว

2.3 ผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผาในประเทศไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องในกีฬาป็นหน้าผา ควรที่จะนำเอาผลการวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางสำหรับการบริหารจัดการกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เหมาะสมกับกับบริบทขององค์การ

2.4 ผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผาในประเทศไทยและผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรที่จะมีแผนงานที่เป็นแผนยุทธศาสตร์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของการบริหารจัดการกีฬาป็นหน้าผาในองค์กร

2.5 ผู้ประกอบการกีฬาป็นหน้าผาในประเทศไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องในกีฬาป็นหน้าผาที่จะนำผลการศึกษาค้นคว้าไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ควรมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในหน่วยงานขององค์กร เพื่อนำผลของการวิเคราะห์ในความเป็นจริงตามสภาพนั้นไปใช้ในการบริหารจัดการกีฬาป็นหน้าผาในการวางแผน การจัดองค์การ การปฏิบัติการและการควบคุม

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผา เพื่อการแข่งขันเพื่อยกระดับการกีฬาสู่ระดับนานาชาติเชิงท่องเที่ยวเชิงในประเทศไทย หรือการบริหารงานแบบผสมผสานระหว่างกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวและกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการแข่งขันในประเทศไทยหรือในเชิงลึกในแต่ละประเภทของกีฬาป็นหน้าผา

3.2 ควรมีการทำวิจัยประเมินโครงการ เพื่อติดตามการนำไปใช้ของกระบวนการในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เป็นการตรวจสอบและติดตาม รวมทั้งนำไปประยุกต์ใช้ในโอกาสต่อไป

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ผลการวิจัยในครั้งนี้ เป็นความรู้เบื้องต้นในการศึกษาถึงรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ซึ่งจากผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและการวางแผนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ขององค์กรมากยิ่งขึ้น

2. องค์ความรู้จากการวิจัยในครั้งนี้ เป็นข้อค้นพบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในด้านข้อมูลขั้นพื้นฐานที่สามารถนำไปปรับปรุง เปลี่ยนแปลงและประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรที่เกี่ยวข้องสืบต่อไป

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ชูชีพ. (2543). *กรณีศึกษาคุณลักษณะของผู้ดำเนินการสนทนาในการวิจัยแบบสนทนากลุ่ม*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิจัยการศึกษา, คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). *รายงานผลงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำปี 2548*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. (2550). *แผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2550 – 2554)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. (2551). *แผนการพัฒนากีฬาท่องเที่ยวปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล ประจำปี พ.ศ. 2551-2554*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- _____. (2553). *รายงานประจำปี พ.ศ. 2553*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก.
- กฤษณิยา สังขจันทรานนท์, สกุนิย์ ชีระธารรักษ์, ชีระยุทธ เลื่อยจำ, พิภูลทอง อ้นมัย และภาสกร คอนพุดชา. (2550). *แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัยในอีสานใต้*. บุรีรัมย์: วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). *แผนการปฏิบัติการพัฒนาบริการการท่องเที่ยว รายงานสรุปย่อสำหรับผู้บริหาร*. กรุงเทพฯ: คอร์แพลนนิ่งแอนด์ดีเวลลอปเม้นท์.
- กิ่งกาญจน์ วรรณทัศน์ และคณะ. (2552). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- กิ่งพร ทองใบ. (2546). *กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กิตติพัฒน์ นนทปัทมะกุล. (2546). *การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกสรี ลัดเลีย. (2549). *การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวภาคใต้: กรณีศึกษาทะเลสตูล-ทะเลตรัง*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.
- ขนิษฐา สุริยะ, พรทิพย์ รอดพัน, ศรินทร เอี่ยมศิริเมธี. (2550). *ระบบขนส่งสาธารณะและสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยว ในเขตอีสานใต้*. นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.
- คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2547). *คู่มือจำแนกเขตท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: เท็กซ์แอนด์เจอร์นัลพับลิเคชั่น.
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพทางมานุษยวิทยา (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิรายุทธ บุญแต่ง. (2549). ทศนคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อประเทศไทย. ใน *รวมบทความการท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี พ.ศ. 2548*. กรุงเทพฯ: สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ฉันทะเชษฐ กิตติโสภณ. (2549). *ประวัติและการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. ปริญญาบัณฑิตศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาพลศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

ฉันทัช วรรณถนอม. (2552). *การวางแผนและการจัดการนำเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สามลดา.

ชัยยศ สันติวงศ์ และนียา เจริญประเสริฐ. (2546). *การบริหารระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.

ณัฐินี ศรีวงศ์ตระกูล, ดวงใจ คำรบธนสาร และเมธิ ทองดี. (2550). *กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้*. ม.ป.ท.

เดชา ช้วยบำรุง. (2552). *รวมบทความวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี พ.ศ. 2550*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ดุษฎี ชุมสาย และฉวีพันธ์ พรหมโยธี. (2527). *ปฐมบทแห่งการวิชาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ถวิลวดี บุรีกุล และเมธิศา พงษ์ศักดิ์ศรี. (2548). *การมีส่วนร่วม: แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.

ทวีศักดิ์ นพเกษร. (2549). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเล่ม 2 คู่มือปฏิบัติการวิจัยประยุกต์เพื่อพัฒนาคนองค์กร ชุมชน สังคม*. กรุงเทพฯ: ชมรมพยาบาลชุมชนแห่งประเทศไทย.

ทัศนัยวรรณ ดวงมาลา, สดทนทร ปัญญาพงษ์ และวิมลศิลป์ ปรงชัยภูมิ. (2550). *กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้*. ชัยภูมิ: มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.

ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2546). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธงชัย สันติวงษ์. (2546 ก). *การบริหารสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.

_____. (2546 ข). *องค์การและการบริหารการศึกษาการจัดการแผ่นใหม่*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- ชนกฤต สังข์เฉย. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ*. เพชรบุรี:
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2551). *การวิจัยปฏิบัติการ*. กรุงเทพฯ: บงส์วส์อินเตอร์กรุ๊ป.
- นงนภัส เทียงกมล. (2548). *สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา*. มหาสารคาม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- _____. (2550). *การบริหารยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.
- นิตา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตา ชูโต. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: พริ้งโพร.
- นืออน ศรีสมขง. (2549). การสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการตัดสินใจ
ไปท่องเที่ยวในจังหวัดภาคใต้ที่ประสบภัยพิบัติสึนามิ. ใน *รวมบทความการท่องเที่ยวไทย
นานาชาติ ปี พ.ศ. 2548*. กรุงเทพฯ: สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยว
เชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2550). *ภาวะผู้นำและผู้นำเชิงกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ:
เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส.
- บงอร ฉัตรรุ่งเรือง. (2551). *การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว*. กรุงเทพฯ: วิรัตน์เอ็ดดูเคชัน.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- เบญจมาศ อภิสัทธีภิญโญ. (2553). *ต้นทุน*. กรุงเทพฯ: แพนด้าเลิร์นนิ่งบุ๊ค.
- ปรมินทร์ อริเดช, รัชภูมิ แซ่ไซ้, กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์ และบุญชัย สันแก้วาน. (2549). *โครงการ
รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนจังหวัดเชียงราย: กรณีเปรียบเทียบ
เชียงรายกับนครคุนหมิง*. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ปรีชา ปาโนรัมย์ และชัตติยา ชัชวาลพานิช. (2550). *กลยุทธ์ทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์
ทางการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้*. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ปวารณา อัจฉริยะบุตร, จิราพร ประสานการ และชนิษฐา ธนาวิรัตน์านิจ. (2549). *การบริหาร
จัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต ฟังงา กระบี่*. ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- พรพิชญ์ พรหมศิระพัลลภ, กุลดา เพ็ชรวรรณ และชัชวาล แพนกุดเรือ. (2548). *โครงการ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ฟังงา
และกระบี่*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พันธมน บุญยาศรัย และนวพรรณ สังเวียนวงศ์. (2549). *ศักยภาพและความต้องการในการ
วางแผนและจัดการท่องเที่ยวของภาคประชาสังคมและ NGO*. เชียงราย:
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

- พิชาย รัตนคิดถน ภูเก็ต.(2552). *องค์การและการบริหารจัดการ*. นนทบุรี: บริษัท ชิงค์บีคอนด์. พิมพ์ ที่ปะปान. (2546). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- พิบูล ที่ปะปาด. (2550). *พฤติกรรมองค์กรสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- พันธุ์ทิพย์ รามสูต. (2545). *การวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม*. นครปฐม: สถาบันพัฒนาการ
 สาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มาฆะ จิตตะสังคะ, วิทยา วรรณศิริ, อัสวิน จุมปา, ภาคภูมิ ต้นพิง, ณัฐธิดา จุมปา และดวงรัตน์
 อินพรม. (2549). *บทเรียนจากกระบวนการแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยภาครัฐ เอกชน
 และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการจัดการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดเชียงราย*.
 เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2545). *เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: เอ็ท เซเทรา.
- ระพีพรรณ ทองห่อ และคณะ. (2547 ก). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไทยแบบครบวงจร*.
 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- _____. (2547 ข) *บทสรุปสำหรับผู้บริหาร ชุด โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพ
 การท่องเที่ยวไทยแบบครบวงจร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัตน์ะ บัวสนธิ์. (2552). *การวิจัยคุณภาพทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: คำสมัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: นามมีบุ๊คส์.
- วรวิมทุ สุวัฒน์ ณ เชมรัฐ, ไพโรจน์ สุวรรณ และกฤษณา บัวคดี. (2549). *การจัดและบริหาร
 เชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวถึงอนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน:
 ภูเก็ต พังงา และกระบี่*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วรวิมทุ สุวัฒน์ ณ เชมรัฐ และคณะ. (2547). *รายงานการวิจัย ศักยภาพของทรัพยากรการ
 ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุน
 สนับสนุนการวิจัย.
- วรวิมทุ สุวัฒน์ ณ เชมรัฐ และคณะ. (2550). *รายงานการวิจัย การจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬา
 เพื่อการท่องเที่ยวถึงอนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน: ภูเก็ต พังงา
 และกระบี่*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วัชร หิรัญพันธุ์, พิภพ สมเวที และชนกันต์ หิรัญพันธุ์. (2549). *แนวทางการพัฒนาโปรแกรม
 การท่องเที่ยวสำเร็จรูป การส่งเสริมการตลาด และจิตวิทยาการบริการผลิตภัณฑ์
 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
 กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- วิชร นันตะยานา, รณิดา ปิงเมือง, วัลทนา ภูมา และไพรัช โรงสะอาด. (2549). *แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเกี่ยวกับเมืองอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์. (2545 ก). *เอกสารชุดวิชาการจัดการธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-7*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- _____. (2545 ข). *เอกสารชุดวิชาการจัดการธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยว หน่วยที่ 8-15*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- _____. (2545 ค). *เอกสารชุดวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หน่วยที่ 1-7*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- _____. (2545 ง). *เอกสารชุดวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หน่วยที่ 8-15*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- _____. (2550, มกราคม). *การเสาะหาและพัฒนาผู้มีความสามารถพิเศษด้านกีฬา: Sport Gifted*. *สารวิทยาศาสตร์การกีฬา*, 8, 81.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). *การบริหารเชิงกลยุทธ์ ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และ ไชเท็กซ์.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). *ร่างนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2550). *รายงานโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2551 – 2554*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สิทธิชัย ชีวะโรต. (2548). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สุราษฎร์ธานี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). *เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- _____. (2549). *มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย: มาตรฐานกิจกรรมปีนหน้าผา*. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว.
- สุเทพ พันประสิทธิ์. (2549). *การประชุมวิชาการการบริหารและการจัดการ ครั้งที่ 2*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- สุพานี สฤณภูวนิช. (2553). *การบริหารเชิงกลยุทธ์: แนวคิดทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาวดี จันทวานิช. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต. (2547). หลักการและแนวทางในการบริหารจัดการอุทยานแห่งชาติ. ใน *รายงานสัมมนาการบริหารจัดการอุทยานแห่งชาติสำหรับผู้บริหารระดับสูง ระหว่างวันที่ 24-25 สิงหาคม พ.ศ. 2546 และการฝึกอบรมหลักสูตรหลักการจัดการอุทยานแห่งชาติ สำหรับหัวหน้าอุทยานแห่งชาติ ระหว่างวันที่ 24-30 สิงหาคม พ.ศ. 2546* (หน้า 18-25). กรุงเทพฯ: สำนักอุทยานแห่งชาติ.
- สุวัฒน์ จูธากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส. (2544). แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว* (หน่วยที่ 2). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสรี วงศ์ไพจิตร. (2534). จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวชวนให้เกิดขบวนการนิเวศวิทยาทางการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- เสนาะ ตีเขาว. (2546). *หลักการบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อศิน รพีพัฒน์ และคณะ. (2544). *คู่มือการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อการพัฒนา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ขอนแก่น: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยของแก่น.
- อัจฉิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนาพานิช. (2536). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลวรรณ ภวกันันท์. (2552). *โครงการวิจัยเรื่องปัจจัยทางจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดย่อม การท่องเที่ยวและที่พัก*. กรุงเทพฯ: สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Australian Sport Commission. (2004). *Planning in Sport*. Retrieved June, 2005, from <http://www.ausport.gov.au/nso>
- Bridges, J., & Roquemore, L. (2001). *Management for Athletic/ Sport Administration* (3rd ed.). Georgia: ESM Books.
- Ceballos-Lascurain, H. (1996). *Tourism, Eco-tourism and Protected Areas: The State of Nature-based Tourism Around the World and Guidelines for its Development*. IUCN: Gland, Switzerland, and Cambridge.

- David, F. R. (2007). *Strategic Management: Concepts and Cases* (11th ed.). Francis Marion University, Florence, South Carolina: Pearson Education International.
- Dessler, G. (1998). *Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Eduardo, M., Rosa, J., & Angel, M. (2010). Sport and tourism: A potentially conflictual relationship. *The case of Marinas in Tenerife, International Journal of Tourism Research*, 8, 265-276.
- Gee, C. Choy, D., & Makens, J. (1984). *The Travel Industry*. Westport, CT: AVI.
- Giffin, R. W. (1999). *Management* (6th ed.). U.S.A.: Houghton Mifflin.
- Goldenkoff, R. (2004). Using focus groups. In J. S. Wholey, H. P. Hatry, & K. E. Newcomer (Eds.), *Handbook of Practical Program Evaluation* (2nd ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Hinch T. D., & Higham J. E. S. (2001). Sport tourism: A framework for research. *International Journal of Tourism Research*, 3, 45-58.
- Kennelly, M., Toopey, K., & Zakus, D. (2008). Australian national sport organizations and sport tourism: Why interact with private sport tour operators. *International Journal of Tourism Research*, 8, 120-140.
- Khan, M. E., & Manderson, L. (1992). Focus groups in rapid assessment procedures for tropical disease research. *Health Policy and Planning* 7(1), 56-66.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kramer, A., Roth, R., Schmidt, A., & Turk, S. (2004). Evolution of the success of visitor flow management project in the southern black forest nature park. *International Journal of Tourism Research*, 8, 160-176.
- Krueger, A. R. (1994). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kvale, S. (1996). *Inter Views: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1985) *The Tourism System: An Introductory Text*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Mocker, R. J. (1972). *The Management Control Process*. New Jersey: Prentice-Hill.

Morgan, D. L. (1997). *Focus Groups as Qualitative Research*. (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods* (2nd ed.). Newbury Park, CA: Sage.

Shonk, D. J., & Chelladurai, P. (2008). Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism. *Journal of Sport management*, 22, 587-602.

The Ecotourism Society. (1991). *The Ecotourism Society's Definition*. Newsletter: The Ecotourism Society.

Thomas, W. I., & Znaniecki, F. (1958). *The Polish Peasant in Europe and America*. New York: Dover.

Trevor, S. (1997). *Understanding Sport organization: The Application of Organization Theory* Champaign. United States: Human Kinetics.

Yin, R. K. (1984). *Case Study Research: Design and Methods*. London: Sage.

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก

Burapha University

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านการบริหารจัดการทางการกีฬาปีหน้าผา
สังเคราะห์องค์ประกอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิและนำมาสร้างรูปแบบฯ
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM
IN THAILAND

นายภาคภูมิ รัตนโรจนกุล เลขประจำตัว 48810281
 นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา
 โทรศัพท์หมายเลข 089-166-5366 E-mail: 48810281@buu.ac.th

ที่	รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ	หน่วยงานที่สังกัด
1	คุณอัญชุตี ทรัพย์เรืองศรี	นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ กระทรวงการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ
2	คุณชัยวุฒิ พุดทอง	นายกสมาคมกีฬาปีหน้าผาแห่งประเทศไทย กรุงเทพฯ
3	คุณสมยศ ทองแก้ว	ผู้ประกอบการกีฬาปีหน้าผา TEX ROCK CLIMBING อำเภอไร่เลย์ตะวันออก, ไร่เลย์, จังหวัดกระบี่

**กำหนดการในการจัดเวทีทำการประชาพิจารณ์
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีหน้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ในประเทศไทย**

**MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM
IN THAILAND**

วันศุกร์ที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 เวลา 09.30 - 12.30 น.

ณ ห้องประชุมภาควิชาพลศึกษา อาคาร 14 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

นายภาคภูมิ รัตนโรจนกุล เลขประจำตัว 48810281

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

โทรศัพท์หมายเลข 089-166-5366 E-mail: 48810281@buu.ac.th

เวลา	รายละเอียด
08.00-09.30 น.	ผู้ทรงคุณวุฒิเดินทางมาถึงและลงทะเบียน
09.30-09.45 น.	กล่าวต้อนรับโดยคณะบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา
09.45-10.00 น.	ผู้วิจัยกล่าวถึงความสำคัญของงานวิจัยเพื่อดำเนินการจัดเวทีการทำ ประชาพิจารณ์เพื่อทำการวิพากษ์
09.45-12.15 น.	วิพากษ์โดยมีวิทยากรดำเนินการ
12.15-12.30 น.	สรุปการจัดเวทีการทำประชาพิจารณ์และกล่าวขอบคุณ
12.30-13.30 น.	รับประทานอาหาร

**รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการจัดเวทีทำการประชาพิจารณา
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM
IN THAILAND**

วันศุกร์ที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 เวลา 09.30 - 12.30 น.

ณ. ห้องประชุมภาควิชาพลศึกษา อาคาร 14 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

นายภาคภูมิ รัตนโรจนากุล เลขประจำตัว 48810281

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

โทรศัพท์หมายเลข 089-166-5366 E-mail: 48810281@buu.ac.th

ที่	รายชื่อ	หน่วยงานที่สังกัด
1	คุณฉันทเชษฐ์ กิตติโสภณ	ผู้เชี่ยวชาญกีฬาปีนหน้าผาในประเทศไทย
2	คุณจำลอง นิมคาลัย	ประธานผู้ตัดสินกีฬาปีนหน้าผา สมาคมกีฬาปีนหน้าผาแห่งประเทศไทย ชมรมกีฬาปีนหน้าผาวัดไทร
3	คุณทวีศักดิ์ เพ็ญประยูร	โค้ชกีฬาปีนหน้าผาทีมชาติไทย 2 สมัย สมาคมกีฬาปีนหน้าผาแห่งประเทศไทย ชมรมกีฬาปีนหน้าผาวัดบางประทุนนอก
4	คุณการุณย์ มนุติวิเศษ	กรรมการสมาคมกีฬาปีนหน้าผาสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ชมรมกีฬาปีนหน้าผาวัดนาค
5	คุณศุภริย์ สุภาวิรวงศ์	กรรมการฝ่ายสิทธิประโยชน์ สมาคมกีฬาปีนหน้าผาแห่งประเทศไทย
6	คุณอาทิตย์ ยอดคำมัน	ผู้วางเส้นทางปีนหน้าผาแห่งประเทศไทย ผู้ประกอบการธุรกิจกีฬาปีนหน้าผาจังหวัดเชียงราย
7	ศส.ชัยชนะ มิตรสัมพันธ์	ชมรมปีนหน้าผา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
8	คุณมานะ อ้อยสนามไชย	ผู้ใช้บริการกีฬาปีนหน้าผา โรงเรียนสมุทรสาครบูรณะ จ.สมุทรสาคร
9	คุณธรรมสถฤษฏ์ อิศรางกูร ณ.อยุธยา	โค้ชกีฬาปีนหน้าผาทีมชาติไทยชุดซีเกมส์ 2011 สมาคมกีฬาปีนหน้าผาแห่งประเทศไทย

ที่	รายชื่อ	หน่วยงานที่สังกัด
10	ผศ.พันตรี ดร.รุ่งชัย ชวนไชยะกุล	กรรมการสมาคมวิทยาศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย คณาจารย์คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล
11	ดร.ธวัช เต็มฉนวน	ผู้ใช้บริการกีฬาปีนหน้าผา วิทยาลัยนาฏศิลป์ (กรุงเทพฯ)
12	คุณประหยัด นิรันดง	ชมรมกีฬาปีนหน้าผาราชมังคลา กรุงเทพฯ
13	คุณภาณุ ศรีวิสุทธิ	สถาบันการพลศึกษากระบี่ จังหวัดกระบี่
14	คุณอัฐกร แม้นสมุทร	ผู้อำนวยการกองพัฒนาบุคลากรกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย
15	คุณปิยะชน โปธิเจริญ	ผู้อำนวยการกองติดตามและประเมินผลฝ่ายนโยบายและแผน การกีฬาแห่งประเทศไทย
16	คุณเวณชัย พรหมประยูร	กรรมการสมาคมกีฬาปีนหน้าผาส้มครั้นแห่งประเทศไทย ชมรมกีฬาปีนหน้าผาวัดนาคนิมิตร
17	คุณรัตติกายัญจน์ พรหมทอง	ชมรมกีฬาปีนหน้าผาวัดบางประทุนนอก กรุงเทพฯ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการสนทนากลุ่ม (Focus Group)
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
A MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM
IN THAILAND

วันจันทร์ที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2554 เวลา 09.30 - 12.30 น.

ณ. ห้อง 123 โรงแรมเนเชียม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

นายกฤษฎา รัตนโรจนกุล เลขประจำตัว 48810281

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

โทรศัพท์หมายเลข 089-166-5366 E-mail: 48810281@buu.ac.th

ที่	รายชื่อ	หน่วยงานที่สังกัด
1	นายนที เรียงสะอาด	ผู้เชี่ยวชาญกีฬาปีนหน้าผาสมาคมกีฬาปีนหน้าผาแห่งประเทศไทย และผู้จัดการฝ่ายกิจกรรมภูแก้วรีสอร์ท แอนด์ แอดเวนเจอร์ ปาร์ค, เพชรบูรณ์ โทรศัพท์ 087-825-2598
2	นายไกรศักดิ์ บุญทิพย์	ผู้เชี่ยวชาญด้านการปีนหน้าผากรรมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจกีฬาปีนหน้าผา Procamber กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 081-819-3353
3	นายธเนศ กิตติพรพานิช	ผู้ประกอบการธุรกิจปีนหน้าผาสมาซูก สุพรรณบุรี ผู้สำรวจการวางเส้นทางและการสร้างเส้นทางปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญกีฬาปีนหน้าผาของกรมการท่องเที่ยว โทรศัพท์ 081-838-0963
4	นายรังสรรค์ สงวนศรี	ผู้ประกอบการกีฬาปีนหน้าผากรุงเทพ (BRC) และบริษัท Rock Camp รวมทั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการปีนหน้าผาและการทำงานบนที่สูง โทรศัพท์ 081-819-7458
5	นายอนุกุล สอนเอก	ผู้ประกอบการกีฬาปีนหน้าผา จังหวัดสระบุรี และผู้เชี่ยวชาญกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว โทรศัพท์ 083-012-3133
6	นางบุปผา ปลื้มสำราญ	ผู้อำนวยการในการจัดการท่องเที่ยวและให้คำปรึกษาในด้านการท่องเที่ยว ภาควิชาสุขศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ที่	รายชื่อ	หน่วยงานที่สังกัด
7	นายทศพล ธาณี	ผู้เชี่ยวชาญการจัดกิจกรรมธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
8	รศ.ธงชัย เจริญทรัพย์มณี	ผู้อำนวยการในระบบการบริหารองค์กร คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
9	ดร.พัชรศักดิ์ ธัญประจันบาน	ผู้อำนวยการในระบบการบริหารองค์กร คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม (Focus Group)
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
A MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM
IN THAILAND

วันจันทร์ที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2554 เวลา 09.30 - 12.30 น.

ณ. ห้อง 123 โรงแรมเนชั่น มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

นายภาคภูมิ รัตนโรจนกุล เลขประจำตัว 48810281

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

โทรศัพท์หมายเลข 089-166-5366 E-mail: 48810281@buu.ac.th

วัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำไปสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ส่วนที่ 1

1. การสนทนากลุ่ม (Focus Groups) เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย” (A MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM IN THAILAND.)

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Groups) มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ผู้ร่วมสนทนาคือ ผู้ทรงคุณวุฒิในกีฬาปีนหน้าผาที่เป็นผู้ประกอบการ ผู้นำเส้นทาง ผู้ให้บริการและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 8 คน

3. ความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์ในการนำไปสร้างและปรับปรุงรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ส่วนที่ 2.

การวิเคราะห์ความเหมาะสมของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

กีฬาปีนหน้าผาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อการสร้างงานในชุมชน รวมทั้งธุรกิจการประกอบการของผู้ประกอบการที่เป็นผู้ประกอบการกีฬาปีนหน้าผาและผู้ที่เกี่ยวข้อง (Tourism Stakeholder) ส่งผลกระทบต่อรายได้ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในการวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 140 ชุด จาก ผู้ให้บริการ (50 ฉบับ) ผู้นำเส้นทาง (50 ฉบับ) ผู้ประกอบการ

(20 ฉบับ) และผู้ที่เกี่ยวข้อง (20 ฉบับ) รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการ จำนวน 8 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาสร้างรูปแบบในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่หาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ทำการสนทนากลุ่ม (Focus Groups) ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 8 คน พิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการปฏิบัติต่อไป

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับกีฬาป็นหน้าผาเชิงนิเวศในประเทศไทยในด้านของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่หาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยได้สรุป สามารถนำไปใช้ในกรปฏิบัติด้านการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่หาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ได้หรือไม่ได้และมากน้อยเพียงใดตามประเด็นดังต่อไปนี้

1. ด้านโครงสร้างหน้าที่ทางการบริหารจัดการ (Functions of Management) 4 ด้าน ประกอบด้วย

- 1.1 การวางแผน (Planning)
- 1.2 การจัดองค์การ (Organizing)
- 1.3 การปฏิบัติการ (Implementing)
- 1.4 การควบคุม (Controlling)

(ในโครงสร้างหน้าที่ทางการบริหารจัดการ (Functions of Management) 4 ด้านนั้น ในแต่ละด้าน

จะประกอบด้วยทรัพยากรในการบริหาร (Management Resources) 4 ด้าน)

2. ด้านทรัพยากรในการบริหาร (Management Resources) 4 ด้าน ประกอบด้วย

- 2.1 ทรัพยากรบุคคล (Man)
- 2.2 งบประมาณหรือทุน (Money)
- 2.3 เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ (Implementing)
- 2.4 การจัดการ (Management)

แนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม

1. สภาพการดำเนินการที่เป็นจุดแข็งควรมีการดำเนินการให้ดีขึ้นได้อย่างไร
2. สภาพการดำเนินการที่เป็นจุดอ่อนควรแก้ไข โดยใช้วิธีการที่เหมาะสมได้อย่างไร
3. ปัญหาที่สำคัญที่พบควรดำเนินการอย่างไรบ้าง
4. รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่หาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพควรเป็นอย่างไร
5. การปรับเปลี่ยนองค์ประกอบ กระบวนการและรูปแบบสำหรับกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์ควรเป็นอย่างไร



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว ๑๖๓๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม

เรียน นายรังสรรค์ สงวนศรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการและรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายภาคภูมิ รัตนโรจนากุล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการอนุมัติให้ทำคุณวุฒินิพนธ์เรื่อง
“การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแล
ของ รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทศนัยนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนประชุมสัมมนากลุ่ม
(Focus Groups) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผา
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในกรณีนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความ
ความรู้และประสบการณ์ด้านการบริหารในกิจกรรมกีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี
ดังนั้นจึงเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะในประเด็นหลักและ
ให้ข้อเสนอแนะ ในวันจันทร์ที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๔ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๒.๓๐ น. ณ ห้อง ๑๒๓
โรงแรมเนเชียม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร สุขุมวิท ๒๓ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๑๖๖๕๓๖๖



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ ๑ ๑๖๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม

เรียน นายธนศ กิตติพรพานิช

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการและรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายภาคภูมิ รัตนโรจนากุล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการอนุมัติให้ทำคุณวุฒินิพนธ์เรื่อง
“การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแล
ของ รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทศนัยนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนประชุมสัมมนากลุ่ม
(Focus Groups) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผา
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในกรณีนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มี
ความรู้และประสบการณ์ด้านการบริหารในกิจกรรมกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี
ดังนั้นจึงเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะในประเด็นหลักและ
ให้ข้อเสนอแนะ ในวันที่จันทร์ที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๔ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๒.๓๐ น. ณ ห้อง ๑๒๓
โรงแรมเนเชียม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร สุขุมวิท ๒๓ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ. โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๑๖๖๕๓๖๖



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว ๑๖๓

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม

เรียน นายอนุกุล สอนเอก

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการและรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายภาคภูมิ รัตน์โรจนกุล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการอนุมัติให้ทำคุษฎีนิพนธ์เรื่อง
“การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแล
ของ รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทศนัยนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนประชุมสัมมนากลุ่ม
(Focus Groups) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผา
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มี
ความรู้และประสบการณ์ด้านการบริหารในกิจกรรมกีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี
ดังนั้นจึงเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะในประเด็นหลักและ
ให้ข้อเสนอแนะ ในวันจันทร์ที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๔ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๒.๓๐ น. ณ ห้อง ๑๒๓
โรงแรมเนเซียม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร สุขุมวิท ๒๓ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๑๖๖๕๓๖๖



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว ๑๖๓๖

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๒ เมษายน ๒๕๕๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม

เรียน นายวันชัย อุทา

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการและรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายภาณุภูมิ รัตนโรจนกุล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการอนุมัติให้ทำคุณวุฒินิพนธ์เรื่อง
“การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแล
ของ รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร ทศนัยนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนประชุมสัมมนา
(Focus Groups) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผา
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มี
ความรู้และประสบการณ์ด้านการบริหารในกิจกรรมกีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี
ดังนั้นจึงเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะในประเด็นหลักและ
ให้ข้อเสนอแนะ ในวันที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๕ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๒.๓๐ น. ห้อง ๑๒๓
โรงแรมเนเชียม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร สุขุมวิท ๒๓ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ. โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๑๖๖๕๓๖๖



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว ๑๖๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ด.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม

เรียน นายธรรมสฤกษ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการและรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายภาควคภูมิ รัตนโรจนากุล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการอนุมัติให้ทำคุณวุฒินิพนธ์เรื่อง
“การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแล
ของ รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทศนัยนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนประชุมสัมมนากลุ่ม
(Focus Groups) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผา
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในกรณีนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มี
ความรู้และประสบการณ์ด้านการบริหารในกิจกรรมกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี
ดังนั้นจึงเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะในประเด็นหลักและ
ให้ข้อเสนอแนะ ในวันจันทร์ที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๔ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๒.๓๐ น. ณ ห้อง ๑๒๓
โรยิมเนเซียม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร สุขุมวิท ๒๓ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ. โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๑๖๖๕๓๖๖



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว ๑๖๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๒ เมษายน ๒๕๕๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม

เรียน นายธรรมสฤษฏ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการและรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายภาควุฒิ รัตนโรจนากุล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการอนุมัติให้ทำคุณูปการในเรื่อง
“การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแล
ของ รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทศนัยนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนประชุมสัมมนากลุ่ม
(Focus Groups) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผา
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในกรณีนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความ
รู้และประสบการณ์ด้านการบริหารในกิจกรรมกีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี
ดังนั้นจึงเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะในประเด็นหลักและ
ให้ข้อเสนอแนะ ในวันจันทร์ที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๕ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๒.๓๐ น. ณ ห้อง ๑๒๓
โรงแรมเนเชียม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร สุขุมวิท ๒๓ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ. โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๕๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๕๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๑๖๖๕๓๖๖



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว ๑๑๐๓

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม

เรียน นายอาทิตย์ ยอดคำมัน

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการและรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายภาคภูมิ รัตน์โรจนกุล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการอนุมัติให้ทำคุณวุฒิปันธเรื่อง "การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย" ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของ รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทศนัยนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนประชุมสัมมนากลุ่ม (Focus Groups) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในกรณีนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการบริหารในกิจกรรมกีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี ดังนั้นจึงเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะในประเด็นหลักและให้ข้อเสนอแนะ ในวันจันทร์ที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๔ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๒.๓๐ น. ณ ห้อง ๑๒๓ โรงแรมเนเชียม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร สุขุมวิท ๒๓ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ. โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๑๖๖๕๓๖๖



ที่ ศร ๖๖๑๖/๑๖๑๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม

เรียน นายไกรศักดิ์ บุญทิพย์

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการและรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายภาคภูมิ รัตนโรจนากุล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการอนุมัติให้ทำคุณนันทน์เรื่อง
“การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแล
ของ รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทัศนัยนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนประชุมสัมมนา
(Focus Groups) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผา
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มี
ความรู้และประสบการณ์ด้านการบริหารในกิจกรรมกีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี
ดังนั้นจึงเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะในประเด็นหลักและ
ให้ข้อเสนอแนะ ในวันจันทร์ที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๔ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๒.๓๐ น. ณ ห้อง ๑๒๓
โรงแรมเนเชียม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร สุขุมวิท ๒๓ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ. โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๑๖๖๕๓๖๖



ที่ ศร ๖๖๑๖/ว. ๑๖๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม

เรียน นายนที เริ่งสอาด

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการและรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายภาคภูมิ รัตน์โรจนกุล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการอนุมัติให้ทำคุณวุฒิปันธเรื่อง
“การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแล
ของ รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร ทัดนัยนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนประชุมสัมมนา
(Focus Groups) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการวิเคราะห์ประเด็นของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผา
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ในกรณีนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มี
ความรู้และประสบการณ์ด้านการบริหารในกิจกรรมกีฬาเป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี
ดังนั้นจึงเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะในประเด็นหลักและ
ให้ข้อเสนอแนะ ในวันที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๔ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๒.๓๐ น. ณ ห้อง ๑๒๓
โรงแรมเนเชียม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร สุขุมวิท ๒๓ กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๑๖๖๕๓๖๖

กำหนดการสนทนากลุ่มในรูปแบบฯ ในการนำไปใช้ในกีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศในประเทศไทย

“การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย”

A MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM
IN THAILAND

วันจันทร์ที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2554

เวลา 09.30 - 12.30 น. ณ ห้องประชุมเทาทอง 4 ศูนย์ปฏิบัติการโรงแรมมหาวิทยาลัยบูรพา

นายภาคภูมิ รัตนโรจนากุล เลขประจำตัว 48810281

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

โทรศัพท์หมายเลข 089-166-5366

E-mail: 48810281@buu.ac.th

เวลา	รายละเอียด
08.00-09.30 น.	ผู้ทรงคุณวุฒิเดินทางมาถึงและลงทะเบียน
09.30-09.45 น.	กล่าวต้อนรับโดยคณะบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา
09.45-10.00 น.	ผู้วิจัยกล่าวถึงความสำคัญของงานวิจัยเพื่อดำเนินการสนทนากลุ่ม
09.45-12.15 น.	สนทนากลุ่ม โดยมีวิทยากรผู้นำกลุ่มดำเนินการ
12.15-12.30 น.	สรุปการสนทนากลุ่มและกล่าวขอบคุณ
12.30-13.30 น.	รับประทานอาหาร

กำหนดการในการจัดเวทีทำการประชาพิจารณ์
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING, ECOTOURISM
IN THAILAND

วันศุกร์ที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 เวลา 09.30 - 12.30 น.

ณ. ห้องประชุมภาควิชาพลศึกษา อาคาร 14 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

นายภาคภูมิ รัตนโรจนากุล เลขประจำตัว 48810281

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

โทรศัพท์หมายเลข 089-166-5366 E-mail: 48810281@buu.ac.th

เวลา	รายละเอียด
08.00-09.30 น.	ผู้ทรงคุณวุฒิเดินทางมาถึงและลงทะเบียน
09.30-09.45 น.	กล่าวต้อนรับโดยคณะบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา
09.45-10.00 น.	ผู้วิจัยกล่าวถึงความสำคัญของงานวิจัยเพื่อดำเนินการจัดเวที การทำประชาพิจารณ์เพื่อทำการวิพากษ์
09.45-12.15 น.	วิพากษ์โดยมีวิทยากรดำเนินการ
12.15-12.30 น.	สรุปการจัดเวทีการทำประชาพิจารณ์และกล่าวขอบคุณ
12.30-13.30 น.	รับประทานอาหาร

แบบสอบถาม**เรื่อง****การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย****A MANAGERIAL STRATEGIC MODEL FOR ROCK CLIMBING,
ECOTOURISM IN THAILAND****ภาคภูมิ รัตนโรจนกุล****นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา****มหาวิทยาลัยบูรพา****ผู้วิจัย โทร. 089-166-53662 ; E-mail : 48810281@buu.ac.th**

คำชี้แจง

แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยที่นำเสนอนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามสภาพการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัญหาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาท่านพิจารณาว่า ระดับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยเป็นเช่นใด ซึ่งค่าความหมายดังนี้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามสภาพการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย มีความหมายดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง	มีสภาพเป็นที่เป็จริงมากที่สุด
มาก	หมายถึง	มีสภาพที่เป็จริงมาก
ปานกลาง	หมายถึง	มีสภาพที่เป็จริงปานกลาง
น้อย	หมายถึง	มีสภาพที่เป็จริงน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง	มีสภาพที่เป็จริงน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัญหาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย มีความหมายดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง	มีปัญหาในระดับมากที่สุด
มาก	หมายถึง	มีปัญหาในระดับมาก
ปานกลาง	หมายถึง	มีปัญหาในระดับปานกลาง
น้อย	หมายถึง	มีปัญหาในระดับการน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง	มีปัญหาในระดับน้อยที่สุด

ตัวอย่างแบบสอบถาม

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ	สภาพการดำเนินการ						ระดับของปัญหา				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	การวางแผน											
	ทรัพยากรบุคคล											
1	มีการวางแผนอัตรากำลังของหน่วยงานระยะ 3 ปี											
2	มีกำหนดอัตรากำลังของหน่วยงานในปัจจุบัน											
3	มีการวางแผนบรรจุบุคลากรเข้าทำงาน											
4	มีการวางแผนการปฐมนิเทศ											
5	มีการวางแผนการพัฒนาบุคลากร											
6	มีการวางแผนเสริมสร้างสวัสดิการ											
7	การวางแผนเสริมสร้างความก้าวหน้าของบุคคล											
8	มีแผนระบบการประเมินบุคลากร											

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้ นับว่ามีคุณค่าและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่หาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ภาคภูมิ รัตนโรจนกุล

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัย โทร. 089-166-53662 ; E-mail : 48810281@buu.ac.th

การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาเป็นหน้าผา

เป็นการนำเอาความรู้ทางด้านหลักและวิธีการบริหารจัดการ ไปใช้ในการกำหนดเงื่อนไข และวิธีการปฏิบัติสำหรับการให้บริการนักกีฬาเป็นหน้าผา โดยใช้แนวทางของการบริหารจัดการและ หลักการทรัพยากรในการบริหาร

กีฬาเป็นหน้าผา

หมายถึงกิจกรรมกีฬาประเภทหนึ่งที่ต้องอาศัยความสามารถทางด้านทักษะผนวก เข้ากับการใช้อุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยและมีระบบของการดำเนินการที่เป็นรูปแบบมาตรฐาน ป็นขั้นไปบนหน้าผาจริงตามเส้นทางที่กำหนดไว้

แบบสอบถามความคิดเห็น
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่อยู่หน้าข้อความและเติมข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับท่าน

1. สถานภาพของผู้ตอบ (ตอบได้หลายคำตอบ)

- ผู้ใช้บริการ/นักกีฬาป็นหน้าผา
- ผู้ให้บริการกีฬาป็นหน้าผา (ไกด์/ผู้นำเส้นทาง)
- ผู้บริหารจัดการกีฬาป็นหน้าผา/ผู้ประกอบการ
- ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลควบคุมการให้บริการกีฬาป็นหน้าผา
- อื่น ๆ (ระบุ)

2. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาป็นหน้าผา

- น้อยกว่า 1 ปี
- 1 – 5 ปี
- 6 – 10 ปี
- 11 – 15 ปี
- 16 – 20 ปี
- มากกว่า 20 ปี

ที่	ลักษณะของการดำเนินการ	สภาพการดำเนินการ					ระดับของปัญหา							
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
77	มีการทบทวนรายรับและรายจ่าย													
78	การประเมินผลการบริหารงบประมาณ													
79	การปรับแผนการบริหารงบประมาณ													
80	การประเมินและพัฒนาระบบการบริหารงบประมาณ													
	เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่													
81	ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ปัจจุบัน													
82	ตรวจสอบมาตรฐานของอุปกรณ์ที่ใช้													
83	มีข้อมูลพื้นฐานใหม่ใช้ในการดำเนินการที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ													
84	สร้างความมั่นใจในการใช้อุปกรณ์อยู่เสมอ													
	การจัดการ													
85	มีระบบการติดตามการดำเนินงานที่ดี													
86	ติดตามและตรวจสอบการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ													
87	สรุปผลการดำเนินงานประจำปี													
88	มีการติดตามประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ													
89	มีการประกันคุณภาพในการดำเนินงาน													

ด้วยความขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายภาคภูมิ รัตนโรจนากุล
วัน เดือน ปีเกิด	1 กรกฎาคม พ.ศ. 2503
สถานที่เกิด	อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	99/79 หมู่ที่ 1 ซอยสายไหม 74 หมู่บ้านศรีวิมลวิไล ถนนสายไหม แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2527-2529	หัวหน้าศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬาส่วนภูมิภาค เขต 9 จังหวัดสงขลา
พ.ศ. 2530-2532	องค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักนายกรัฐมนตรี
พ.ศ. 2532-2534	รองคณบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน จังหวัดชลบุรี
พ.ศ. 2534-ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำภาควิชาพลศึกษา คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร อาจารย์ประจำภาควิชาพลศึกษา คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2525	การศึกษามัธยมศึกษา (พลศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พลศึกษา
พ.ศ. 2527	การศึกษามหาบัณฑิต (พลศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
พ.ศ. 2554	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย และการกีฬา) คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา