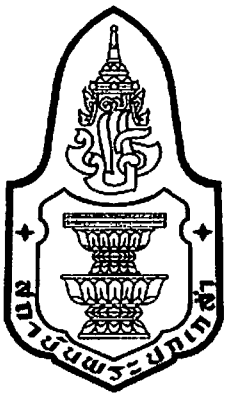


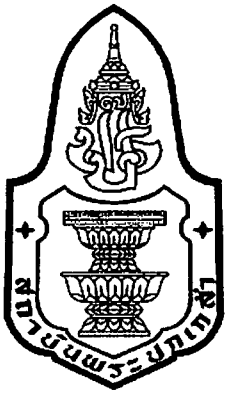
บทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

โดย

นายชูชาติ เพ็ชรอำไพ

รายงานวิชาการส่วนบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง
การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 6
สถาบันพระปกเกล้า
พ.ศ. 2551

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า



บทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

โดย

นายชูชาติ เพ็ชรอำไพ

รายงานวิชาการส่วนบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง
การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 6
สถาบันพระปกเกล้า
พ.ศ. 2551

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า

รายงานวิชาการส่วนบุคคล เรื่อง บทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

โดย นายชูชาติ เพ็ชรอำไพ เลขประจำตัว 3017

เป็นส่วนเพิ่มเติมจากรายงานวิชาการกลุ่ม เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบ ระบบการศึกษาและระบบงบประมาณเพื่อการศึกษา ของประเทศนิวซีแลนด์และประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษา .....

(รองศาสตราจารย์ ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ)

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้รายงานเอกสารวิชาการส่วนบุคคลฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 6

.....

(ศาสตราจารย์ ดร.เทียนฉาย กีระนันทน์)

ประธานคณะกรรมการ

หลักสูตรการบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง

บทคัดย่อ

บทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ชื่อผู้จัดทำ : นายชูชาติ เพ็ชรอำไพ อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. วราภรณ์ สามโกเศศ

การศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย 2) ศึกษาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ 3) ศึกษาบทบาทภาครัฐและมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ใช้วิธีการศึกษาโดยวิธีศึกษาเอกสาร รายงานประจำปีจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และวิธีการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลใช้แบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษามีดังนี้

1. การท่องเที่ยวมีรูปแบบที่หลากหลาย อุปสงค์ของการท่องเที่ยวคือปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยว ในขณะที่อุปทานหมายถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว รายได้ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของประเทศในปี 2549 นำเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวน 487,100 ล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 13.8 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นทุกปี

2. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร และสถานบันเทิง การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การส่งเสริมการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึก และสิ่งสนับสนุนอื่นๆ

3. บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือ บทบาทด้านพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว บทบาทด้านพัฒนาการท่องเที่ยว บทบาทด้านการควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และบทบาทด้านการจัดการเงินของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อการลงทุนที่ได้มาตรฐานและคุ้มค่า

4. มาตรการในการควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องมีการบริการที่มีมาตรฐานและปลอดภัย มีกฎหมายรองรับและควบคุมทรัพยากรการท่องเที่ยว

5. หน่วยงานภาครัฐที่เป็นหลักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แต่ยังมีหน่วยงานภาครัฐอีก 12หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งมีส่วนขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นทางเลือกของการท่องเที่ยวที่สำคัญในปัจจุบัน เพราะมีการให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร และวิถีชีวิตชุมชน รวมอยู่ในการท่องเที่ยวด้วย จากการศึกษาครั้งนี้ ยังพบประเด็นที่สำคัญที่สุดคือ ความร่วมมือของทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีบทบาทสำคัญในการทำให้พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ABSTRACT

The roles of the government on tourism industry

Provided by: Mr. Chuchat Petaumpai Supervisor: Associate Professor Dr. Waraporn Samkoses

The objectives of the study on the roles of the government on tourism industry were to: 1) study the overall picture of Thai tourism industry, 2) investigate the involved industries with tourism industry, and 3) study the roles of the government and supporting criterion towards tourism industry. Documentary studies and interviews were employed for collecting data. Descriptive analysis was applied for data analysis.

The results of the study revealed that:

1. There were various categories of tourism. The demand of tourism was the amount of the tourists who were on tour while the supply was the tourism resources and attractions. Significantly, the income of tourism industry was the major income of the country. In 2006, the country could earn 487,100 million baht from 13.8 million tourists and the increasing tourist numbers were expected every year.
2. The involved industries of tourism consisted of accommodation, food and entertainment, tour services and guides, travel promotion, souvenir purchase and other supporting conditions.
3. The roles of government sectors on tourism industry development were improving tourism resources and tourist attractions, improving tour services, controlling tourism industry and managing financial conditions in terms of increasing standard and worthwhile investment.
4. The criterion of tourism industry was needed to be limited. The amount of tour services was considered to be appropriate for adequate tourists. In addition, the standard and safe services were needed. Also, the tourism laws and regulations were necessary for controlling tourism resources and tourist attractions.
5. The major government agencies were the Ministry of Tourism and Sports and Tourism Authority of Thailand. There were more 12 government agencies that involved with tourism industry that provided the movement and improvement of efficient Thai tourism.

In addition, it was found that the eco-tourism was an option for current tourism. It provided and consisted of knowledge of resource conservation and community way of life. It was also found that the collaborative performances of all sectors among government, non-government, local government and community signified the important roles on sustainable tourism industry.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ.รศ. ดร. วราภรณ์ สามโกเศศ..ที่ให้การแนะนำ ให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนสนับสนุนให้กำลังใจแก่ผู้ศึกษาตลอดมา

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย)	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ)	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญแผนภูมิ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.4 วิธีการดำเนินการศึกษา	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว	6
2.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	6
2.3 ประเภทของการท่องเที่ยว	7
2.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยว	8
2.5 อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว	8
2.6 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	11
2.7 ลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	12
2.8 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	12
2.9 หน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	14
2.10 กรณีศึกษา: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สวนหินผางาม ตำบลปวนพุ อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย	22
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	33
3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	33
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	34

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
4.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	35
4.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกปี 2548	35
4.1.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยปี 2548	35
4.1.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยว	37
4.1.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศขาเข้าในปี 2549	38
4.1.5 แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2550	42
4.2 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	43
4.2.1 ที่พักแรม (Accommodation)	43
4.2.2 อาหารและสถานบันเทิง (Food and Entertainment)	44
4.2.3 การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	45
4.2.4 สินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง	52
4.2.5 สิ่งสนับสนุนอื่นๆ	52
4.3 บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	53
4.3.1 บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	53
4.3.2 การวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	56
4.3.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: แผนการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปี2551	58
4.3.4 บทบาทของเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	59
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	62
5.1 สรุปผลการศึกษา	62
5.2 การอภิปรายผล	63
5.3 ข้อเสนอแนะ	65
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	
ประวัติผู้เขียน	69

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 4.1 ส่วนแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2548	37
แผนภูมิที่ 4.2 ระบบการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว	49
แผนภูมิที่ 4.3 ช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว	52

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก 36

ตารางที่ 4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและรายได้จากการท่องเที่ยวปี 2548 38

ตารางที่ 4.3 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวปี 2548 38

ตารางที่ 4.4 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ในปี 2549 41

ตารางที่ 4.5 เป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ในปี 2550 42

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเริ่มมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวครั้งแรกในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2519 – 2524) จากนั้นก็มีแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันคือแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม ศิลปะและวิถีชีวิต กีฬาและความบันเทิง มรดกโลก ประตูสู่ภูมิภาคใกล้เคียง และอื่นๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ชี้ส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ และสังคม โดยในแง่เศรษฐกิจนั้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยในการปรับดุลการชำระเงินของประเทศสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่างๆ ซึ่งนำมาสู่การจ้างงานและการสร้างอาชีพ ทั้งในภาคการท่องเที่ยวโดยตรง และการจ้างงานในภาคอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งในภาพรวมแล้วจะนำไปสู่การสร้างความเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจ และความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ในขณะที่ในแง่ทางสังคมนั้น การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะทำให้เกิดการพัฒนาสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ให้ดีขึ้น รวมทั้งช่วยปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน อันจะนำมาซึ่งการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีจิตสำนึก นอกจากนี้การเดินทางท่องเที่ยวยังเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้แก่นักท่องเที่ยว ได้นำความรู้และประสบการณ์จากการเดินทางมาปรับใช้ในการพัฒนาชีวิตและสังคมให้ดีขึ้น

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญมากในปัจจุบัน และถือว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการชนิดหนึ่งที่ลงทุนต่อนข้างต่ำ แต่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มสูง ดังนั้นทุกประเทศทั่วโลกจึงมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้น ซึ่งจะเชื่อมโยงไปสู่การสร้างงาน สร้างรายได้ จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องหลายประการ ปกติการท่องเที่ยวจะเชื่อมโยงกับบุคคล 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และเจ้าของพื้นที่ นักท่องเที่ยวต้องการผลตอบแทนในด้านการผ่อนคลายความตึงเครียดจากการได้ดู ได้ชมแหล่งท่องเที่ยว ได้รับความสนุกสนาน ความพึงพอใจจากการได้เพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความประทับใจจากการบริการ ส่วนผู้ประกอบการมีความสำคัญในด้านที่ควรมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม

ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวและไม่หวังผลประโยชน์มากเกินไปส่วนเจ้าของพื้นที่นั้นนับว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่เสียผลประโยชน์มากที่สุด เพราะถ้าหากบริหารจัดการไม่ดีก็จะทำให้สูญเสียทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวได้

การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวจะประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และมีผลต่อการส่งเสริมตลาดในระยะยาว ขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังนั้นสิ่งที่ต้องพิจารณาดำเนินการควบคู่ไปกับการส่งเสริมตลาด คือการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพและมีมาตรฐาน [สินค้าทางการท่องเที่ยว หมายรวมถึงแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) และการบริการ (Service & Personnel)]

เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดอยู่ในความรับผิดชอบดูแลของหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนหลายแห่ง ดังนั้นการที่จะพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและ มีคุณภาพ ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือความร่วมมือจากหน่วยงานเกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหา ดังนี้

1. ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม

สาเหตุของการเสื่อมโทรมเกิดขึ้นจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวจนเกินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยว การขาดมาตรการรักษาสิ่งแวดล้อม และขาดการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ขาดหน่วยงานกลางในการแก้ไขปัญหาในเชิงบูรณาการ ขาดบุคลากรในระดับพื้นที่ที่มีความรู้ ความสามารถในการพัฒนา

2. ปัญหาในด้านการเข้าถึงและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมขนส่ง

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนับเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมีการดำเนินการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการขนส่ง และมาตรฐานการให้บริการในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การพัฒนาระบบการขนส่งทางบกให้มีความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด ระหว่างจังหวัด ภูมิภาค รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพของเส้นทางคมนาคมให้รองรับปริมาณการใช้รถได้อย่างเพียงพอ
- การพัฒนาระบบบริการโดยสารทางรถไฟ
- การพัฒนาระบบการขนส่งทางเรือเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยเฉพาะพื้นที่ภาคใต้ ฝั่งตะวันตกตอนบน และเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการขจัดปัญหาข้อจำกัดด้านกฎระเบียบการเดินทางโดยเรือ
- การพัฒนาระบบการขนส่งทางอากาศ สนับสนุน เพิ่มเส้นทางบินในเที่ยวบินที่หนาแน่นช่วงในฤดูกาลท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ จัดเที่ยวบิน Charter flight เสริมหรือเปิดเส้นทางบินใหม่ในเส้นทางที่มี Demand สูง เปิดเส้นทางบินภายในประเทศไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มี

แนวโน้มและมีศักยภาพ เพื่อเป็นการสนับสนุนการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ

3. ปัญหามาตรฐานการบริการ และมาตรฐานบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดย

● การจัดทำมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น สถานที่พัก ประเภทต่างๆ ร้านอาหาร ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

● สร้างมาตรฐานและคุณภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น พนักงานโรงแรม ร้านอาหาร พนักงานบริการขนส่ง มัคคุเทศก์อาชีพ และมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นต้น

● อบรมมัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศ เช่น จีน เกาหลี รัสเซีย สวีเดน ฯลฯ ให้เพียงพอในการให้บริการ

● แก้ไขปัญหามัคคุเทศก์เถื่อน

4. ปัญหาการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยการแก้ไขปัญหาต่างๆ อาทิ

● การหลอกลวงนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าอัญมณีที่มีราคาแพงเกินคุณภาพสินค้า

● การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น ปัญหาคุณภาพโรงแรมไม่สัมพันธ์กับราคาที่พัก การปรับขึ้นราคาสินค้าโดยไม่แจ้งล่วงหน้า เป็นต้น

● การโจรกรรมในสถานที่พักแรม

5. ปัญหาด้านการบริหารจัดการทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

การบริหารจัดการนับว่ามีส่วนสำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการดำเนินการประสานงานกับหลายหน่วยงานมที่มีบทบาทต่างๆ กัน ทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการในพื้นที่ ผู้นำชุมชน การเข้ามา มีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เริ่มตั้งแต่การวางแผนดำเนินงานร่วมกัน ประสานการทำงานอย่างเป็นระบบ และมีระบบการติดตามและตรวจสอบการดำเนินงาน เพื่อมิให้เกิดปัญหาของการบริหารจัดการที่อาจเป็นปัญหาต่อเนื่องจนกลายเป็นปัญหาเรื้อรังที่ขัดเยื้อจนยากที่จะแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการส่วนใหญ่ที่พบคือ

● ปัญหาหารบริหารจัดการของรัฐ เช่น ขาดการประสานงานในการดำเนินงาน ให้ความสำคัญเฉพาะตามวัตถุประสงค์และหน้าที่ของหน่วยงานเป็นหลัก เป็นต้น

● ปัญหาความไม่เป็นระเบียบของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว ใช้โอกาสฉกฉวยผลประโยชน์ให้แก่ตนเอง เช่น การตั้งหาบแร่ แผงลอย เตียงผ้าใบ หมอนวดชายหาด โดยขาดเจ้าหน้าที่ในการสอดส่อง ตรวจตราอย่างเข้มงวด และเอาผิดลงโทษทางกฎหมาย

● ปัญหาผู้มีอิทธิพลท้องถิ่น

● ปัญหาการบริหารจัดการของชุมชนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชน และความไม่เข้าใจการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างเหมาะสม เนื่องด้วยกระแสของการท่องเที่ยวมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นอันมากและเข้าถึงในเกือบทุกชุมชน ดังนั้น จึงเกิดการหันมาพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

เพื่อหวังให้การท่องเที่ยวนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ทั้งการ สร้างงานและรายได้ จนทำให้เกิดการเบี่ยงเบนการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนไปในทิศทางที่ไม่เหมาะสมกับศักยภาพและพื้นที่

6. ปัญหาการใช้กลยุทธ์การตัดราคาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยทำให้ธุรกิจมีการแข่งขันสูงขึ้น บริษัทนำเที่ยวจึงหันมาใช้วิธีการตัดราคา ซึ่งเป็นเทคนิคที่ง่ายที่สุดในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและมีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งท้ายสุดได้ส่งผลกระทบให้คุณภาพของสินค้าและบริการลดต่ำลง การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวทวีเพิ่มขึ้น และยากจะแก้ไข ในขณะที่การทำตลาดลักษณะนี้เป็นช่องทางที่ทำให้ได้นักท่องเที่ยวไม่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น สวนทางกับแนวทางที่ต้องการพัฒนาประเทศไปสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

จากปัญหาดังกล่าวของการท่องเที่ยวดังกล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่าภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีบทบาทในการทำตลาดการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมีความจำเป็นในการศึกษาบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.2 วัตถุประสงค์

การศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย
2. ศึกษาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
3. ศึกษาบทบาทภาครัฐและมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีขอบเขตของการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ศึกษาปัจจัยด้านอุปสงค์ และอุปทานของการท่องเที่ยวโดยอุปสงค์คือ ปริมาณของนักท่องเที่ยว ส่วนอุปทานของการท่องเที่ยวคือ ปริมาณ และการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. วิเคราะห์รายได้จากการท่องเที่ยว
3. ศึกษารายละเอียดมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.4 วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีวิธีการดำเนินการศึกษา เชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) โดยการศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) และการสัมภาษณ์ (Interview) เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับดังต่อไปนี้

1. ทำให้ทราบบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. เพื่อทราบแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต
3. เพื่อนำผลการศึกษาใช้ในการพัฒนาบทบาทของภาครัฐร่วมกับภาคอื่นๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยว มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงปรากฏการณ์หรือความสัมพันธ์ที่เกิดจากการเดินทางและพักค้างคืนที่อื่น หรือเป็นการชั่วคราวโดยไม่ได้ประกอบอาชีพ และยังหมายถึงการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อความบันเทิงหรือการพักผ่อนหย่อนใจ ธรรมชาติของการท่องเที่ยวนับว่าเป็นอุตสาหกรรมลงทุนต่ำและได้รับผลตอบแทนสูงเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์อยู่ 5 องค์ประกอบที่จะก่อให้เกิดระบบการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์คือ (1) แหล่งหรือทรัพยากรท่องเที่ยว (2) นักท่องเที่ยว (3) ผู้ประกอบการลักษณะต่างๆ (4) ประชาชน/ชุมชนท้องถิ่น และ (5) องค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบธรรมชาติ และประการสำคัญในด้านการท่องเที่ยวคือการอนุรักษ์ทรัพยากรมากกว่าการใช้ทรัพยากรทั้งนี้เพื่อให้สามารถทำให้แหล่งธรรมชาติเหล่านั้นสามารถดึงดูดใจ (Attractions) นักท่องเที่ยวให้ยืนยาว ซึ่งเรียกว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยนอกจากหารายได้ทางเศรษฐกิจแล้ว ก็มุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป เราสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวคือ การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างๆ ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็น 3 ประการคือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ก็ตามที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือรายได้

ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงหมายถึง การเดินทางของบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือกลุ่ม จากถิ่นที่อยู่อาศัยตามปกติ หรือจากถิ่นที่ตนพำนักถาวรไปยังสถานที่อื่นด้วยความสมัครใจ เป็นการเดินทางชั่วคราว โดยใช้เวลาพำนัก ณ สถานที่นั้นๆ ชั่วระยะเวลาหนึ่ง ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

2.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การเดินทางของนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่สามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

2.1 การพักผ่อน มีวัตถุประสงค์เพื่อผ่อนคลายจากภารกิจทั้งปวงทั้งการงานหรือภาระอื่นๆ ในช่วงเวลาหนึ่งเพิ่มความสุข สดชื่นทั่วร่างกายและจิตใจ

2.2 การนันทนาการ มีวัตถุประสงค์เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน

2.3 สุขภาพและพลานามัย มีวัตถุประสงค์เพื่อบำรุงสุขภาพให้สดชื่นแข็งแรง ฟื้นฟู ดูแลสุขภาพโดยตรง

2.4 การกีฬา มีวัตถุประสงค์เพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา หรืออาจไปเล่นกีฬาบางชนิดที่จำเป็นต้องใช้สถานที่พิเศษ ช่วงเวลาพิเศษ เช่นเล่นกอล์ฟ เล่นสกี เป็นต้น

2.5 เยี่ยมญาติมิตร มีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมเยือนเครือญาติหรือมิตรสหายที่อยู่ห่างไกล

2.6 ศาสนา มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางเพื่อปฏิบัติศาสนกิจหรือนมัสการสถานที่สำคัญและศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนาตามความเชื่อถือ หรือศรัทธา เช่นไปทอดกฐิน ผ้าป่า หรือชาวมุสลิมเดินทางไปประกอบพิธีที่เมืองเมกกะ ประเทศซาอุดิอาระเบีย

2.7 ธุรกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจ เป็นหลักแต่มีโอกาสได้ท่องเที่ยวด้วย

2.8 การประชุมสัมมนา มีวัตถุประสงค์ในการประชุมสัมมนาเป็นหลักและมีการท่องเที่ยวประกอบด้วย

2.9 การศึกษา มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเป็นหลักและมีการท่องเที่ยวประกอบด้วยการศึกษาอาจเป็นระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น การไปศึกษาภาษาอังกฤษภาคฤดูร้อนมักจะมีเรื่อง การท่องเที่ยวควบคู่กันไปด้วย

2.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นการเดินทาง ที่มีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายปลายทาง ที่หลากหลาย อาจจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวโดยทั่วไปได้ ดังนี้

2.3.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของบุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้นๆ

2.3.2 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวจากประเทศหนึ่งเป็นถิ่นที่พำนักถาวรไปยังประเทศอื่นๆ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) Inbound Tour คือ การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศอื่นที่มิได้เป็นถิ่นที่พำนักถาวร

2) Outbound Tour คือ การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นที่พำนักถาวรไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น

2.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)

อาจเป็นตัวจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวได้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา ทะเล เกาะ แหล่งน้ำ ถ้ำ และน้ำตก ฯลฯ เพื่อชมความงดงามของธรรมชาติ เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งสนุกสนานกับกิจกรรมในแหล่งธรรมชาติ เช่น การเดินป่า (Trekking) การล่องแพ (Rafting) พายเรือ (Canoe) การดำน้ำ (Diving) หรือขี่จักรยาน (Mountain bike) เป็นต้น

2) การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน ศาสนสถาน วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและศิลปแขนงต่างๆ นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีความมุ่งหมายเพื่อการศึกษาหาความรู้จากการท่องเที่ยว นอกจากความรื่นรมย์ที่จะได้พบเห็นและมีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมนั้นๆ

2.5 อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว

อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่จะให้บริการท่องเที่ยว หรือซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยมีสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเตรียมไว้ขายหรือให้บริการ เพื่อรองรับอุปสงค์การท่องเที่ยว ซึ่งทั้งอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวจะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากอุปสงค์และอุปทานของสินค้าอื่น

2.5.1 อุปสงค์ (Demand) อุปสงค์การท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่จะใช้บริการท่องเที่ยว หรือซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยมีลักษณะและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยว

1) ผันแปรและเปลี่ยนแปลง ตามช่วงเวลา ฤดูกาล และสถานการณ์ ปริมาณของอุปสงค์ หรือความต้องการท้องเที่ยวจะไม่คงที่แน่นอน แต่จะผันแปรและเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา ฤดูกาล และสถานการณ์

ช่วงเวลา อุปสงค์การท่องเที่ยวจะสูงในช่วงเวลาที่เป็นวันหยุดที่ปราศจากภารกิจการงาน เช่น วันหยุดสุดสัปดาห์ วันหยุดเทศกาล หรือวันหยุดพักผ่อนยิ่งมีช่วงเวลายาวนานเท่าไร อุปสงค์การท่องเที่ยวจะสูงมากขึ้น

ฤดูกาล สภาพภูมิศาสตร์ตามฤดูกาล มีผลต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และเอื้ออำนวยหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว

สถานการณ์ ความปลอดภัยต่อสุขภาพ ชีวิตและทรัพย์สิน เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ที่มีผลต่ออุปสงค์หรือความต้องการท่องเที่ยว ถ้าในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวใดมีสถานการณ์ไม่สงบ หรือไม่มีความมั่นคงปลอดภัย จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

นั้นๆ เปลี่ยนแปลงหรือหมดไป ซึ่งโดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปยังแหล่งที่มีแนวโน้มว่าอาจเกิดอันตราย ไม่ปลอดภัยทั้งจากสถานการณ์การเมืองการปกครอง อาชญากรรม หรือโรคติดต่อร้ายแรง เป็นต้น

2) รวมตัวหนาแน่น อยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีความสำคัญ ความงดงามมหัศจรรย์ เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง จะดึงดูดให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวโดยมีจุดหมายปลายทาง ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวมักจะรวมตัวกันเป็นกระจุก หรือหนาแน่น ตามแหล่งท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยม ในขณะเดียวกันแหล่งท่องเที่ยวใดที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยม จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนน้อย ไม่สามารถจูงใจให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวมารวมตัวกันหนาแน่นได้

การรวมตัวอย่างหนาแน่นของอุปสงค์ จะผันแปรเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา ฤดูกาล และสถานการณ์ด้วย อาทิเช่น ในช่วงฤดูหนาว อุปสงค์การท่องเที่ยวจะไปรวมตัวหนาแน่นอยู่ที่แหล่งท่องเที่ยวทางภาคเหนือ ซึ่งมีสภาพธรรมชาติสวยงาม อากาศเย็นสบาย ถ้าเป็นช่วงฤดูร้อน อุปสงค์การท่องเที่ยวก็จะกระจายไปตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งน้ำ ชายทะเล และหนาแน่นอยู่ในพื้นที่ที่ได้รับความนิยม เช่น พัทยา ระยอง ภูเก็ต เป็นต้น แต่เมื่อถึงเทศกาลสงกานต์อุปสงค์การท่องเที่ยวจะไปรวมตัวหนาแน่นทางภาคเหนือโดยเฉพาะที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นต้น อย่างไรก็ตามหากมีสถานการณ์ไม่ปกติ มีแนวโน้มที่จะเกิดเหตุร้ายรุนแรง หรือความไม่ปลอดภัยจะมีผลทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวที่จะไปรวมตัวหนาแน่น ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เปลี่ยนแปลงได้

3) ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น อุปสงค์การท่องเที่ยวจะขยายตัวควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจเริ่มต้นเดินทางท่องเที่ยวในระยะทางใกล้ๆ ใช้เวลาเดินทางไป-กลับเพียงวันเดียว ต่อมาจะเริ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะทางไกลขึ้น มีการพักค้างคืนและเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวหรือพักค้างคืน เพิ่มจำนวนครั้งของการท่องเที่ยว และเพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ยกเว้นบางช่วงเวลาที่ภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำจะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวลดลง ทั้งนี้ เพราะการขยายตัวของการท่องเที่ยวจะเป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยว

1) เพศ สถานภาพ บทบาท ทัศนคติ และความสนใจของเพศชายและเพศหญิงจะมีความแตกต่างกัน และมีผลให้อุปสงค์การท่องเที่ยวต่างกันไปด้วย

ผู้ชาย อาจชอบการท้าทาย ผจญภัย เพื่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยมีความคล่องตัวและมีความพร้อมมากกว่า สามารถตัดสินใจในอุปสงค์การท่องเที่ยวได้รวดเร็ว

ผู้หญิง จะมีภาระผูกพันกับครอบครัวมากกว่าผู้ชาย อาจใช้เวลาและต้องคำนึงปัจจัยต่างๆ ต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ผู้หญิงจะต้องการความพร้อม ความ

มั่นใจ ความปลอดภัย และความสะดวกสบาย เป้าหมายการท่องเที่ยวของผู้หญิงมักจะเป็นเรื่องของความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว และการได้มีโอกาสจับจ่ายซื้อของ

2) อายุ นักท่องเที่ยวในแต่ละวัยหรือช่วงอายุ จะมีอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

วัยหนุ่มสาว นักท่องเที่ยวเยาวชนหรือหนุ่มสาว ร่างกายยังแข็งแรง คล่องแคล่ว พร้อมที่จะผจญภัยกับความยากลำบาก ตื่นเต้นและท้าทาย เพื่อความสนุกสนานและประสบการณ์ใหม่ๆ โดยไม่ค่อยให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายมากนัก และชอบเดินทางอย่างอิสระไปกับกลุ่มเพื่อน

วัยกลางคน เมื่อมีอายุมากขึ้นจะมีหน้าที่การงาน มีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น มีศักยภาพในการท่องเที่ยว ย่อมต้องการความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว และมักจะเดินทางมาเป็นครอบครัว สามี-ภรรยา หรือ พ่อ-แม่-ลูก

วัยสูงอายุ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่พ้นจากการทำงานมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จะเป็นตลาดที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะคนวัยนี้มีศักยภาพในการใช้จ่ายและมีเวลาที่จะท่องเที่ยวได้นานวัน แต่ด้วยข้อจำกัดทางด้านร่างกาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะต้องการความสะดวกสบาย ต้องการพักผ่อน ดูแลสุขภาพ และหาความสุขสงบ

3) การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาดี จะมีโอกาสที่จะทำงานในตำแหน่งหน้าที่และมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี มีปัจจัยเกื้อหนุน ก่อให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่ด้อยโอกาสทางด้านการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจ

2.5.2 อุปทาน (Supply)

อุปทานการท่องเที่ยว คือ สินค้าหรือบริการท่องเที่ยว เพื่อรองรับอุปสงค์การท่องเที่ยว อุปทานการท่องเที่ยวจะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากสินค้าและบริการอื่นๆ ดังนี้

1) ส่วนใหญ่เคลื่อนย้ายไม่ได้ อุปทานการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักแรม จะไม่สามารถเคลื่อนย้ายไปที่ใด แต่จะคอยให้บริการ ณ แหล่งที่ตั้งนั้นๆ ซึ่งต่างกับอุปทานของสินค้าอื่นๆ ที่สามารถเคลื่อนย้ายหรือนำส่งไปให้บริการแก่ผู้บริโภคได้

2) การท่องเที่ยวกระทำได้โดยการเดินทางเท่านั้น การเดินทางจะนำพานักท่องเที่ยวไปยังแหล่งที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อการบริโภคและใช้บริการท่องเที่ยว หากไม่มีการเดินทาง นักท่องเที่ยวจะไม่สามารถไปสู่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้

3) มีข้อจำกัดบางช่วงเวลา แหล่งท่องเที่ยวบางประเภทมีข้อจำกัดสามารถให้บริการได้บางช่วงเวลา หากพ้นกำหนดจะไม่มีให้บริการในช่วงเวลาอื่นได้ เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเทศกาลงานประเพณี สงกานต์ ลอยกระทง แห่เทียนพรรษา ฯลฯ จะกำหนดช่วงเวลาของการจัดงานและกิจกรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติตามฤดูกาลบางแห่งจะมีความพร้อมที่จะให้บริการบาง

ช่วงเวลา เช่น ถ้าต้องการสัมผัสอากาศหนาวเย็นดอกไม้บานสะพรั่ง จะต้องไปเที่ยวภาคเหนือในช่วงฤดูหนาว เป็นต้น

4) มีทั้งรูปลักษณ์ทางกายภาพและการบริการ อุปทานการท่องเที่ยว มีหลากหลาย ทั้งด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า และการบริการที่รับรู้ได้ด้วยความรู้สึก ความพึงพอใจ มาตรฐานของการให้บริการแต่ละครั้งอาจไม่คงที่ และในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวจะได้บริโภคทั้งความงดงามประสบการณ์จากสถานการณ์ ที่ท่องเที่ยว รสชาติของอาหาร รวมทั้งกิจกรรม และการบริการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

5) มีความสูญเปล่า อุปทานการท่องเที่ยวบางอย่างมีความสูญเปล่า ในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวไม่ได้ไปใช้บริการ อาทิเช่น พาหนะขนส่งในแต่ละเที่ยว หากไม่มีผู้โดยสารเต็มตามจำนวนที่นั่ง หรือที่พักแรมที่สร้างเพื่อรองรับความต้องการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวไปใช้บริการไม่ถึงจำนวนที่คาดการณ์ไว้ จะเกิดการสูญเปล่าซึ่งมีผลต่อรายได้และการลงทุนในการประกอบการ

6) มักให้บริการเป็นพิเศษ อุปทานใดๆ ของการท่องเที่ยว มักจะจัดเตรียมไว้เป็นพิเศษ แตกต่างกับการให้บริการทั่วไปในท้องถิ่น ทั้งด้านที่พักแรม ร้านอาหาร การขนส่ง กิจกรรมและบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวเองย่อมแสวงหาความสะดวกสบาย ความแปลกใหม่ หรือบริการพิเศษกว่าที่เคยพบในชีวิตประจำวัน โดยอัตราค่าบริการสำหรับนักท่องเที่ยวจะมีราคาสูงกว่าให้บริการทั่วไป

7) ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น อุปทานการท่องเที่ยวจะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทั้งด้านทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ด้านธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม งานเทศกาลประเพณี และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักแรมบริการนำเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อรองรับอุปสงค์การท่องเที่ยว

2.6 ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ตามความหมายในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 หมายถึง อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง

1) ธุรกิจนำเที่ยว
2) ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
4) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
5) ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว

6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักจูงหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Travel Product) จะเป็นทั้งตัวสินค้าที่มีรูปลักษณ์ และการบริการที่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึกพึงพอใจหรือประทับใจ

2.7 ลักษณะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยต้องและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ ธุรกิจหลักที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว สถานบันเทิง และของที่ระลึก ส่วนธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ งานด้านก่อสร้าง เช่น สร้างอาคารที่พัก ร้านอาหาร การผลิตสินค้าทางการเกษตร หรือวัสดุอุปการณ์ที่ใช้เป็นเครื่องอุปโภคและบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจไม่ได้ขายสินค้า หรือให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง

เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีข้อจำกัดในการผลิตและการจำหน่าย เนื่องจากวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว ทั้งด้านวัฒนธรรมซึ่งไม่สิ้นเปลืองหรือหมดไป เพียงแต่ต้องมีการจัดการอนุรักษ์และพัฒนาให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน ประกอบกับผู้บริโภคคือนักท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ตามจำนวนประชากรโลก และการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.8 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (The Significance of Tourism Industry)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศเป็นอย่างยิ่ง นับตั้งแต่ประเทศไทยได้ให้ความสนใจในการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ก็ได้ก่อประโยชน์ให้แก่ประเทศอย่างมหาศาล เป็นรูปธรรมที่มองเห็นได้อย่างแจ่มชัด และสามารถปฏิบัติได้อย่างสัมฤทธิ์ผล ดังต่อไปนี้

1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมารายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 ของประเทศเมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกประเภทอื่นๆ ในปี 2548 สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นรูปเงินตราต่างประเทศ คิดเป็นมูลค่า 368,000 ล้านบาท และในปี 2549 นำรายได้เข้าประเทศได้ถึง 487,100 ล้านบาท ตามลำดับ รายได้นี้มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับประเทศไทย

2) รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างงานสร้างอาชีพแก่คนทุกประเภท ทั้งทางตรงได้แก่ บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร ร้านขายของที่ระลึก มัคคุเทศก์ การคมนาคมในประเภทต่างๆ เป็นต้น ส่วนทางอ้อม ได้แก่ การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน เกษตร และผู้ใช้แรงงานเป็นต้น

3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็จะต้องจับจ่ายใช้สอยไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่พัก อาหารการกิน ซื้อของผลิตภัณฑ์ที่ชุมชน ทำให้เกิดการผลิตครบวงจรเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ รวมทั้งกิจกรรมการบริการซึ่งเป็นกิจกรรมการติดต่อประสานงาน การสื่อสารอำนวยความสะดวกรวมทั้งการมีจิตใจในความพร้อมจะบริการ เป็นต้น

4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน ไม่มีขีดจำกัดในการผลิตและการจำหน่าย ผู้บริโภคซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวโดยส่วนร่วมจะมีเพิ่มมากขึ้นทุกปี เพราะประชากรโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่พัฒนาการด้านการขนส่ง การคมนาคมทางบก ทางน้ำ ทางอากาศมีความสะดวกและรวดเร็วขึ้น โอกาสที่จะมีการเดินทางย่อมจะมีมากตามเงาตามตัว จึงทำให้นักท่องเที่ยวทุกระดับชั้นมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ในด้านการผลิตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีขีดกำกัดในด้านการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวคือ ความสวยงามของธรรมชาติ ภูเขา ทะเล ป่าไม้ หาดทราย ฯลฯ หรือสิ่งที่มนุษย์จรรโลงสร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสิ่งปลูกสร้างที่วิจิตรงดงาม เช่น ปราสาท โบราณสถาน ฯลฯ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบสานมายาวนาน เช่น ประเพณีแข่งเรือ ประเพณีลอยกระทง ประเพณีแห่เทียน ฯลฯ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น การทำนา ทำไร่ การหาปลาด้วยเครื่องมือต่างๆ ฯลฯ ผลผลิตเหล่านี้ย่อมจะอยู่คงทนหากเราเพียงจะอนุรักษ์ไว้เท่านั้น

5) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่ ที่สั่งสมและสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมไว้ช้านาน ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีที่จะนำออกเผยแพร่โดยการฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

6) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง ในเรื่องการลงทุนมีผลในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอีกด้วย ซึ่งทำให้เกิดการสร้างงานในท้องถิ่น สามารถเป็นอาชีพต่างๆ ในท้องถิ่น เช่น อาชีพมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หัตถกรรมท้องถิ่น การนวดแผนโบราณ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เป็นต้น

7) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้เกิดขึ้น ในท้องถิ่น ท้องถิ่นใดที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ท้องถิ่นนั้นย่อมได้รับการเสริมสร้างด้านความปลอดภัยและความมั่นคงด้วย

8) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสัมพันธ์ไมตรี และความเข้าใจของประชาชาติทั้งมวล อันจะเป็นหนทางที่จะสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศชาติต่างๆ ในโลก

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงธุรกิจการงาน การประชุมการสัมมนาวิชาการ ในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ระดับชาติและระดับนานาชาติ เมื่อคนในสังคมระดับต่างๆ เข้าใจกันก็จะเป็นหนทางที่จะนำไปสู่สันติภาพของโลกได้

2.9 หน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีหน่วยงานสำคัญของรัฐบาล ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอยู่ 14 หน่วยงาน ดังต่อไปนี้คือ

2.9.1 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sports)

ถือเป็นองค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติ (National Tourist Organization) ของประเทศไทยมีฐานะเป็นกระทรวง ก่อตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวและกีฬาโดยให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โอนภาระงานด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกีฬาฉะนั้นนับแต่ปี 2546 เป็นต้นไป การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จะปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศเป็นหลัก

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้แบ่งส่วนราชการออกเป็น 4 สำนักงาน ตามมาตรา 15 ดังต่อไปนี้คือ (1) สำนักงานรัฐมนตรี (2) สำนักงานปลัดกระทรวง (3) สำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ และ (4) สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหน่วยงานส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการสนับสนุนการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้อยู่ในระดับมาตรฐาน เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีอำนาจหน้าที่สำคัญอยู่ 8 ประการดังต่อไปนี้คือ

1) ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย รวบรวมข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยว และแนวทางการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

2) จัดทำแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว รวมทั้งประสานส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามแผนที่กำหนด

3) จัดทำแผนพัฒนาทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมทั้งประสานส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามที่กำหนด

4) จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งประสาน ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามแผนที่กำหนด

5) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

6) ติดตามประเมินผลงานด้านพัฒนาการท่องเที่ยว

7) ส่งเสริมสนับสนุนกิจการภาพยนตร์ ทั้งภาคการผลิต การบริหารและกิจการที่เกี่ยวข้อง

8) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานหรือตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

2.9.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือที่เรียกชื่อย่อว่า "ททท." มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 โดยพัฒนามาจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2502 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงมีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบงาน 4 ด้านใหญ่ๆ ดังนี้คือ

1) **การบริหาร (Administration)** เป็นเรื่องเกี่ยวกับการวางแผน การจัดองค์การ การอำนวยการ และการควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน รวมทั้งข้อกำหนดและกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) **การผลิต (Production)** เป็นเรื่องเกี่ยวกับองค์ประกอบและกิจกรรมต่างๆ ในการบริการและสินค้าทางการท่องเที่ยว ซึ่งรวมไปถึงการค้นพบและการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวตามธรรมชาติ การป้องกันและบำรุงรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดจนการประเมินผลและการพยากรณ์ความต้องการปัจจัยด้านต่างๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดดุลยภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3) **การตลาด (Marketing)** เป็นเรื่องเกี่ยวกับการวิจัยศึกษาทางการตลาดของนักท่องเที่ยว โดยศึกษาขนาดลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนั้น ยังเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา พร้อมทั้งส่งเสริมการทำหน้าที่ของสำนักงานต่างประเทศและการร่วมมือทางด้านการตลาดกับประเทศต่างๆ ด้วย

4) **การคลัง (Financial)** เป็นเรื่องเกี่ยวกับการลงทุนและการจัดสรรงบประมาณเพื่ออุดหนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ

ต่อมาเมื่อมีการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาตามปฏิรูประบบราชการ ซึ่งอาศัยกฎหมายพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ต้องโอนภาระงานด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านพัฒนาบริการท่องเที่ยว และด้านทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ไปให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดังนั้นนับแต่ปี พ.ศ. 2546 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้ปรับแผนวิสาหกิจให้สอดคล้องกับการก่อตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาโดยปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริหารจัดการ

ตลาดท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นหลัก โดยกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้คือ

1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล

2) ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย (Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน

3) ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันขจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และ เป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

4) มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

5) เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (E-Tourism) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกลในการควบคุมและป้องปรามเพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

2.9.3 สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล

เป็นราชการท้องถิ่นในรูปองค์การปกครองท้องถิ่นที่เล็กและใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2538 เพื่อกระจายอำนาจปกครองสู่ท้องถิ่น มีหน้าที่คุ้มครอง ดูแล และบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จัดได้ว่าเป็นทรัพยากรที่อยู่ในแนวดำเนินการขององค์กรมนระดับท้องถิ่นเหล่านี้ ทั้งนี้ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตการปกครองท้องถิ่นมีรูปแบบอื่น

2.9.4 กระทรวงคมนาคม

ประกอบด้วย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ 8 หน่วยงาน ดังต่อไปนี้

1) **กรมทางหลวง** เป็นหน่วยงานราชการ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยทางหลวงเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับทางหลวงพิเศษ ทางหลวงแผ่นดิน และทางหลวงสัมปทาน ทำการวิจัย และพัฒนางานก่อสร้างบูรณะบำรุงรักษาทาง ร่วมมือและประสานงานด้านงานทางกับองค์กรและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศในและต่างประเทศ

2) **กรมการขนส่งทางบก** เป็นหน่วยงานราชการ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก กฎหมายว่าด้วยรถยนต์ กฎหมายว่าด้วยล้อเลื่อน และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการแก้ไขป้องกันและส่งเสริมสวัสดิภาพการขนส่งทางบกร่วมมือประสานงานกับองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศในด้านการขนส่งทางบกและในส่วนที่เกี่ยวกับอนุสัญญาและความตกลงระหว่างประเทศ

3) **การรถไฟแห่งประเทศไทย** เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการว่าด้วยการขนส่งทางรถไฟ ดำเนินกิจการรถไฟที่เกี่ยวกับการสร้างทางรถไฟสายใหม่และพัฒนางานก่อสร้างบูรณะและบำรุงรักษาทางรถไฟ ร่วมมือประสานงานกับองค์กรและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4) **กรมการขนส่งทางน้ำและพาณิชย์นาวี** เป็นหน่วยงานราชการ เดิมชื่อ กรมเจ้าท่า มีหน้าที่ในการพัฒนา กำกับดูแล ควบคุมการขนส่งทางน้ำให้มีประสิทธิภาพ สะดวกเสริมสร้างมาตรฐานความปลอดภัย และควบคุมสิ่งแวดล้อมทางน้ำให้มีมาตรฐานและอยู่ในสภาพดี อีกทั้งพัฒนาท่าเรือและเส้นทางคมนาคมขนส่งทางน้ำให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่นการพัฒนาท่าเทียบเรือภูเก็ต ท่าเทียบเรืออ่าวฉลอง เป็นต้น และยังให้การสนับสนุนกิจการพาณิชย์นาวีอย่างจริงจัง

5) **กรมการขนส่งทางอากาศ** เป็นหน่วยงานราชการ เดิมชื่อกรมการบินพาณิชย์ มีหน้าที่ควบคุมและบริหารกิจการการบินพลเรือนของไทยให้เป็นตามอนุสัญญาความตกลงระหว่างประเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนดำเนินการบริหารและส่งเสริมกิจการการบินพลเรือน ให้เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศที่มีความสะดวกปลอดภัยอย่างมีระเบียบ ภารกิจของกรมการขนส่งทางอากาศ ได้แก่ การให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศ งานในด้านการควบคุม กำกับดูแล ส่งเสริมและพัฒนากิจการบิน นอกจากนั้นกรมการขนส่งทางอากาศยังกำหนดนโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรีการบิน ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศเพื่อให้การขนส่งทางอากาศมีการขยายตัวมากที่สุด และเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศในภูมิภาค

6) **บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)** เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีภารกิจหลักในการประกอบธุรกิจขนส่งทางอากาศ ได้แก่ การขนส่งผู้โดยสาร สินค้า และไปรษณียภัณฑ์ และภาระ

รับผิดชอบด้านการให้บริการในกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงและที่สนับสนุนกิจการขนส่งทางอากาศ เช่น กิจกรรมบริการภาคพื้น กิจการซ่อมบำรุงอากาศยาน กิจการครัวการบินและกิจการคลังสินค้า เป็นต้น และหน้าที่สำคัญอีกประการคือ การบินไทยมีหน้าที่รับผิดชอบ ในฐานะสายการบินแห่งชาติ (Flag Carrier) ที่นำธงไตรรงค์อันเป็นสัญลักษณ์ของชาติไทยไปเผยแพร่ให้นานาชาติได้รู้จัก

7) บริษัท การท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจเดิมชื่อการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย มีภารกิจหลักในการประกอบและส่งเสริมกิจการท่าอากาศยาน รวมทั้งการดำเนินกิจการอื่นที่เกี่ยวกันหรือต่อเนื่องกับการประกอบกิจการท่าอากาศยาน และผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับบริการที่เพียงพอ สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยและได้มาตรฐานสากล ทั้งนี้ได้เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยานทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

8) บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีภารกิจหลักประกอบด้วยบริการควบคุมจราจรทางอากาศ และบริการสื่อสารการบินที่จำเป็นต่อการปฏิบัติการบิน โดยเป็นศูนย์สื่อสารการบินหลักศูนย์หนึ่งในภูมิภาคเอเชียแปวิฟิก บริการวิทยุเครื่องช่วยการเดินอากาศในการนำอากาศยานขึ้นลงจอดบริเวณท่าอากาศยาน โดยบอกทิศทาง ระยะทาง และนำอากาศยานร่อนลงจอด และบริการเกี่ยวเนื่องกับการบิน

2.9.5 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ประกอบด้วยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ 3 หน่วยงาน ดังต่อไปนี้

1) กองตรวจคนเข้าเมือง (Immigration Division) เป็นหน่วยงานราชการ มีหน้าที่ควบคุมดูแลการเดินทางเข้ามาในหรือออกไปนอกราชอาณาจักรของบุคคลและพาหนะ รวมทั้งควบคุมดูแลคนต่างด้าวที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักร ด้วยการจัดเจ้าหน้าที่ประจำอยู่ ณ จุดเข้า-ออกประเทศ เช่น ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และด่านตรวจคนเข้าเมืองตามจังหวัดชายแดน เป็นต้น เพื่อทำหน้าที่ตรวจหนังสือเดินทาง (Passport) หรือเอกสารที่ใช้แทนหนังสือเดินทางของคนต่างด้าวว่าเป็นเอกสารหรือหนังสือเดินทางที่ถูกต้องและสมบูรณ์อยู่ รวมทั้งผ่านการตรวจตรา (VISA) จากสถานทูตหรือสถานกงสุลไทยในต่างประเทศมาแล้ว หรือได้รับการยกเว้นการตรวจลงตราเป็นกรณีพิเศษ โดยประสานงานกับกองหนังสือเดินทางกระทรวงการต่างประเทศและปฏิบัติตามพรราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522

2) กองกำกับการ 8 กองปราบปราม หรือที่เรียกกันว่า "ตำรวจท่องเที่ยว" เป็นหน่วยงานราชการ มีหน้าที่ดูแลคุ้มครองความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว พัฒนามากจากศูนย์อำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว (ศอ.นท.) ที่ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2519 ในสังกัดของ

กองบังคับการกองปราบปราม ทำหน้าที่รับแจ้งเรื่องร้องเรียนและลาดตระเวนตรวจตราให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในย่านชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพฯ ต่อมารัฐบาลได้ประกาศให้ปีพ.ศ.2523 เป็นปีท่องเที่ยวไทย และมอบหมายภารกิจการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวให้กรมตำรวจ กระทรวงมหาดไทยรับไปดำเนินการอย่างจริงจังทั่วราชอาณาจักร กรมตำรวจจึงปรับปรุง ศอ.นท. เป็นหน่วยตำรวจเฉพาะกิจท่องเที่ยว (ฉก.ทท.) ทำหน้าที่ประสานงานป้อนข้อมูลให้แก่ฝ่ายคุ้มครองนักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ต่อในปีพ.ศ. 2525 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้จัดตั้งตำรวจท่องเที่ยวเป็นหน่วยงานถาวรระดับกองกำกับการ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ อย่างกว้างขวางทั่วราชอาณาจักร

2.9.6 กระทรวงการคลัง

มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ กรมศุลกากร เป็นหน่วยงานราชการ มีหน้าที่เกี่ยวกับภาษีอากรระหว่างประเทศให้เป็นไปตามพรราชกำหนด

2.9.7 กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ประกอบด้วยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ 4 หน่วยงาน ดังต่อไปนี้

1) **กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช** เป็นหน่วยงานราชการ ทำหน้าที่ในการดูแลและจัดการทรัพยากรป่าไม้ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติ พื้นที่วนอุทยาน และพื้นที่เขตอนุรักษ์พันธ์สัตว์ป่า นอกจากนี้ยังร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำหนดกฎเกณฑ์ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ กำหนดรูปแบบของกิจกรรมนันทนาการ และการศึกษาธรรมชาติในแต่ละพื้นที่อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังผู้เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวด้วย

2) **องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้** เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ดำเนินงานในลักษณะการให้บริการในกิจการเกี่ยวเนื่องกับป่าไม้ตามนโยบายพิเศษของรัฐด้านการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติโดยเป็นการทำธุรกิจแสวงหากำไรไปด้วย องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ได้พัฒนาพื้นที่สวนป่าที่มีศักยภาพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น สวนป่าทองผาภูมิ ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย สวนป่าทุ่งเกวียน และสวนป่าแม่แจ่ม เป็นต้น

3) **สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม** เป็นหน่วยงานราชการ มีบทบาทในการกำหนดนโยบายและแผนการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมของภาครัฐและเอกชน ประสานงานร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการติดตามและตรวจสอบสภาพพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

4) กรมควบคุมมลพิษ เป็นหน่วยงานราชการ มีบทบาทในการกำหนด แนวทางการจัดทำมาตรการควบคุม ป้องกัน การแก้ปัญหา และการประกาศเขตควบคุมมลพิษให้สอดคล้องกับนโยบายการจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.9.8 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ประกอบด้วยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ

1) กรมชลประทาน เป็นหน่วยงานราชการ มีบทบาทหน้าที่ในการจัดการทรัพยากรน้ำให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งในด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเพื่อการอุปโภค บริโภค บรรเทาอุทกภัย เป็นที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ตลอดจนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เช่น อ่างเก็บน้ำ ฝายทดน้ำ เป็นต้น

2.9.9 กระทรวงศึกษาธิการ

ประกอบด้วยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ 3 หน่วยงาน ดังต่อไปนี้

1) กรมศิลปากร เป็นหน่วยงานราชการทำหน้าที่ในการดูแล บำรุงรักษาป้องกัน อนุรักษ์ฟื้นฟู ส่งเสริม สร้างสรรค์ และเผยแพร่ศิลปวิทยาการและวัฒนธรรมของชาติในด้านพิพิธภัณฑ์ โบราณคดี โบราณสถาน วรรณกรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี หอสมุดแห่งชาติ หอจดหมายเหตุแห่งชาติ นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ดีตศิลป์ สถาปัตยกรรม และศิลปกรรม และส่งเสริมความเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมร่วมสมัย เน้นภูมิปัญญาและเทคโนโลยีท้องถิ่น

2) กรมการศาสนา เป็นหน่วยงานราชการมีบทบาทหน้าที่ในการทำนุบำรุงส่งเสริมพระพุทธศาสนา สนองงานของรัฐบาลและคณะสงฆ์ด้านการบริหาร การปกครอง การศึกษา การเผยแพร่พระพุทธศาสนา และการสาธารณูปการ รวมทั้งสนับสนุนศาสนาอื่นๆ ที่ทางราชการรับรอง

3) สถาบันการศึกษา เป็นหน่วยงานราชการที่กำกับดูแลสถาบันการศึกษาทั้งสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนทั่วประเทศที่เปิดสอนหลักสูตรการท่องเที่ยว

2.9.10 สำนักนายกรัฐมนตรี

มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิต เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีหน้าที่รับผิดชอบกิจการไฟฟ้าของประเทศการก่อสร้างโรงไฟฟ้า ขยายกำลังผลิต และระบบส่งไฟฟ้า รวมทั้งการพัฒนาพลังงานทดแทนควบคู่กันไปด้วย นอกจากนี้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตยังได้ดำเนินงานด้านอ่างเก็บน้ำ ซึ่งจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศด้วย

2.9.11 กระทรวงมหาดไทย

ประกอบด้วยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ 4 หน่วยงาน ดังต่อไปนี้คือ

1) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคและการไฟฟ้านครหลวง เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแล การพัฒนา และซ่อมบำรุงรักษาเกี่ยวกับระบบไฟฟ้าของประเทศ

2) การประปาส่วนภูมิภาคและการประปานครหลวง เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแล การพัฒนา และซ่อมบำรุงรักษาเกี่ยวกับระบบประปาของประเทศ

3) กรมโยธาธิการ เป็นหน่วยงานราชการ มีหน้าที่ให้คำปรึกษา อำนวยการและบริการด้านช่างทุกแขนงแก่ส่วนราชการและองค์การของรัฐ ควบคุมดูแลการดำเนินงานด้านช่าง ให้เป็นไปตามกฎหมายและถูกต้องตามหลักวิชาการ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน

4) กรมการผังเมือง เป็นหน่วยงานราชการ มีหน้าที่รับผิดชอบผังเมืองของประเทศไทย ซึ่งทำให้เมืองต่างๆ น่าอยู่และมีภูมิทัศน์สวยงาม พิจารณาความเหมาะสมด้าน ผังเมืองในการจัดตั้ง และเปลี่ยนแปลง เขตเทศบาล สุขาภิบาล และราชการส่วนท้องถิ่นอื่น อีกทั้งดำเนินการทางด้านวิชาการผังเมือง เพื่อเป็นมาตรฐานการผังเมือง และเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานเกี่ยวกับกาผังเมืองทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

2.9.12 กระทรวงอุตสาหกรรม

ประกอบด้วยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ 4 หน่วยงาน ดังต่อไปนี้คือ

1) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานราชการมีหน้าที่กำหนดนโยบายและแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะและขีดความสามารถของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สนองตอบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก

2) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานราชการมีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยให้เท่าเทียมระดับสากล สร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย ขจัดปัญหาอุปสรรคในทางการค้าต่างๆ โดยมีกิจกรรมที่สำคัญ คือ กำหนดมาตรฐานทั้งระดับประเทศและระดับสากล การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ การจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ การบริการข้อมูลสารสนเทศ การปฏิบัติตามพันธกรณี ความตกลงภายใต้องค์การค้าโลก และงานด้านมาตรฐานระหว่างประเทศ

3) สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ เป็นองค์การอิสระ กำกับดูแลโดยกระทรวงอุตสาหกรรม มีความเป็นกลาง และมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์สากล ทำหน้าที่ดำเนินการรับรองระบบคุณภาพ ISO 9000 รับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14000 ระบบการจัดการอาชีวอนามัย

และความปลอดภัย มอก. 18000 และให้บริการการฝึกอบรมด้านการรับรองมาตรฐานในเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แก่ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับและสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมภายในประเทศให้มีขีดความสามารถเพียงพอที่จะแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

4) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม เป็นองค์การอิสระ กำกับดูแลโดยกระทรวงอุตสาหกรรม ทำหน้าที่พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทั้งในภาคการผลิต การพาณิชย์และภาคบริการ โดยให้บริการฝึกอบรม ปรึกษาแนะนำ วิจัยและบริการข้อมูล

2.9.13 กระทรวงสาธารสุข

เป็นหน่วยงานราชการ มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการแพทย์ การสาธารณสุข การส่งเสริมและพัฒนาสุขภาพอนามัย การควบคุมอาหารและยารวมทั้งสิ่งที่อาจเป็นพิษหรือเป็นภัยแก่สุขภาพอนามัย เช่น การกำหนดเครื่องหมาย อย. ให้กับสินค้าบริโภค ร้านอาหารที่ได้รับเครื่องหมาย Clean Food Good Taste เป็นต้น

2.9.14 กระทรงแรงงานและสวัสดิการสังคม

เป็นหน่วยงานราชการ มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารแรงงาน การจัดหางาน การประชาสงเคราะห์ การสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน การประกันสังคม และการพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยเฉพาะกรมพัฒนาฝีมือแรงงานจะเป็นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องมากที่สุดในการพัฒนาฝึกอบรมให้ความรู้ ฝึกทักษะให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.10 กรณีศึกษา: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สวนหินผางาม ตำบลปวนพุ อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการความรับผิดชอบจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ต้องการความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีการจัดการสิ่งแวดล้อม และมีการให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีกระบวนการเรียนรู้ความหมายความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ร่วมทั้งวัฒนธรรมท้องถิ่นมีการจัดการโดยคนท้องถิ่นทำให้เกิดการสร้างอาชีพและรายได้ทั้งคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์แหล่งธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังหมายถึง การท่องเที่ยวที่เป็นองค์รวมระหว่างธรรมชาติกับวัฒนธรรมเนื่องจากวิถีชีวิตของคนมีความสัมพันธ์กับธรรมชาติ ดังนั้น สามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบกับแหล่งธรรมชาติมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและ

การท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืนซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. ด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมทั้งแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันเกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นพื้นที่ที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ

2. ด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและจำกัดมลพิษและควบคุมการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์ และสร้างความตระหนักร่วมกันตลอดจนปลูกจิตสำนักที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว และประชาชนท้องถิ่น

4. ด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการวางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนการร่วมกันบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่น การยกระดับรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต การได้รับผลตอบแทนเพื่อนำมาใช้ในการบำรุงรักษาและการจัดการการท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน

สวนหินผางาม ตำบลปวนพุ อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย นับว่าเป็นการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความหมายที่กล่าวมาข้างต้นซึ่งเป็นแหล่งธรรมชาติตามลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาหินปูน มีพื้นที่ป่าหินและพันธุ์ไม้คลายกับเมืองคุณหมิงในมลฑลยูนาน ประเทศจีน เรียกว่า "สวนหินผางาม" มีการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยองค์การบริหารส่วนตำบลปวนพุ

2.10.1 สภาพทั่วไปของสวนหินผางาม

ลักษณะธรณีวิทยา และธรณีสัณฐานของสวนหินผางาม สวนหินผางาม ตั้งอยู่ที่พิกัดภูมิศาสตร์ประมาณละติจูด 17° 05′ เหนือ และลองติจูด 101° 45′ ตะวันออก ลักษณะเด่นเป็นพื้นที่หินปูนหรือคาร์สต์ (Karst Topography) หินปูนที่สวนหินผางามจัดอยู่ในหน่วยหินอีเลิศ (E-Leart Formation) ชุดหินราชบุรี (Ratburi Group) ที่มีอายุอยู่ในยุคเพอร์เมียน (Permain Period) มหายุคพาลีโอโซอิก (Paleozoic Era) มีกำเนิดโดยการสะสมตัวของแร่แคลไซต์ (Calcite; $CaCO_3$) ที่เกิดจากการตกตะกอนทางเคมีในทะเลเมื่อ 230 ถึง 280 ล้านปีที่ผ่านมาภายหลังเมื่อแผ่นดินบริเวณนี้ถูกยกตัวขึ้นในช่วงปลายยุคเพอร์เมียนและต้นยุคไทรแอสซิก (Triassic Peroid) ตะกอนที่แข็งตัวเป็นหิน

(Lithification) เนื่องจากเนื้อสารแคลเซียมคาร์บอเนตตกตะกอนทางเคมี (Calcium Carbonate; $CaCO_3$) มีสภาพเป็นแท่งหิน โพรงหิน และถ้ำที่สวยงามและแปลกตาน่าพิศวง

ธรณีสัณฐานที่พบบริเวณสวนหินผางาม

1. ภูมิภาพแบบป่าซ้าหิน (Lapies) มีลักษณะเป็นก้อนหินมนหรือแหลม อยู่บริเวณเชิงเขาหินปูนหรือบริเวณที่ราบหินปูน

2. ถ้ำ (Cave) มีลักษณะเป็นโพรงขนาดต่างๆ ขึ้นอยู่กับปริมาณถ้ำและช่วงเวลาการเกิดภายในถ้ำพบหินย้อยรูปแบบต่างๆ หินงอกและเสาหินย้อย

3. ธารลอด เป็นธารน้ำใต้ดินที่ไหลผ่านโพรงหินอยู่ใต้ถ้ำหรือธารน้ำที่มุดลอดออกมาจากเขาหินปูน เมื่อไหลผ่านพื้นที่ที่ลดหลั่นจึงเรียก น้ำตกเพียงดิน

นอกจากความสวยงามของภูมิประเทศแบบต่างๆ ของหินปูนแล้ว ที่สวนหินผางามยังมีป่าไม้ที่ค่อนข้างสมบูรณ์ ไม้ที่ช่วยประดับให้สวนหินสวยงาม ได้แก่ ต้นปรง อายุเกินร้อยปี ต้นจันทน์ผา รวมทั้งพืชสมุนไพรอีกนับร้อยชนิด

2.10.2 สภาพทางนิเวศวิทยา

นอกจากลักษณะทางธรณีสัณฐานแล้ว บริเวณสวนหินผางามยังมีด้านสภาพนิเวศวิทยาอีกหลายอย่างจากการสำรวจของสถาบันวิจัยวลัยรุกขเวช มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่ามีพันธุ์ไม้ประมาณ 129 ชนิด นกประมาณ 29 ชนิด สัตว์เลื้อยคานประมาณ 33 ชนิด สัตว์ครึ่งน้ำครึ่งบกประมาณ 18 ชนิด สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม ประมาณ 21 ชนิด และปลาประมาณ 10 ชนิด (สถาบันวิจัยวลัยรุกขเวช มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2544, หน้า 46 – 47) ภายในเทือกเขาที่เป็นสวนหินผางามนั้นมีถ้ำมากกว่า 400 ถ้ำ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นหุบเขา ป่าดิบชื้น ป่าดิบแล้ง และป่าเบญจพรรณมากกว่า 70 แห่ง ที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีพันธุ์พืชสมุนไพรหายากมากกว่า 1,000 ชนิด นอกนั้นยังมีน้ำตกที่สวยงาม มีน้ำตกตลอดปีจำนวน 3 แห่ง

2.10.3 พัฒนาการของแหล่งท่องเที่ยว

เดิมสวนหินผางามตั้งอยู่บริเวณป่าสงวนแห่งชาติป่าภูด้อ-ภูกระแต ต่อมาได้รับการจัดตั้งเป็นวนอุทยานตามคำสั่งกรมป่าไม้ที่ 959/2545 ลงวันที่ 13 พฤษภาคม 2545 (กรมป่าไม้, 2545) ให้เป็นวนอุทยานผางาม มีพื้นที่ประมาณ 7,450 ไร่ อยู่ในความควบคุมดูแลของวนอุทยานแห่งชาติภูกระดึง กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และองค์การบริหารส่วนตำบลปวนพุ ได้เข้าไปทำประโยชน์เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สวนหินผางามอยู่ทางทิศใต้ของตำบลปวนพุ อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย อดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันได้มีความพยายามที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้อย่างต่อเนื่องโดยบุคคลต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าของรัฐ พัฒนาการของแหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางาม ได้ดังนี้

ปี พ.ศ. 2522 นายวัฒนา วงศ์ศิริ เกษตรอำเภอภูกระดึง ซึ่งได้ย้ายมาจากจังหวัดชุมพร ได้มาซื้อที่ดินทำไร่ที่บ้านผางาม และได้แนะนำชาวบ้านว่า ควรปรับปรุงบริเวณสวนหินผางามในปัจจุบันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ปี พ.ศ. 2525 นายวัฒนา วงศ์ศิริ ได้ขอความอนุเคราะห์ไปยังการไฟฟ้าจังหวัดเลย ให้ขยายสายไฟฟ้าจากบ้านปวนพุเข้าสู่บ้านสวนห้อม ผางาม ผาฝ้าย และผาหวาย

ปี พ.ศ. 2529 – 2530 นายชีวิน สุทธิสุวรรณ ผู้ว่าราชการจังหวัดเลยขณะนั้น ได้เดินทางมาเยี่ยมราษฎรเขตตำบลปวนพุ พร้อมด้วยนายปริญญา ปานทอง นายอำเภอภูกระดึง ราษฎรได้รายงานให้ทราบว่ามีน้ำตกสวยงาม ซึ่งอยู่ลึกเข้าไปบริเวณเทือกเขา นายชีวิน สุทธิสุวรรณ ได้ของบสนับสนุนการสร้างถนนลูกรังจากเส้นทางสายหลักเข้าสู่บริเวณน้ำตก จากองค์การบริหารส่วนจังหวัด

ประมาณปลายปี 2536 มีพระเดินทางมาปฏิบัติธรรมและพัฒนาขึ้นเป็นสำนักปฏิบัติธรรมใช้ชื่อว่า "อตัมมยตาราม" หลังจากนั้นได้มีประชาชนเดินทางเข้าไปทำบุญและร่วมปฏิบัติธรรมบริเวณดังกล่าวเพิ่มขึ้น รวมทั้งผู้ว่าราชการจังหวัดเลย แต่ละท่านที่มาดำรงตำแหน่งในจังหวัดเลย และมองเห็นว่าบริเวณนี้มีภูมิทัศน์สวยงาม แปลกตา น่าจะสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดเลย ปี 2537-2538 ได้มีความพยายามสำรวจพื้นที่อย่างต่อเนื่องทั้งโดยเจ้าหน้าที่และประชาชนในพื้นทีเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และพบว่าเริ่มมีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวบริเวณนี้

ปี พ.ศ. 2540 วันที่ 1 มิถุนายน 2540 กิ่งอำเภอหนองหินได้แยกออกจากอำเภอภูกระดึง จำนวน 3 ตำบล คือ หนองหิน ปวนพุ และตาดข่า โดยมีนายธวัชชัย วีระกุล เป็นปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้ากิ่งอำเภอคนแรก ก่อนเดินทางมารับตำแหน่ง 2 สัปดาห์ นายธวัชชัย วีระกุล ได้นำครอบครัวเที่ยวชมบริเวณสวนหินผางามและมีความประทับใจ เมื่อมาดำรงตำแหน่ง ได้เสนอแนวคิดที่จะพัฒนาสวนหินแห่หัวหน้าส่วนราชการระดับอำเภอและราษฎรในพื้นที่ ซึ่งก็ได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีและนายธวัชชัย วีระกุล เคยไปเที่ยวที่คุณหมิง ประเทศจีน มาก่อนจึงได้ตั้งชื่อว่า "คุณหมิงเมืองไทย" และในปี พ.ศ. 2540 กิ่งอำเภอหนองหิน จังหวัดเลย พิจารณาเห็นว่า การท่องเที่ยวน่าจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยเหลือประชาชนในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำได้ ประกอบกับรัฐบาลได้กำหนดนโยบายปี พ.ศ. 2541-2542 เป็นปีการท่องเที่ยวของไทย (Amazing Thailand) ในที่สุดทางราชการและประชาชนในพื้นที่ได้ร่วมกันพัฒนาจนสามารถเปิดสวนหินผางามให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเป็นทางการในวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2540 มีการจัดตั้งศูนย์และหน่วยบริการนักท่องเที่ยวให้ประชาชนในหมู่บ้านสมัครเข้ารับการอบรมเป็นผู้นำเที่ยวรุ่นแรก 28 คน มีการปรับปรุงเส้นทางคมนาคมและทางเดินเท้า จัดสร้างร้านค้า ห้องน้ำ ห้องส้วม ที่จอดรถ ฯลฯ ใน

ระยะเวลาเพียงสองปีเศษ สวนหินผางามจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้รู้จักมากขึ้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมมากขึ้นเรื่อยๆ และสร้างรายได้ให้ชุมชนมากขึ้น ปัจจุบันถือว่าสวนหินผางามเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ

2.10.4 สวนหินผางาม : แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สภาพการณ์ที่เป็นอยู่ของแหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางาม พิจารณาตามองค์ประกอบหลัก 4 ประการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ (1) ด้านพื้นที่ (2) ด้านการจัดการ (3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และ (4) ด้านการมีส่วนร่วม มีข้อมูลดังนี้

ด้านพื้นที่

ตั้งอยู่ในเขตตำบลปวนพุ อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย ในเขตหมู่ที่ 1 (บ้านปวนพุ) หมู่ที่ 4 (บ้านสวนห้อม) หมู่ที่ 10 (บ้านผางาม) หมู่ที่ 11 (บ้านผาฝ้าย) หมู่ที่ 13 (บ้านลอมทอง) และหมู่ที่ 15 (บ้านทุ่งโพธิ์) โดยภาพรวมเป็นบริเวณที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขาหินปูนขนาดเล็กมีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 750 เมตร มีเนื้อที่ประมาณ 9,000 ไร่ ลักษณะทางธรณีวิทยา กำเนิดในยุคเฟอร์เมียน (Permian Peroid) มหายุคพาลีโอโซอิก (Paleozoic Era) คือมีอายุประมาณ 230 – 280 ล้านปี จึงผ่านกระบวนการสึกกร่อนตามธรรมชาติโดยตัวการต่างๆ อย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลานาน ทำให้สภาพที่ปรากฏมีลักษณะขรุขระสวยงามและปลกตาภายในเทือกเขามีถ้ำจำนวนมากกว่า 400 ถ้ำ สภาพป่าไม้เป็นป่าดิบชื้น ป่าดิบแล้ง ป่าเบญจพรรณมากกว่า 70 แห่ง ซึ่งทำให้มีความสมบูรณ์ของพันธุ์ไม้และสมุนไพรมากกว่า 1,000 ชนิด นอกจากนั้นยังมีน้ำตกสวยงามไหลตลอดปีจำนวน 3 แห่ง ด้วยลักษณะธรรมชาติดังกล่าว จึงทำให้สวนหินผางามมีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชอบป่าเข่าและธรรมชาติเป็นสถานที่ที่เหมาะสมเป็นที่ท่องเที่ยว พักผ่อน ศึกษาธรรมชาติที่เด่นมากแห่งหนึ่งในจังหวัดเลย

ด้านการจัดการ

ช่วงเริ่มแรกของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการขึ้นอยู่กับเจ้าหน้าที่ของรัฐระดับอำเภอและจังหวัด คือปลัดอำเภอ หัวหน้ากิ่งหนองหิน ปลักจังหวัด และผู้ว่าราชการจังหวัดเลย ปัจจุบันองค์การบริหารส่วนตำบลปวนพุ อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย เป็นองค์กรบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางาม โดยมี **คณะกรรมการการท่องเที่ยวสวนหินผางาม** คณะกรรมการฯ มีทั้งหมด 7 คน มาจากกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมี 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มมัคคุเทศก์ท้องถิ่น (2) กลุ่มบริการรถอีแต๊ก (หรือรถไถเดินตาม) (3) กลุ่มร้านค้า (อาหาร ของที่ระลึก สมุนไพร ฯลฯ) ประธานคณะกรรมการบริหาร อบต. เป็นประธานโดยตำแหน่ง ปลัด อบต.ปวนพุ เป็นเลขานุการ มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและจังหวัดเลยเป็นพี่เลี้ยง ส่วนที่จังหวัดเลยประสานช่วยเหลือส่วนใหญ่ในเรื่องของการพัฒนากลุ่มอาชีพ

ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางามหรือการเข้าถึง (Accessibility)

การเดินทางเพื่อท่องเที่ยวเขตสวนหินผางาม มีหลายวิธีดังนี้

1) การเดินทางสู่จังหวัดเลย มี 2 วิธีคือ ทางรถยนต์ รถโดยสารประจำทาง

(1.1) รถยนต์ การเดินทางโดยรถยนต์จากกรุงเทพฯ มี 2 เส้นทาง คือ

เส้นทางที่ 1 จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหมายเลข 1 ผ่านจังหวัดสระบุรี เข้าทางเส้นทางหลวงหมายเลขที่ 21 ผ่านจังหวัดเพชรบูรณ์ ตรงเข้าทางหลวงหมายเลข 203 ผ่านอำเภอหล่มสัก หล่มเก่า เข้าเขตจังหวัดเลยที่อำเภอด่านซ้าย อำเภอภูเรือ ถึงตัวจังหวัดเลยรวมระยะทางประมาณ 521 กิโลเมตร

เส้นทางที่ 2 จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหมายเลข 1 ผ่านจังหวัดสระบุรีแล้วเลี้ยวขวาไปยังอำเภอปากช่อง แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 201 ที่อำเภอสีคิ้ว อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา อำเภอเมือง อำเภอแก้งคร้อ อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น เขตอำเภอภูกระดึง กิ่งอำเภอหนองหิน อำเภอวังสะพุง ก่อนถึงตัวจังหวัดเลย รวมระยะทางประมาณ 540 กิโลเมตร

(1.2) รถโดยสารประจำทาง

รถโดยสารประจำทางจากรุงเทพฯ รถออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออกเฉียงเหนือ (หมอชิต 2) มีหลายบริษัทเปิดให้บริการ ได้แก่ บริษัทขนส่งจำกัด บริการรถปรับอากาศและรถธรรมดา บริษัทแอร์เมืองเลยจำกัด บริการรถปรับอากาศ บริษัทภูกระดึงทัวร์จำกัด บริการรถปรับอากาศและห้างหุ้นส่วนจำกัด ชุมแพทัวร์ บริการรถปรับอากาศ

2) การเดินทางสู่สวนหินผางาม

(2.1) การเดินทางโดยรถยนต์จากจังหวัดเลย (หรืออำเภอวังสะพุง) ตามเส้นทางเลย-ขอนแก่น (ถนนมะลิวัลย์) สู่อำเภอหนองหิน ระยะทางประมาณ 40 กิโลเมตร ถึงตลาดเขตเทศบาลตำบลหนองหินเลี้ยวขวาไปตามเส้นทาง รพช. สายหนองหิน-ผาหวาย ระยะทาง ประมาณ 19 กิโลเมตร ถึงศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสวนหินผางาม

(2.2) ถ้าเดินทางจากอำเภอภูกระดึงตามถนนสายเลย-ขอนแก่น (ถนนมะลิวัลย์) สู่อำเภอหนองหิน ระยะทางประมาณ 27 กิโลเมตร ถึงตลาดเทศบาลหนองหินเลี้ยวซ้ายเข้าเส้นทาง รพช. สายหนองหินผาหวาย ตามเส้นทางเดิม

(2.3) จากปากทางแยกระหว่างถนนมะลิวัลย์กับถนนสายหนองหิน-ผาหวาย มีรถสองแถวประจำทางสายหนองหิน-ผาหวาย ซึ่งผ่านสวนหินผางาม นอกจากนี้

ยังมีรถจักรยานยนต์รับจ้าง และรถสามล้อเครื่องรับจ้างที่สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้ด้วย แต่ระยะทางประมาณ 19 กิโลเมตร การเดินทางด้วยวิธีนี้อาจไม่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว

ลักษณะการท่องเที่ยว

ลักษณะการท่องเที่ยวในเขตสวนหินผางามมี 3 ลักษณะ คือ

(1) การท่องเที่ยวโดยการเดินเท้า เพื่อชมจุดท่องเที่ยวต่างๆ ภายในสวนหินผางาม โดยมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น คิดค่าบริการ 100 บาท ต่อนักท่องเที่ยว 1 กลุ่ม (ไม่เกิน 10 คน) ใช้มัคคุเทศก์ท้องถิ่น 1 คน นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อได้ที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่คอยบริการและประสานงานกับกลุ่มมัคคุเทศก์ท้องถิ่นอยู่ตลอดเวลา ก่อนที่จะเดินทางเข้าไปเที่ยว เจ้าหน้าที่จะแนะนำข้อมูลต่างๆ โดย ให้นักท่องเที่ยวดูจากป้ายนิเทศหรือนิทรรศการเกี่ยวกับสวนหินผางาม ซึ่งส่วนใหญ่แสดงเป็นแผนที่ แบบจำลอง และภาพถ่าย ฯลฯ ลักษณะเส้นทางเดินเท้ามีความสะดวกสมควร การท่องเที่ยวภายในสวนหินต้องใช้เวลาเดินประมาณ 1-2 ชั่วโมง

(2) การท่องเที่ยวโดยรถอีแต๊ก หรือรถไถ่เดินตาม หลังจากนักท่องเที่ยวเดินเที่ยวชมศึกษาธรรมชาติภายในสวนหินผางามจึงจุดสุดท้ายหลังจากนั้นแล้ว จะมีรถอีแต็กคอยรับนักท่องเที่ยวกลับไปจุดเริ่มต้นที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว คิดค่าบริการนักท่องเที่ยวคนละ 5 บาท หากนักท่องเที่ยวไม่ใช้บริการส่วนนี้ก็อาจจะเดินกลับ โดยวิธีเดินเท้าก็ได้ นอกจากเส้นทางเดินเท้าและรถอีแต็กแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชม จุดต่างๆ ได้ตามอัธยาศัย

(3) การท่องเที่ยวที่ต้องพักแรม หรือค้างคืน ตามปกติการท่องเที่ยวในเขตสวนหินผางามไม่ต้องค้างคืน เพราะใช้ระยะเวลาไม่มากในการเยี่ยมชมจุดต่างๆ ยกเว้นนักท่องเที่ยวต้องการเยี่ยมชมจุดอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง ซึ่งมีอยู่หลายจุด แต่ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างจริงจัง เช่น สวนสวรรค์ ซึ่ง อบต. ปวนพุ กำลังพัฒนาเพิ่มเติม กรณีที่นักท่องเที่ยวต้องการจะกางเต้นท์พักแรมให้นำเต้นท์มาเอง และติดต่อขออนุญาตเจ้าหน้าที่ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวก่อน หรือถ้าจะพักรีสอร์ทในหมู่บ้านซึ่งเป็นของเอกชนก็มี นอกจากนี้ยังมีที่พักแรมโฮมสเตย์ไว้คอยบริการด้วย ถ้าเป็นคณะใหญ่ต้องการพักที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้ติดต่อ อบต.ปวนพุ ล่วงหน้า เพื่อจะได้ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ในการเตรียมสถานที่เนื่องจากบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไม่มีบริการนี้โดยเฉพาะ

ด้านการมีส่วนร่วม

ในระยะเริ่มแรกของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางามเกิดจากการกระตุ้นของเจ้าหน้าที่ระดับนโยบายของจังหวัด คือผู้ว่าราชการจังหวัดเลยแต่ละท่านช่วงปี พ.ศ. 2538-2540 ในระดับท้องถิ่นเมจากความพยายามประสานของปลัดอำเภอหัวหน้าอำเภอหนองหิน ที่พยายามประสานบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ และวางรูปแบบเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งสร้างความเข้าใจในคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวให้แก่ประชาชน จนสามารถประกาศเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นและองค์การบริหารส่วนตำบลปวนพุเป็นผู้ดำเนินการหรือบริหารจัดการ

2.10.5 ปัญหาต่างๆ ในเขตสวนหินผางาม

1) ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ

(1) ปัญหาการพังทลายของหน้าดิน การพังทลายของหน้าดินเกิดจากน้ำและลม อาจเนื่องจากปริมาณน้ำฝนในช่วงฤดูฝน ทำให้น้ำกัดเซาะผิวหน้าดินในเขตสวนหินผางาม ปัจจุบันยังมีถนนหรือสิ่งก่อสร้างบางแห่งถูกน้ำกัดเซาะและพื้นผิวดินพังทลาย

(2) ปัญหาต่อระบบการไหลของน้ำและลำธาร ตามข้อมูลธรณีวิทยาระบุว่าเขตสวนหินผางามมีการไหลเวียนของน้ำใต้ดินอยู่ บริเวณพื้นผิวดินตื้นๆ จะมีการปล่อยของเสีย เช่น สารเคมี หรือสารอินทรีย์ ฯลฯ ทำให้ของเสียเหล่านี้ซึมผ่านชั้นดินไปสู่น้ำใต้ดินได้โดยง่าย ทำให้คุณภาพของน้ำใต้ดินที่นำมาใช้ลดคุณภาพลง และยังคุกคามสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ใต้ดินอีกด้วย บริเวณสวนหินผางามยังมีธารน้ำไหลผ่านหน้าดินตลอดปี น้ำได้พัดพาเอาสารพิษต่างๆ ลงสู่ลำธาร ทำให้คุณภาพของน้ำลดลงและยังเป็นการทำลายที่อยู่อาศัยของพืช และสัตว์น้ำ นอกจากนั้นยังมีปัญหาในแง่ที่ว่า ประมาณฝนที่ตกมีผลต่อปริมาณน้ำใต้ดิน ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นการใช้น้ำเพื่ออุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นด้วย ทำให้มีปัญหาการใช่น้ำในช่วงฤดูแล้ง คือนำเพื่ออุปโภคบริโภคไม่เพียงพอ

(3) ปัญหาไฟป่า มีชาวบ้านบางกลุ่มเผาป่า เพราะต้องการนำไม้ไผ่มาใช้ประโยชน์หรือเผาหญ้าคุมดินเพื่อการเพาะปลูก การเผาป่าเช่นนี้บ่อยครั้งที่เกิดไฟลุกลามเผาไหม้ต้นไม้และพืชอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้

(4) ปัญหาเกี่ยวกับสัตว์ท้องถิ่นอยู่หลายประเภท และมีหมีดำ อยู่ด้วย นอกนั้นยังมีสัตว์ปีกและสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม ยังมีการยิงนกและสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมเพื่อใช้เป็นอาหารหรือเพื่อการค้าขายของประชาชนในท้องถิ่นอยู่

(5) ปัญหาเกี่ยวกับพืชท้องถิ่น ประชาชนนำพืชพันธุ์ไม้จากเขตสวนหิน ผางามไปใช้ประโยชน์ เช่น อาหาร ยา อุปกรณ์เพื่อการก่อสร้าง เชื้อเพลงหรือเครื่องประดับ

(6) ปัญหาเกี่ยวกับการวิจัยและติดตามผล เขตสวนหินผางาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติที่กว้างใหญ่ แต่ยังไม่มีฐานข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ระบุถึงสภาวะแวดล้อมอย่างสำเสมอ เพื่อใช้ติดตามและประเมินผล การจัดการแหล่งท่องเที่ยว

(7) ปัญหาการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ยังไม่มีการเตรียมการเพื่อลดการคุกคามต่อสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางาม

2) ปัญหาเกี่ยวกับการบริการนักท่องเที่ยว

(1) ป้ายจราจรหรือป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว สวนหินผางามไม่เพียงพอ และไม่เหมาะสม จึงทำให้การจราจรไม่สะดวกเท่าที่ควรจะเป็น

(2) จำนวนกิจกรรมท่องเที่ยวยังมีน้อย ยังไม่สามารถสนองตอบความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมที่เอื้อต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

(3) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหน่วยบริการข้อมูลหรือกิจกรรมต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งได้รับความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยมหาสารคามจัดแสดงข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ภายในศูนย์มีห้องโถงขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับการประชุมหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้ ปัจจุบันยังมีการใช้ประโยชน์น้อย อาคารอีกหลังหนึ่งซึ่งอยู่ใกล้ๆ ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์นอกจากจะใช้ประชุมในบางโอกาส

(4) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวของมัคคุเทศก์ท้องถิ่นยังน้อย เนื่องจากมัคคุเทศก์ท้องถิ่นยังไม่เพียงพอทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ

(5) โอกาสทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นจากการว่าจ้างหรือ การขายสินค้ายังน้อย ยังไม่เพียงพอทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ

3) หน่วยงานที่รับผิดชอบ

(1) ในบางฤดูกาล โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล เช่น สงกรานต์ วันปีใหม่ ฯลฯ มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมาก แต่มัคคุเทศก์ท้องถิ่นไม่เพียงพอ

(2) ผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อย ที่ผ่านมาได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ควรจะได้รับการอบรมเพิ่มเติมอีกอย่างต่อเนื่อง

(3) ยังมีการใช้ประโยชน์จากอาคารสิ่งปลูกสร้างน้อย ถนน ลานจอดรถ และเส้นทางต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวหลายส่วนยังไม่สมบูรณ์

(4) ยังมีปัญหาต่อไปนี้

- น้ำเพื่ออุปโภค บริโภคไม่เพียงพอ
- ไม่มีแหล่งน้ำบำบัดน้ำเสีย ขยะหรือสิ่งปฏิกูล
- ไฟฟ้าขัดข้องบ่อยครั้ง
- ไม่มีการสื่อสารโทรคมนาคมกับนักท่องเที่ยวในระหว่างเดินเยี่ยมชมจุดต่างๆ (เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว)

จากรายงานการวิจัยของ สุทิน สุขดง และคณะ (2546) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาระบบมาตรฐานคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณี แหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางาม กิ่งอำเภอหนองหิน จังหวัดเลย โดยการใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม รวบรวมข้อมูลโดยวิธีการประชุมจัดเวทีชุมชน จากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล มัคคุเทศก์ท้องถิ่น แม่ค้าขายอาหาร พระ ตำรวจชุมชน ครู และนักเรียน ผลการวิจัยพบว่า ระบบมาตรฐานคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางาม 1) ด้านพื้นที่ คือ ความสวยงามของภูเขาหินปูนที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ มีที่ตั้งที่เข้าถึงได้สะดวก มีทางเดินเท้า ป้ายนิเทศแต่ละจุด และจุดพักชมวิวสำหรับนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชม 2) ด้านการจัดการ คือมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ ศูนย์บริการสำหรับต้อนรับและแนะนำเบื้องต้น ลานจอดรถ

ร้านอาหารที่สะอาดและปลอดภัย ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น รถอีแต๊กรับ-ส่งมัคคุเทศก์ท้องถิ่น แม่ค้า และพนักงานขับรถอีแต๊กสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐานได้มากขึ้น 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการคือ มีแผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายนิเทศ มัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เน้นและสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีการใช้สวนหินผางามเพื่อการศึกษาภาคสนาม และ 4) ด้านการมีส่วนร่วมคือประชาชนในชุมชนเพิ่มตื่นตัว แลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้น

จากการศึกษาของไพฑูรย์ จันทรา (2546) ได้ศึกษาปัจจัยสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในวนอุทยาน (สวนหิน) ของประเทศไทย กรณีศึกษาวนอุทยานผางาม จังหวัดเลย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้หญิงวัยรุ่นอยู่ในวัยเรียนนิยมท่องเที่ยวในสวนหินผางามมากที่สุด มีจุดมุ่งหมายมาชมธรรมชาติที่มีลักษณะเด่นเป็นสวนหินที่งดงาม มีลักษณะหลากหลาย ใช้เวลาท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นทางบวกต่อปัจจัยการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สวนหินผางามได้แก่ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการจัดการ ปัจจัยด้านกระบวนการเรียนรู้ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

จากการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สวนหินผางาม จึงควรได้รับการส่งเสริมธรรมชาติที่งดงามให้ยั่งยืน ส่งเสริมกระบวนการที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้คุณค่าของธรรมชาติควบคู่กัน และประการที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สวนหินผางามมีความยั่งยืนคือ ความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสวนหินผางามให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ จากการศึกษาของภคนนท์ เอี่ยมเศรษฐี (2544) ได้ศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สวนหินผางาม โดยมีวัตถุประสงค์ศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน 3 ด้านคือ ด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวและด้านการลงทุนในแหล่งท่องเที่ยว โดยพบว่า ด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นประชาชนมีส่วนร่วมในการแบ่งเขตพื้นที่ใช้สอยภายในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยว ประชาชนมีส่วนร่วมในการเข้าอบรมสัมมนามากที่สุด และในด้านการลงทุนในแหล่งท่องเที่ยว ประชาชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติมากที่สุด โดยภาพรวมประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวมากที่สุด ในอนาคตองค์การบริหารส่วนตำบลปวนพุ ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมมากขึ้น และผลจากการมีส่วนร่วมทำให้มีการกระจายรายได้แก่ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด

จากการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกรณีสวนหินผางาม ตำบลปวนพุ อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย พบว่า การส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากภาครัฐต้องเป็นผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อยประกอบด้วยบุคคล 3 กลุ่ม คือ

1. เจ้าหน้าที่ของรัฐ ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดเลย ปลัดจังหวัดเลย ปลัดอำเภอ นายอำเภอ ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปวนพุ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่จากศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬา หัวหน้าศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวจังหวัดเลย โดยให้การสนับสนุนส่งเสริมและทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่า และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนประชาสัมพันธ์ให้คนที่มาเที่ยวจังหวัดเลย มาเที่ยวสวนหินผางาม โดยให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้กับนักท่องเที่ยว

2. นักวิชาการจากหน่วยงาน หรือสถาบันการศึกษา นักวิชาการจากหน่วยงาน หรือสถาบันหลายแห่งมีส่วนสนับสนุนช่วยเหลือ ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 5 สำนักงานสาธารณสุข คณาจารย์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย คณาจารย์จากโรงเรียนหนองหินวิทยาคม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เจ้าหน้าที่จากสำนักงานป่าไม้จังหวัดเลย และสำนักงานเกษตรจังหวัดเลย เจ้าหน้าที่ตำรวจ ฯลฯ โดยได้จัดการอบรมให้ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น กลุ่มแม่ค้า รวมทั้งการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

3. ชุมชน ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ชาวบ้านที่อยู่ในเขตตำบลปวนพุ ผู้บริการต่างๆ ซึ่งต้องร่วมมือกันอนุรักษ์รักษาแหล่งท่องเที่ยว รักษาความสะอาดและสร้างความเข้าใจอันดีกับชุมชนด้วยกันในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว และได้เพิ่มพูนความรู้ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษามีดังต่อไปนี้

3.1.1 ประเด็นการสัมภาษณ์ (Interview Guide) เพื่อศึกษาภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบทบาทภาครัฐและมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1) สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวไทย
2) สภาพปัญหาการท่องเที่ยวไทย
3) รายได้จากการท่องเที่ยวไทย
4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
5) บทบาทภาครัฐและมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
6) แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

3.1.2 การศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) การศึกษาเอกสาร การท่องเที่ยวของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานประจำปีของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เอกสารรายงานประจำปีและเอกสารการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีประเด็นการศึกษาเอกสารโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเป็นหลักคือ การศึกษาภาพรวมการท่องเที่ยวไทย ศึกษาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และศึกษาบทบาทภาครัฐ และมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) และการสัมภาษณ์ (Interview)

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการจัดหมวดหมู่เนื้อหา โดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยวิธีการศึกษาเอกสารและวิธีการสัมภาษณ์ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

4.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

4.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกปี 2548

จากรายงานขององค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ในปี 2548 พบว่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางทั่วโลกเป็นจำนวนทั้งสิ้น 808 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2547 ราวร้อยละ 5.5 โดยเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปมากที่สุดด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 441 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55 รองลงมาได้แก่ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก 156 ล้านคน ภูมิภาคอเมริกา 133 ล้านคน ภูมิภาคตะวันออกกลาง 39 ล้านคน และภูมิภาคแอฟริกาใต้ 37 ล้านคน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก

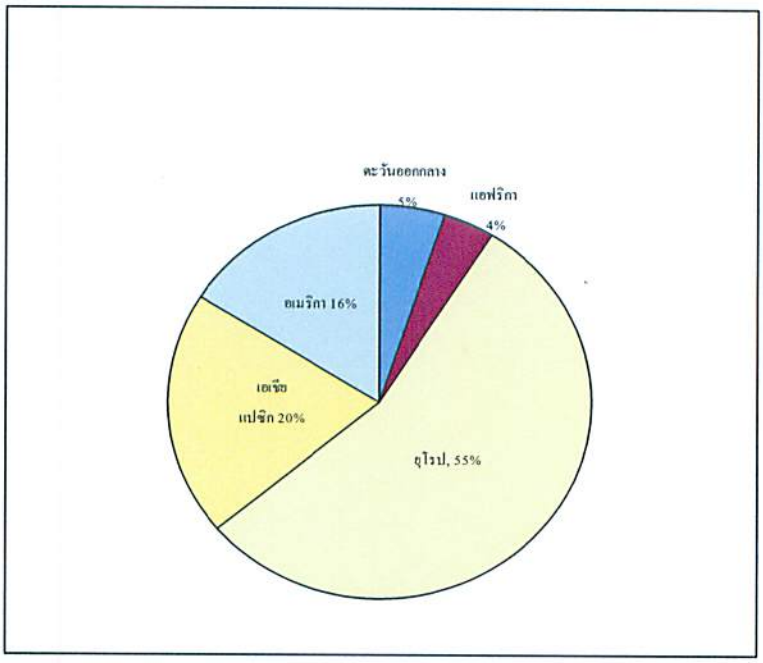
ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว	อัตราการเติบโต
ปี 2548	808 ล้านคน	+ 5.5 %
ปี 2547	766 ล้านคน	+ 5.6 %
ปี 2546	691 ล้านคน	+ 10 %

4.1.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยปี 2548

1) ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ในปี 2548 ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นจำนวนทั้งสิ้น 11.52 ล้านคน ลดลงร้อยละ 1.15 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2547 สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยในรูปเงินตราต่างประเทศคิดเป็นมูลค่ากว่า 368,000 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 33 เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียน ยุโรป อเมริกา โอเชียเนีย เอเชียใต้ และแอฟริกา ตามลำดับ ทั้งนี้การชะลอตัวของสถานการณ์ท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย และความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรงจากแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดใหม่ เช่น จีน เวียนนาม และอินเดีย เป็นปัจจัยที่ทำให้ตลอดอยู่ในภาวะชะลอตัว ปี 2548

แผนภูมิที่ 4.1 ส่วนแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2548



ตารางที่ 4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2548

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)	สัดส่วน(ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)
เอเชียตะวันออก	3.60	33	166,205
อาเซียน	3.09	25	
ยุโรป	2.69	24	126,305
อเมริกา	0.74	7	31,920
โอเชียเนีย	0.50	4	17,261
เอเชียใต้	0.52	4	12,746
ตะวันออกกลาง	0.30	2	10,445
แอฟริกา	0.07	1	3,116
รวม	11.52	100	368,000

2) ตลาดนักท่องเที่ยวไทย

สำหรับสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของคนไทยในปี 2548 นั้น คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นจำนวนทั้งสิ้น 79.5 ล้านคน-ครั้ง ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพฯ (19.28 ล้านคน-ครั้ง) รองลงมาได้แก่ ภาคกลาง (17.9

ล้านคน-ครั้ง) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (15.89 ล้านคน-ครั้ง) ภาคตะวันออก (9.33 ล้านคน-ครั้ง) ภาคเหนือ (9.3 ล้านคน-ครั้ง) และภาคใต้ (7.8 ล้านคน-ครั้ง) ตามลำดับ การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศเป็นมูลค่ากว่า 334,716 ล้านบาท

ตารางที่ 4.3 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2548

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)	รายได้ (ล้านบาท)
กรุงเทพฯ	19.28	184,815
ภาคกลาง	17.90	28,462
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	15.89	28,781
ภาคตะวันออก	9.33	25,705
ภาคเหนือ	9.30	32,572
ภาคใต้	7.80	34,379
รวม	**79.5**	**334,716**

4.1.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยว

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ให้นโยบายในวันที่ 12 ตุลาคม 2549 ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยสามารถสรุปเป็นประเด็นหลักได้ดังนี้

1) ให้ ททท. ดำเนินการส่งเสริมการตลาดภายใต้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งต้องให้ความสำคัญในมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ควบคู่กับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

2) ให้คำนึงถึงเรื่องขีดความสามารถในการรองรับได้

3) ให้ ททท. ผลักดันให้เกิดกระแสการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยว และแก้ไขปัญหาการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

4) เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตลาดต่างประเทศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กำหนดเป้าหมายตลาดต่างประเทศปี 2550 สร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นมูลค่า 547,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ราวร้อยละ 15 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาราว 15 ล้านคน โดยกำหนดตลาดเป้าหายในการทำตลาดได้แก่ สหราชอาณาจักร สแกนดิเนเวีย ฝรั่งเศส อิตาลี รัสเซีย สเปน ญี่ปุ่น

จีน เกาหลี ไต้หวัน ฮ่องก่อง มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหรัฐอเมริกา อินเดีย แอฟริกาใต้ และออสเตรเลีย

กลยุทธ์ด้านการตลาดต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 1: สร้าง Branding ประเทศไทยให้เป็นที่ประทับใจและจดจำได้

กลยุทธ์ที่ 2: รักษาส่วนแย่งตลาด โดยการสร้างความเข้มแข็งของ Brand ประเทศไทยในพื้นที่เป้าหมาย และนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นการเดินทาง รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง โดยใช้ไทยเป็น Gateway สู่ประเทศเพื่อนบ้าน

กลยุทธ์ที่ 3: เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว โดยการเน้นพัฒนากลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง เช่น กลุ่ม Corporate, Golf, Honeymoon, Diving เป็นต้น รวมทั้งการเจาะพื้นที่ใหม่ๆ ในตลาดหลัก เพื่อเพิ่มกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 4: เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการพัฒนาระบบตลาดแบบ Online เพื่อให้ทันตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาด รวมทั้งการทำตลาดร่วมกับพันธมิตรกลุ่มตลาดต่างๆ ให้มากขึ้น

ตลาดในประเทศ

สำหรับเป้าหมายตลาดในประเทศในปี 2550 นั้น กำหนดเป้าหมายไว้ที่จำนวนนักท่องเที่ยวไทยเดินทางทั้งสิ้น 82 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายได้หมุนเวียนภายในประเทศเป็นมูลค่า 377,800 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 โดยดำเนินการภายใต้กลยุทธ์การตลาด ดังนี้

กลยุทธ์ด้านการตลาดในประเทศ

กลยุทธ์ที่ 1: สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

กลยุทธ์ที่ 2: ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและระหว่างภูมิภาค

4.1.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศขาเข้าในปี 2549

1) ภาพรวม

สถานการณ์ท่องเที่ยวทั่วโลกในปี 2549 มีจำนวนการเดินทางทั้งสิ้น 846 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 4.5 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าปีที่ผ่านมา (ร้อยละ 5.5) สาเหตุของการชะลอตัวเกิดจากปัญหาการก่อการร้าย การแพร่ระบาดโรคไข้หวัดนก และความผันผวนของราคาน้ำมันที่ยังทรงตัวในระดับสูง

เมื่อพิจารณาในรายภูมิภาค พบว่า **ภูมิภาคแอฟริกา** ยังคงมีการขยายตัวสูงสุดร้อยละ 8 โดยมีแรงสนับสนุนจากการเปิดเสรีทางอากาศ รองลงมาเป็น **ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก** มีการ

ขยายตัวร้อยละ 7.6 ตลาดที่มีการขยายตัวเป็นผู้นำในภูมิภาคนี้คือเอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเชียใต้ ด้วยอัตราการขยายตัวที่ ร้อยละ 10 และร้อยละ 9 ตามลำดับ อันเป็นผลมาจากการฟื้นตัวในเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยสึนามิของประเทศไทย **สำหรับภูมิภาคยุโรป** มีการขยายตัวร้อยละ 4 เป็นไปตามที่คาดการณ์ จากแรงสนับสนุนการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ อาทิ การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาวที่เมืองตูริน ประเทศอิตาลี การแข่งขันฟุตบอลโลก ประเทศเยอรมัน การจัดงานครบรอบ 250 ปี ของโมสาร์ท นอกจากนี้การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำก็เป็นสาเหตุหลักประการหนึ่งที่ส่งผลต่อการขยายตัวดังกล่าว ในขณะที่ **ภูมิภาคตะวันออกกลางและภูมิภาคอเมริกา** กลับมีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าคาดการณ์อยู่ที่ร้อยละ 4 และร้อยละ 2 ตามลำดับ โดยภูมิภาคตะวันออกกลางเกิดปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างอิสราเอลและเลบานอน ส่วนภูมิภาคอเมริกาเกิดจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจและค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ที่อ่อนค่าลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การเดินทางออกของนักท่องเที่ยวอเมริกันซึ่งเป็นตลาดหลักของพื้นที่มีการชะลอตัว

2) ประเทศไทย จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปี 2549 มีทั้งสิ้น 13.82 ล้านคน ขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงกว่าร้อยละ 20 นับเป็นอัตราการขยายตัวที่สูงมากเป็นประวัติการณ์ เทียบเท่าเมื่อครั้งมรการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในแคมเปญ Visit Thailand Year ในปี 2530 สาเหตุหลักของการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นสูงคือการฟื้นตัวจากผลกระทบในเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยสึนามิ ผนวกกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศที่ดี จากการจัดกิจกรรมเฉลิมฉลองในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองศิริราชสมบัติครบ 60 ปี และการจัดงานพืชสวนโลก ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550 แม้จะมีปัญหาทางด้านการเมืองการก่อความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มาเป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวเกือบตลอดทั้งปี แต่ไม่สามารถหยุดการขยายตัวการท่องเที่ยวของไทยที่กำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างสูง

3) สรุปความสำเร็จของตลาดการท่องเที่ยวไทย

จากการศึกษารายงานล่าสุดจากรายงานประจำปี 2549 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แสดงความสำเร็จของตลาดการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินงานด้านตลาดต่างประเทศตามวัตถุประสงค์ของแผนตลาดปี 2549 คือ

ตารางที่ 4.4 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ในปี 2549

จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)	รายได้ (ล้านบาท)
13.8	487,100

(1) การท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวดี อัตราการเติบโตร้อยละ + 20.01 หรือ 13,821,802 คน สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ สูงกว่าการเติบโตของการท่องเที่ยวโลก (ร้อยละ 4.6)

และการเติบโตของการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (ร้อยละ 8.52) โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นอันดับ 4 ของภูมิภาครองจากจีน ฮ่องกง และมาเลเซีย

(2) การท่องเที่ยวนำรายได้เข้าประเทศได้ถึง 487,100 ล้านบาท สูงขึ้นร้อยละ 32.59 โดยนักท่องเที่ยวใช้จ่ายต่อครั้งของการเดินทางสูงขึ้นหรือ 35,241.62 บาท/trip ส่งผลให้ประเทศไทยมีส่วนแบ่งด้านรายได้จากากรท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกถึงร้อยละ 11 รองจากจีน (ร้อยละ 27.17) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 13.99) และฮ่องกง (ร้อยละ 10.18)

4) การตลาดท่องเที่ยวในประเทศ

แม้จะมีวิกฤตเกิดขึ้นมากมายในปี 2549 ได้แก่สถานการณ์การเมือง ราคาน้ำมัน และน้ำท่วม แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในภาพรวม โดยการจัดงานเฉลิมฉลองการครองราชย์ครบ 60 ปี เป็นปัจจัยสนับสนุนต่อการขยายตัวของตลาด เช่นเดียวกับรายได้ที่มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีกระแสการเดินทางท่องเที่ยวจากกิจกรรมอื่นๆ เช่น ตามรอยพระราชอาคันตุกะ และเส้นทางถวายพระพร ตลอดจนการจัดงานมหกรรม พืชสวนโลก ช่วยกระตุ้นการเดินทาง

ทั้งนี้สิ้นปี 2549 คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 81.49 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.46 ก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศ 356,276 ล้านบาท สูงขึ้นร้อยละ 9.13

4.1.5 แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2550

แผนการตลาดท่องเที่ยว ปี 2550 ของ ททท. จะดำเนินการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยว 2550 – 2554 ซึ่งมีการกำหนดไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์ : Quality-Sustainability-Competitiveness

มุ่งพัฒนาและสิ่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้ก้าวสู่มาตรฐานที่มีคุณภาพ (Quality) และเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainability) ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (Competitiveness) อันจะนำไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia

ตารางที่ 4.5 เป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ในปี 2550

เป้าหมาย	ตลาดต่างประเทศ	ตลาดในประเทศ
จำนวนนักท่องเที่ยว	14.8 ล้านคน	82.0 ล้านคน/ครั้ง
รายได้	547,500 ล้านบาท	377,800 ล้าน

แนวทางการดำเนินงาน

แนวทางในการดำเนินงานทางด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ททท. ได้แบ่งการดำเนินงานไว้เป็น 3 แนวทางดังนี้

1. การส่งเสริมตลาดต่างประเทศ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ

1.1 กลยุทธ์สร้างตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยให้เป็นที่ประทับใจและจดจำ ดำเนินการโดย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวประเทศไทยภายใต้แคมเปญ "Amazing Thailand" และการเผยแพร่สารคดีพระราชประวัติเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จ พระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช เนื่องในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระชนมายุครบ 80 พรรษา

1.2 กลยุทธ์เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว ดำเนินการโดยมุ่งเน้นการดำเนินงานด้านการตลาด 2 ส่วน คือขยายฐานสู่กลุ่มตลาดที่มีการใช้จ่ายสูง ผ่านการส่งเสริมการขายกลุ่มความสนใจพิเศษและกลุ่มคุณภาพ เช่น กลุ่มดำน้ำ กลุ่มกอล์ฟ กลุ่มสุขภาพ เป็นต้น และส่งเสริมให้กลุ่มตลาดเดิม (Revisitor) เกิดการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ผ่านการนำเสนอสินค้า/กิจกรรม ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added)

1.3 กลยุทธ์รักษาส่วนแบ่งทางการตลาด ดำเนินการโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อตอกย้ำจุดแข็งของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ทั้งในพื้นที่ฐานตลาดเดิมและพื้นที่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Year Round Destination รวมทั้งใช้โอกาสในวาระครบรอบความสัมพันธ์ไทย-ญี่ปุ่น 120 ปี เป็นจุดสร้างกระแสการเดินทาง

1.4 กลยุทธ์เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ดำเนินการโดยมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศผ่านกรอบความร่วมมือต่างๆ และเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานด้านตลาดต่างประเทศ ผ่านการทำตลาด Online และ การจ้างผู้จัดการ/ผู้แทนการตลาด

2. การส่งเสริมตลาดในประเทศ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ

2.1 กลยุทธ์การสร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ดำเนินการโดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สร้างการยอมรับว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิต และการจัดกิจกรรมส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มให้สอดคล้องกับเส้นทางแห่งชีวิต รวมทั้งการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการสร้างกระแส

2.2 กลยุทธ์รณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้ค่า..รักษาแหล่งท่องเที่ยว ดำเนินการโดยการณรงค์ปลูกจิตสำนึกการท่องเที่ยวอย่างรู้ค่า..รักษาแหล่งท่องเที่ยวภายใต้แคมเปญ "เก็บเมืองไทยให้สวยงาม" ผ่านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ถูกต้องสำหรับนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่

2.3 กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้และสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม ดำเนินการโดยการจัดโครงการ/กิจกรรมท่องเที่ยวในลักษณะเพื่อการเรียนรู้และสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม

2.4 กลยุทธ์ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและระหว่างภูมิภาค ดำเนินการโดย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ทั้งในรูปแบบของงาน Trade & Consumer Fair และการเจรจาธุรกิจข้ามภูมิภาค (Road show) การจัดกิจกรรม/รวมกับพันธมิตร จัดกิจกรรมกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง ตลอดจนการเพิ่มศักยภาพในการสนับสนุนการขาย

3. การดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการตลาด

3.1 คัดเลือกและนำเสนอสินค้าบริการคุณภาพที่สอดคล้องกับตลาด

- โครงการคัดสรรสินค้าและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ การส่งเสริมบริการสปา และบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การส่งเสริมการจัดทำมาตรฐานโรงแรมและรีสอร์ท การจัดทำข้อมูลแหล่ง Shopping ทั่วไทย เป็นต้น
- โครงการส่งเสริม และสนับสนุนการขยายตัวด้านลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการรายย่อย และประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการติดตามความคืบหน้าโครงการลงทุนที่ยังไม่แล้วเสร็จ และวิเคราะห์ประสิทธิภาพการลงทุนด้านธุรกิจท่องเที่ยวของ ททท.

3.2 การส่งเสริมกิจกรรม (Event) เพื่อการท่องเที่ยว

- โครงการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับตลาดต่างประเทศ ได้แก่ งาน Bangkok International film Festival งานประเพณีสงกานต์ "เย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์" งานมหกรรมลดราคา (Thailand Grand Sale) งานประเพณีลอยกระทง "สีสันแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง" งานแสดงช้างสุรินทร์ งานเทศกาลตรุษจีน เป็นต้น
- โครงการส่งเสริมกิจกรรมสำหรับตลาดในประเทศ ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ งานเทศกาลวิสาขะ บูชาทั่วประเทศ งานเทศกาลแห่ดาวร่วมใจถวายเทิดไท้องค์ภูมินทร์ งานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (ร.2) งานเฉลิมพระเกียรติสมเด็จฯ "พระแม่แห่งสยาม" ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร งานของดีเมืองนรา และแข่งเรือชิงถ้วยพระราชทานฯ
- โครงการส่งเสริมการจัดกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ งานแข่งขันแม่น้ำโขงไตรกีฬานานาชาติ จังหวัดมุกดาหาร งาน The Royal Trophy : Europe VS Asia Golf Championship การแข่งขันสวอซ์ เอฟ ไอ วี บี วอลเลย์บอลชายหาดเวิลด์ทัวร์ 2007 งานสุดยอดเรือสยาม งานพัทยามาราธอน การสนับสนุนและส่งเสริมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวระดับประเทศ งานจักรยานเสือภูเขานานาชาติ และงาน Thailand Ladies Open 2007 เป็นต้น

● โครงการส่งเสริมการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสเฉลิมฉลองครบรอบ 80 พรรษา ได้แก่ กิจกรรมการแสดงดนตรีแจ๊สเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ครบรอบ 80 พรรษา

3.3 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและวิจัยตลาด จัดทำโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการตลาด โครงการวิจัยตลาดท่องเที่ยวสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาคู่แข่งขัน เป็นต้น

3.4 การส่งเสริมศักยภาพองค์กร อาทิ การพัฒนาขีดความสามารถบุคลากร การพัฒนาระบบสารสนเทศในองค์กร เช่น Internet, E-office, MIS เป็นต้น

4.2 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีอุตสาหกรรมอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีอยู่ 5 ประเภทดังต่อไปนี้

4.2.1 ที่พักแรม (Accommodation)

ที่พักแรม หรือที่พักสำหรับคนเดินทางหรือนักท่องเที่ยวใช้พักค้างคืนชั่วคราว ในระหว่างการเดินทางหรือเมื่อถึงจุดหมายปลายทาง เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้เวลาและใช้จ่ายเงินมากในการเดินทางแต่ละครั้ง ทั้งนี้เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจุบันมีการดำเนินธุรกิจที่พักแรกลักษณะหลากหลายสำหรับให้บริการแก่ผู้เดินทาง นักธุรกิจ และนักท่องเที่ยวตามสถานภาพ รสนิยมและความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ที่พักแรมมีหลายประเภท ดังนี้

1) บังกะโล กระท่อม (Bungalow, Cottage) ที่พักแรมเป็นหลังๆ สร้างในสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ตามพื้นที่ป่าเขา แหล่งน้ำ ชายทะเล

2) เรือนพักตากอากาศ (Resort) เป็นเรือนพัก หรืออาคารที่มีห้องพักหลายห้องสร้างเรียงรายในสภาแวดล้อมธรรมชาติ ภายในบริเวณจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้มาพัก ใช้บริการร่วมกัน เช่น ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ เป็นต้น

3) พื้นที่ตั้งแคมป์หรือที่จอดรถ (Camping Ground, Parking) เป็นบริเวณพื้นที่ที่จัดไว้สำหรับตั้งแคมป์พักแรม หรือจอดรถ เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มหรือครอบครัว บริเวณพื้นที่จะมีบริการห้องสุขา ร้านค้า ร้านอาหาร หรือปั๊มน้ำมัน เป็นต้น

4) เรือพักแรม (House Boat) เป็นที่พักลอยน้ำ อยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งน้ำ เป็นเรือแบบโรงแรม มีมากแถบจังหวัดกาญจนบุรี มีลักษณะเป็นเรือแพ

5) ที่พักในวัด (Hospice) เป็นที่พักที่ทางวัดจัดไว้เป็นที่พักแรมสำหรับผู้ที่มาประกอบศาสนกิจ และอาจให้บริการแก่ผู้เดินทางอื่นๆ ด้วย

6) บ้านพักรับรอง (Vacation Home) เป็นบ้านพักของหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานเอกชน จัดไว้เพื่อใช้รับรองหรือเป็นที่พักแรมแก่บุคลากร หากตั้งอยู่ในสถานที่ธรรมชาติงดงาม อาจเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปใช้บริการ เช่น บ้านพักรับรองของการไฟฟ้าในบริเวณเขื่อนต่างๆ

7) หอพัก (Hostel, Dormitory) เป็นที่พักแรมที่สมาคม กลุ่มบุคคลหรือสถาบันจัดไว้เพื่อบริการกลุ่มสมาชิกหรือกลุ่มนักเดินทางอื่นๆ นักท่องเที่ยวเยาวชนจะนิยมใช้บริการ เพราะอัตราค่าเช่าไม่แพงนัก และตั้งอยู่ในเมือง

8) อพาร์ตเมนต์ คอนโดมิเนียม (Apartment Condominium) เป็นห้องพักหรือห้องชุด ใช้เพื่อการพักแรมของนักเดินทางที่มาเป็นกลุ่ม หรือครอบครัว สะดวกเป็นอิสระ และประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนใหญ่จะพักนานวัน โดยเสียค่าเช่าเป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน

9) เกสต์เฮาสต์ (Guest House) เป็นที่พักที่เจ้าของบ้านดัดแปลง หรือสร้างขึ้นเพื่อให้บริการเป็นที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยว จัดเป็นธุรกิจที่พักแรมขนาดเล็ก ซึ่งมีจำนวนห้องพักไม่มากนัก โดยทั่วไปราคาจะถูกเพราะมีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ปัจจุบันพัฒนาสร้างเป็นที่พักโดยเฉพาะ แต่ยังคงเป็นที่พักขนาดเล็กมีให้เลือกหลายระดับ ราคาไม่แพงนัก และ รวมตัวหนาแน่นอยู่ในย่านชุมชน ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นเยาวชน และนักท่องเที่ยวสะพายเป้ (Back Packer)

10) บ้านพักในหมู่บ้าน หรือบ้านพักในฟาร์ม (Home Stay, Farm Stay or Farm House) ที่พักแรมในหมู่บ้านหรือในฟาร์ม เรือกสวนไร่นา เป็นที่พักแรมที่เจ้าของบ้านหรือเจ้าของฟาร์ม จัดเตรียมหรือดัดแปลงสำหรับเป็นที่พักแรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ กิจกรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ที่พักแรมประเภทนี้ได้รับการส่งเสริมให้เป็นที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ที่มุ่งเน้นให้ประชากรในท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว

11) โรงแรม (Hotel) เป็นที่พักแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการพร้อมที่สุด อาทิเช่น ห้องพัก ห้องประชุมสัมมนา ห้องอาหาร สถานบริการบันเทิง สระว่ายน้ำ สถานที่ออกกำลังกาย เป็นต้น โรงแรมเป็นสถานที่พักแรมที่รู้จักแพร่หลายและได้รับความนิยมมากที่สุด

4.2.2 อาหารและสถานบันเทิง (Food and Entertainment)

1) อาหาร

อาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการบริโภค ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และ ยังเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมประจำชาติที่สืบทอดมายาวนาน โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวย่อมต้องการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ สะอาด และรสชาดดี รวมทั้งต้องการลิ้มลองอาหารท้องถิ่นที่แตกต่างไปจากอาหารประจำชาติของตน สำหรับอาหารไทยได้รับความนิยมและ

แพร่หลายไปทั่วโลก โปรแกรมการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มักจะมีรายการรับประทานอาหารไทยพร้อมกับชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย เช่น นาฏศิลป์ ดนตรี ในระหว่างการรับประทานอาหาร

การบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว

(1) การบริการในยานพาหนะระหว่างการเดินทาง เช่น เครื่องบิน รถยนต์ รถไฟ เรือ อาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการจะบรรจุกล่องหรือภาชนะกะทัดรัด สะดวกในการรับประทาน

(2) การให้บริการในที่พักแรม หรือโรงแรม ซึ่งมีบริการหลากหลาย เช่น บริการในห้องพัก (Room Service) ห้องอาหาร (Dining Room) ห้องจัดเลี้ยง บุฟเฟต์ (Buffet)

(3) การบริการที่อื่นๆ นอกเหนือจากการบริการในยานพาหนะและที่พักแรมแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการอาหาร และเครื่องดื่มได้จากภัตตาคารและร้านอาหารที่อื่นๆ เช่น ร้านอาหารไทย และอาหารพื้นเมืองแต่ละท้องถิ่น ร้านอาหารประจำชาติต่างๆ ร้านอาหารและสวนอาหารทั่วไป ร้านอาหารจานด่วน (Fast-Food) ที่มีให้บริการอย่างแพร่หลายตามห้างสรรพสินค้า เมืองใหญ่ๆ เช่น พิซซ่า ฟรายด์ชิกเก้น แฮมเบเกอร์ ร้านอาหารเคลื่อนที่ประเภทหาบแร่ รถเข็น ซึ่งอาจเป็นขนม ผลไม้ เครื่องดื่ม ที่มีให้บริการตามสถานที่ท่องเที่ยว หรือเส้นทางการเดินทางเที่ยวชมสิ่งต่างๆ

2) สถานบันเทิง

สถานบันเทิงเริงรมย์ นับเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ทางหนึ่งในเมืองใหญ่ๆ หรือเมืองท่องเที่ยวจะมีสถานบันเทิงหลากหลาย สำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อาจให้บริการควบคู่ไปกับการบริการอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ห้องอาหารภัตตาคาร ไนท์คลับ คาเฟ่ หรือจัดแสดงโดยเฉพาะตามโรงมหรสพ เช่น คาบาเร่ห์ของคณะทิฟฟานี อัลคาซ่า ที่พัทยา ภูเก็ต แฟนตาซี สวนสนุกต่างๆ เช่น ดรีมเวลด์ ซาฟารีเวลด์ สวนสัตว์ ฟาร์มสัตว์และการแสดงของสัตว์ รวมทั้งการแสดงศิลปวัฒนธรรม ณ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

4.2.3 การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

1) การบริการนำเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ต้องเกี่ยวข้องกับการบริการหลายด้านและต่างถิ่นฐาน หากขาดประสบการณ์และการจัดการที่ดี นักท่องเที่ยวอาจพบกับความยุ่งยาก การบริการนำเที่ยวหรือธุรกิจท่องเที่ยวจึงเข้ามามีบทบาทเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 ได้ให้ความหมายของธุรกิจนำเที่ยว คือ "การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนาจร และมัคคุเทศก์ให้กับนักท่องเที่ยว" การบริการนำเที่ยว หรือ

ธุรกิจนำเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งประเภทของการบริการนำเที่ยวได้ดังนี้

(1) การนำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในเทศ (Inbound Tour) หมายถึงการให้บริการนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศนั้นๆ

(2) การนำเที่ยวคนในประเทศไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (Outbound Tour) หมายถึงการให้บริการนำคนภายในประเทศออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

(3) การนำเที่ยวนักท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic Tour) หมายถึง การให้บริการนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นฐานถาวรภายในประเทศนั้นๆ

สำหรับประเทศไทย พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 ได้กำหนดให้ผู้ที่จะประกอบธุรกิจนำเที่ยวต้องขอรับใบอนุญาต โดยกำหนดใบอนุญาตการประกอบธุรกิจนำเที่ยวเป็น 3 ประเภท ดังนี้

(1) การประกอบธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ หมายถึง การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดในจังหวัดหนึ่งจังหวัดใด และจังหวัดที่มีเขตพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดนั้น

(2) การประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ หมายถึง การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดภายในราชอาณาจักร

(3) การประกอบธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ หมายถึง การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดในต่างประเทศ หรือนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดภายในประเทศ

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ จะประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศด้วยก็ได้ โดยไม่ต้องขออนุญาตตาม ข้อ (2) อีก

2) มัคคุเทศก์ (Tourist Guide)

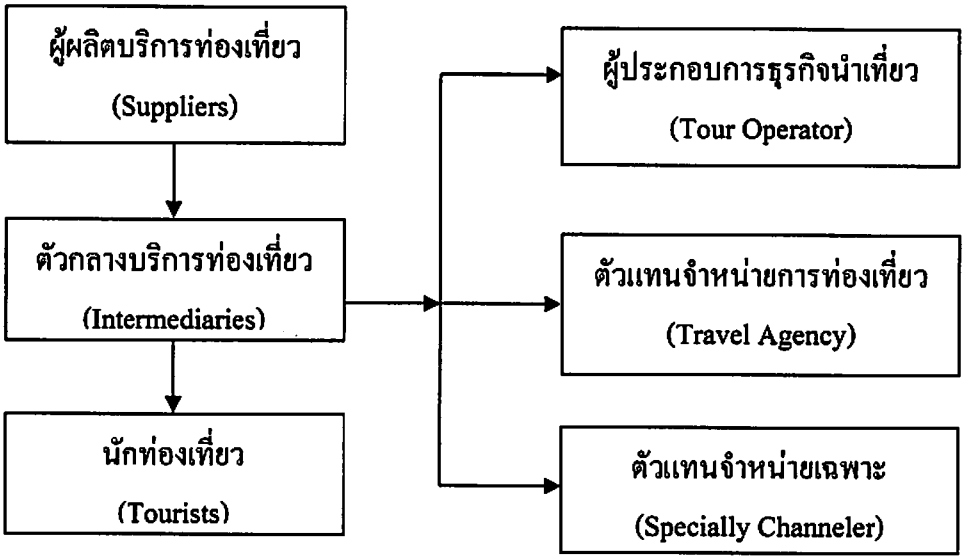
มัคคุเทศก์ เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการนำเที่ยวในธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 มัคคุเทศก์ หมายถึง "ผู้ที่นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับสถานที่หรือบุคคลโดยได้รับค่าตอบแทน" มัคคุเทศก์เป็นผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่มีโอกาสใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด เป็นบุคคลแรกที่นักท่องเที่ยวจะได้พบ เมื่อเดินทางมาถึงจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Destination) เป็นผู้ทำหน้าที่ให้บริการตลอดระยะเวลาที่ท่องเที่ยวและเป็นบุคคลสุดทายที่จะกล่าวอำลาเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับ มัคคุเทศก์จึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยสร้างภาพพจน์ และทัศนคติที่ดีงามตลอดจนความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ

3) การจำหน่ายบริการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมการบริการที่ให้บริการเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจแขนงต่างๆ อาทิเช่น การคมนาคมขนส่งให้บริการนำพา

นักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ที่พักแรมสำหรับค้างคืนชั่วคราวในระหว่างการเดินทางหรือเมื่อถึงแหล่งท่องเที่ยว บริการนำเที่ยวอาหารและสถานบันเทิง รวมทั้งสินค้าที่ระลึก ล้วนเป็นธุรกิจที่ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยส่วนสำคัญคือ ระบบการจำหน่าย ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย

(1) ระบบจำหน่ายบริการท่องเที่ยว (Travel sales Distribution System) ประกอบด้วยผู้ผลิตบริการท่องเที่ยว (Suppliers) ตัวกลาง (Intermediaries) และผู้บริโภค (Consumers) หรือนักท่องเที่ยว (Tourists) ดังนี้



แผนภูมิ 4.2 ระบบการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว

ผู้ผลิตบริการท่องเที่ยว (Suppliers) หมายถึง ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ขายให้แก่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว เช่น สายการบิน บริษัทขนส่งทางเรือ รถยนต์ รถไฟ ที่พักแรม อาหาร สถานตากอากาศ แหล่งท่องเที่ยว และแหล่งบันเทิงต่างๆ

ตัวกลาง (Intermediaries) หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงหรือประสานระหว่างผู้ผลิตสินค้า หรือบริการท่องเที่ยวกับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการซื้อขาย สินค้าหรือบริการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งเป็นตัวกลางได้ ดังนี้

(1) ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) หรือบริษัทนำเที่ยว จะเป็นผู้จัดซื้อบริการหรือสินค้าทางการท่องเที่ยวจากผู้ผลิต แล้วนำมาจัดรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรงหรือจำหน่ายแก่ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) หากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว หรือบริษัทนำเที่ยวจัดจำหน่ายรายการนำเที่ยว โดยผ่านตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ถือว่าเป็นผู้ขายส่งการท่องเที่ยว (Tour Wholesaler) ซึ่งจะเป็นบริษัทนำ

เที่ยวขนาดใหญ่ มีเครือข่ายกว้างขวางระหว่างประเทศ หากเป็นบริษัทนำเที่ยวขนาดเล็ก อาจจะจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) หรือบริษัทนำเที่ยวสามารถให้บริการท่องเที่ยว ดังนี้

- จัดรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ส่งให้ตัวแทนจำหน่าย
- จัดรายการนำเที่ยวประเภทต่างๆ สำหรับผู้สนใจองค์กรและ กลุ่มเอกชนที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง
- จัดนำเที่ยวแบบเป็นรางวัลให้แก่บริษัทผู้ผลิตสินค้าและองค์กรต่างๆ
- บริการวางแผน การจัดประชุมสัมมนา ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

(2) ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) เป็นตัวแทนจำหน่ายบริการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิตสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Suppliers) กับนักท่องเที่ยว หรือเป็นตัวกลางระหว่างผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) ทำหน้าที่เป็นผู้ขายปลีก (Retailer) สินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (travel Product) ให้กับนักท่องเที่ยว โดยรับค่าตอบแทน (Commission) จากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว หรือบริษัทนำเที่ยว

ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) สามารถให้บริการท่องเที่ยว ดังนี้

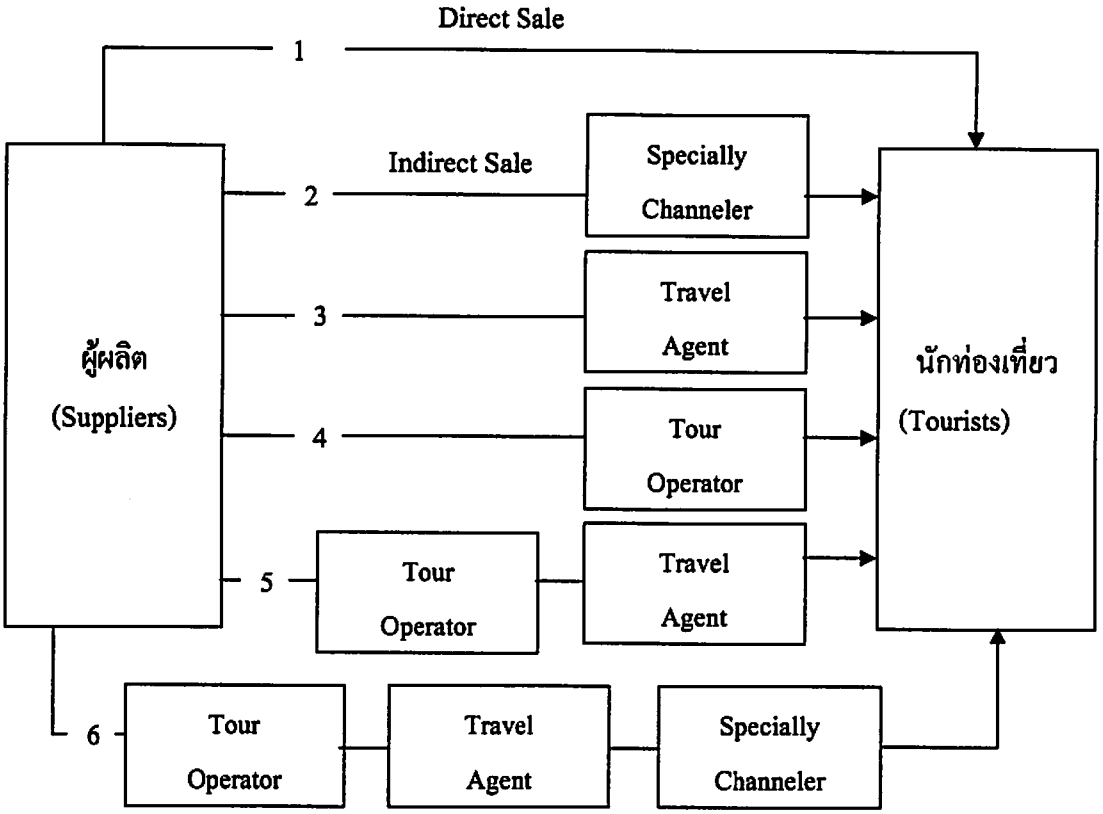
- จำหน่ายทัวร์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หรือบริษัทนำเที่ยวจัดขึ้น
- เป็นตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสารพาหนะเดินทางทุกประเภท
- เป็นตัวแทนจัดหาและสำรองที่พักแรม กิจกรรมบันเทิง และ การกีฬาต่างๆ
- โฆษณาประชาสัมพันธ์การบริการต่างๆ ที่จัดจำหน่าย
- บริการจัดการเอกสารการเดินทางต่างๆ
- บริการต้อนรับ และรับ-ส่งนักท่องเที่ยว
- ให้คำแนะนำในด้านต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

(3) ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ (Specially Channeler) เป็นตัวแทนฝ่ายขายของผู้ผลิต (Suppliers) เช่น ตัวแทนฝ่ายขายของสายการบิน บริษัทขนส่ง โรงแรม บริษัทนำเที่ยว

ผู้บริโภค (Consumers) หรือนักท่องเที่ยว (tourists) คือผู้ซื้อสินค้า หรือบริการท่องเที่ยว (Travel Agency) ตามช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว

(2) ช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว

ช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว สามารถกระทำได้ทั้งทางตรง (Direct Sale) และทางอ้อม (Indirect Sale) ตามช่องทาง ดังต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 4.3 ช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว

(ดัดแปลงจาก Chuck Y.Gee, Janes C. Makens and J>L>Dexter Choy.The Travel Industry. New York : Van hostrand Reinhold, 1989.P.101-102)

ช่องทางที่ 1 ผู้ผลิต (Supplier) จำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง

ช่องทางที่ 2 ผู้ผลิต (Supplier) จำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ (Specially Channeler) เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 3 ผู้ผลิต (Supplier) จำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) เพื่อนำไปจัดรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) แล้วจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 4 ผู้ผลิต (Supplier) จำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 5 ผู้ผลิต (Supplier) จำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) เพื่อนำไปจัดรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) แล้วจำหน่ายให้กับตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) เพื่อจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 1 เป็นการจำหน่ายโดยตรง หรือ Direct Sale ส่วนช่องทางที่ 2-5 เป็นการจำหน่ายโดยผ่านตัวแทน หรือ Indirect Sale

การจำหน่ายโดยตรง (Direct Sale) ผู้ผลิต (Supplier) จะจำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคโดยตรง ไม่ผ่านตัวกลาง (Intermediaries) ซึ่งมีผลให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีโอกาสพบกัน อาจแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเสนอแนะ เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อซื้อบริการผับผู้ผลิตโดยตรง เช่น ตั๋วโดยสารเครื่องบิน หรือที่พักแรม เป็นต้น และการที่ไม่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่าย อาจทำให้ราคาค่าบริการถูกลงเพราะไม่ต้องเสียค่าตอบแทน (Commission) ให้กับตัวแทนจำหน่าย แต่บางครั้งอาจซื้อสินค้า หรือบริการจากตัวแทนจำหน่ายได้ถูกกว่าซื้อจากผู้ผลิตโดยตรงตามราคาที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เพราะตัวแทนได้ลดส่วนของค่าตอบแทนให้แก่ลูกค้า เพื่อจูงใจให้มาซื้อบริการ ซึ่งแม้จะได้ค่าตอบแทนลดลง แต่จะมีรายได้ชดเชยจากปริมาณผู้ที่มาซื้อบริการ การจำหน่ายโดยผ่านตัวแทน (Indirect Sale) ผู้ผลิต (Supplier) จะจำหน่ายสินค้า หรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) โดยผ่านตัวกลางหรือตัวแทนจำหน่าย เช่น ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกสินค้า หรือบริการท่องเที่ยวได้ตามจุดขายที่เป็นตัวแทนจำหน่ายซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วไปตามแหล่งสินค้าต่างๆ เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่ต้องการใช้บริการและเปิดตลาดให้กว้างขวาง

(3) การส่งเสริมการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว (Travel Promotion)

เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสินค้าและบริการท่องเที่ยวกับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายคือการจูงใจให้เกิดการซื้อขายบริการท่องเที่ยว สามารถกระทำได้ดังนี้

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การโฆษณาเป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการจูงใจ โน้มน้าวให้ผู้รับข่าวสารสนใจหรือคล้อยตาม ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ข่าวสารให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการจำหน่ายบริการท่องเที่ยวต่างมุ่งหวังเผยแพร่บริการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักแก่มวลชน และมีผลจูงใจหรือโน้มน้าวให้ผู้รับข่าวสารสนใจหรือคล้อยตาม การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารทางเดียวโดยผ่านสื่อต่างๆ โดยสื่อที่นิยมใช้เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ได้แก่

สิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่รับทราบได้ด้วยการอ่าน ข่าวสารที่ลงในสื่อประเภทนี้จะต้องสามารถดึงดูดความสนใจให้อ่าน เพื่อที่จะได้รับรู้ข่าวสาร มีโอกาสเห็นภาพและรายละเอียดต่างๆ ทั้งรายการเดินทาง อัตราค่าบริการ สถานที่ติดต่อ นับเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการดึงดูดความสนใจได้มาก สิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

แผ่นป้าย เป็นแผ่นป้ายหลายขนาดสำหรับติดหรือวางตั้งไว้ในที่ต่างๆ ซึ่งเป็นจุดผ่านที่สำคัญ เช่น ตามเส้นทางถนนที่เด่นชัด สี่แยกสัญญาไฟ หรือถ้าเป็นแผ่นป้ายขนาดเล็กอาจติดตามอาคารสถานที่ต่างๆ แผ่นป้ายเหล่านี้จะมีจุดเด่นด้วยสีและภาพเห็นแล้วสะดุดตา แต่จะไม่มีรายละเอียดมากนัก

วิทยุ เป็นสื่อที่รับได้ด้วยการฟังเสียงแล้วสร้างจินตนาการตาม สามารถกระจายข่าวสารได้กว้างไกล และราคาค่าใช้จ่ายถูกกว่าการใช้สื่อประเภทอื่นๆ แต่มีข้อจำกัดตามช่วงเวลาของการรับข่าวสาร ไม่สามารถเก็บข่าวสารนั้นไว้ได้เหมือนสิ่งพิมพ์

โทรทัศน์ เป็นสื่อที่รับได้ทั้งเสียงและภาพการเคลื่อนไหวสามารถเผยแพร่สู่เป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เข้าไปนำเสนอถึงในบ้านแทบทุกครัวเรือน โอกาสที่จะสร้างแรงจูงใจให้ใช้บริการท่องเที่ยวมีมากกว่าสื่อประเภทอื่น แม้ราคาค่าใช้จ่ายในการสื่อสารประเภทนี้จะสูงมาก แต่ได้รับความนิยมสำหรับการเป็นสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

อินเตอร์เน็ต เป็นสื่ออิเลคโทรนิกส์ที่มีศักยภาพในการเผยแพร่ข่าวสารได้กว้างไกลทั่วโลก การใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งนอกจากจะใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารทางการท่องเที่ยวแล้ว ยังสามารถใช้เป็นช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยวที่สำคัญ เริ่มจากนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ เพื่อสำรวจหรือเลือกโปรแกรมการท่องเที่ยวพร้อมราคาค่าใช้จ่าย และเมื่อตัดสินใจที่จะซื้อบริการก็สามารถทำการจอง หรือสำรองออนไลน์ได้เลย

นอกจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อประเภทต่างๆ แล้วอาจสามารถทำการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการแจ้งข่าวสารข้อมูลแก่สื่อมวลชน จัดงานมหกรรม หรือนิทรรศการการท่องเที่ยว และ แถลงข่าวเปิดตัวสถานที่ท่องเที่ยวหรือบริการใหม่ๆ เชิญสื่อมวลชนไปลองใช้บริการ

เพื่อที่จะกลับมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ประสบการณ์ที่ได้ไปพบเห็นทางสื่อต่างๆ อาจเขียนบทความลงในหนังสือพิมพ์ วารสาร หรือเผยแพร่ ทางวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

การติดต่อโดยตรง

เป็นการส่งเสริมการจำหน่ายอีกวิธีหนึ่ง ที่นำเสนอข่าวสารบริการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งอาจเป็นส่วนบุคคล หรือกลุ่มสถาบันองค์กรหน่วยงาน หรือบริษัท

ในส่วนบุคคล อาจนำเสนอโดยการส่งจดหมายแจ้งข่าวสารบริการท่องเที่ยว หรือแผ่นพับ นิตยสารสำหรับเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพร้อมทั้งโปรแกรมนำเที่ยวซึ่งได้จัดทำล่วงหน้าเป็นรายเดือน ตามเทศกาล หรือรายปี บุคคลเป้าหมายเหล่านี้ อาจเคยเป็นผู้ใช้บริการของบริษัทมาก่อน หรือมีศักยภาพและความเป็นไปได้ที่จะใช้บริการท่องเที่ยว

สำหรับสถาบัน องค์กร หน่วยงาน บริษัท จะทำการส่งเสริมการเดินทางเป็นกลุ่ม โดยการนำเสนอตามความสนใจ เช่น กลุ่มราชการและรัฐวิสาหกิจจะนำเสนอบริการเดินทางเพื่อประชุมและสัมมนา กลุ่มบริษัทธุรกิจเอกชนจะนำเสนอบริการเดินทางเป็นรางวัลและประชุมสัมมนา หรือกลุ่มนักเรียนนักศึกษา จะนำเสนอบริการเดินทางเพื่อการศึกษา เป็นต้น

4.2.4 สินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง

นักท่องเที่ยวมักนิยมซื้อสินค้าจากท้องถิ่นหรือประเทศที่ไปเยือน อาจเป็นของใช้หรือของที่ระลึกเพื่อนำไปฝากญาติมิตรแสดงถึงน้ำใจไมตรี หรือสะสมไว้เป็นที่ระลึกถึงถิ่นที่เคยไปเยือน สินค้าที่ระลึกล้วนมีความงดงามแปลกตา บางอย่างมีการสาธิตแสดงวิธีการผลิตที่เต็มไปด้วยศิลปะและความละเอียดอ่อน สามารถสร้างความสนใจและประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว จูงใจให้ซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ จำนวนนักท่องเที่ยวมากเท่าไร โอกาสที่จะสร้างรายได้จากสินค้าที่ระลึกจะสูงขึ้นด้วย

เนื่องจากการผลิตสินค้าที่ระลึกเป็นลักษณะของอุตสาหกรรมขนาดย่อม หรืออุตสาหกรรมในครัวเรือนหรือในชุมชนซึ่งกระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ โดยอาศัยแรงงานศิลปะและความประณีต และใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทำให้เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้ การเพิ่มมูลค่าแก่ทรัพยากรในท้องถิ่น รวมทั้งการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปหัตถกรรม สินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและสร้างสรรค์ความเจริญให้กับท้องถิ่น

4.2.5 สิ่งสนับสนุนอื่นๆ

นอกเหนือจากองค์ประกอบหลักทั้ง 4 ประเภทดังกล่าวข้างต้นของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังมีสิ่งสนับสนุนและปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่

ธุรกิจการบริการในด้านต่างๆ เช่น ธุรกิจการเงิน ได้แก่ การแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ บัตรเครดิต เช็คเดินทาง หรือธุรกิจการประกันภัยสุขภาพและชีวิตในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ของประเทศหรือแหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเยือนมากขึ้น หากแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มีภาพลักษณ์ที่ดีปรากฏต่อมวลชน เช่น ประเทศไทย มีภาพลักษณ์ของการเป็นประเทศที่ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวเอเชีย มีสถาบันพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์รวมของประชากรทั้งประเทศ มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ประชาชนมีอัธยาศัยไมตรีโอบอ้อมอารี ยิ้มแย้มแจ่มใส จนได้ชื่อว่า "สยามเมืองยิ้ม" จึงเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในแถบภูมิภาคนี้

สภาวะเศรษฐกิจ มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว การฟื้นฟูหรือการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจจะเป็นตัวกระตุ้นให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายตัวอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวระหว่างประเทศหรือการท่องเที่ยวระยะไกล

สถานการณ์ ความมั่นคงปลอดภัยมีส่วนสนับสนุนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงสถานการณ์ความมั่นคงและความปลอดภัย ทั้งในระหว่างการเดินทางและเมื่อถึงจุดหมายปลายทาง รวมทั้งพื้นที่อื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว

4.3 บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การที่จะปล่อยให้การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศดำเนินไปโดยปราศจากนโยบายและการวางแผนที่ดี หรือขาดการจัดระเบียบและการควบคุมอย่างเหมาะสมแล้ว ย่อมก่อให้เกิดผลเสียต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าผลดี จึงควรจัดให้มีองค์กรที่เหมาะสมเข้ามารับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งสามารถเป็นความร่วมมือ และความรับผิดชอบของทั้งภาครัฐและเอกชน ดังต่อไปนี้

4.3.1 บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สำหรับประเทศไทยของเรามีองค์การการท่องเที่ยวในระดับประเทศซึ่งดำเนินงานการท่องเที่ยวเป็นหลักในระดับชาติ มี 2 หน่วยงานหลัก คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อันเป็นหน่วยงานระดับกระทรวง และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นองค์การการท่องเที่ยวแห่ชาติมีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศอยู่ 4 ด้านด้วยกันคือ

1) บทบาทด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ครอบคลุมถึงทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวด้วย การพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวจึงต้องกำหนดนโยบายโดยส่วนรวมให้ชัดเจน มีการจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนาอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สมดุลกับอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นก็คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการทางการท่องเที่ยวนั้นเอง โดยสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านั้นให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจ ดังนั้นรัฐบาลจึงต้องกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวโดยรวมซึ่งในทางปฏิบัติพอสรุปได้ 8 ประการ ดังต่อไปนี้คือ

(1) จัดทำบัญชีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศ

(2) ประเมินคุณค่าทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งในด้านพัฒนาและการตลาด

(3) กำหนดความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เพียงพอทั้งในปัจจุบันและอนาคต พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานการบริการให้สูงขึ้นด้วย

(4) ให้ความสำคัญด้านการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้สมดุลกับการพัฒนา

(5) กำหนดนโยบายส่งเสริมการลงทุนในทรัพยากรท่องเที่ยว

(6) สร้างแรงงานในทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความรู้ความสามารถและเพียงพอกับพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศ

(7) สร้างทัศนคติและความเข้าใจในความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป

(8) ประสานกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรท่องเที่ยว

2) บทบาทด้านพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว การดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ใน 2 ลักษณะคือ ลักษณะที่ 1 เป็นการดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยว ในขณะที่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการพัฒนา โดยจะใช้การตลาดท่องเที่ยวเป็นตัวนำให้เกิดนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขึ้นก่อนแล้วจึงพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการสร้างอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตอบสนองภายหลัง อันเป็นการกระทำแบบ Passive จะมีการเสี่ยงน้อย ส่วนลักษณะที่ 2 เป็นการดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยวเมื่อมีทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวพร้อมแล้ว จึงใช้การตลาดท่องเที่ยวเป็นตัวนำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อันเป็นการสร้างอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นก่อนแล้วจึงสร้างอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามมาภายหลัง ซึ่งเป็นการกระทำแบบ Active จะมีการเสี่ยงมากกว่า อย่างไรก็ตามการตลาดท่องเที่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องดำเนินควบคู่กันไปไม่สามารถแยกออกจากกันได้ กล่าวคือ ถ้าทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวไม่ดี ก็ย่อมไม่สามารถดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยวได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกันหากดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยวไปอย่างเดียวโดยไม่สนใจด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็คงเป็นไปได้ยากเช่นกัน ดังนั้นการดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยวจะต้องมีนโยบายที่ชัดเจนและมีความเป็นไปได้ แต่กลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยวอาจแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมและข้อจำกัดของแต่ละประเทศ

3) บทบาทด้านการควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในหลายประเทศส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องการขาดอำนาจการควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการขยายตัวด้านการลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ในบางพื้นที่นำไปสู่การใช้ประโยชน์ที่ดินไม่เหมาะสม ปัญหาการสร้างโรงแรมมากเกินความจำเป็นนำไปสู่การแข่งขันตัดราคาเพื่อแย่งลูกค้า ปัญหาบริษัทนำเที่ยวหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหามัคคุเทศก์ที่ไม่ได้มาตรฐานและประพฤติมิชอบ ปัญหาร้าค้าจำหน่ายสินค้าที่ระลึกขายสินค้าโก่งราคาหรือขายสินค้าปลอม ปัญหาการทำลายสภาพธรรมชาติ เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้เกิดขึ้นมาเพราะขาดองค์การที่มีอำนาจเข้าไปควบคุมดูแลและจัดระเบียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีองค์การที่มีอำนาจหน้าที่ควบคุมและจักระเบียบโดยสามารถออกกฎหมายที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดำเนินการไปตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้

4) บทบาททางด้านการจัดการเงินของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การที่รัฐบาลจะมีบทบาทได้อย่างสมบูรณ์ในด้านการพัฒนาการตลาด การควบคุมและการจัดระเบียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ต่อเมื่อได้รับการสนับสนุนด้านการเงินอย่างเหมาะสม โดยมักได้เงินจากการจัดสรรงบประมาณแผ่นดิน ซึ่งการใช้จ่ายเงินส่วนใหญ่จะอยู่ในเรื่องที่สำคัญ 3 เรื่อง ดังต่อไปนี้

(1) การใช้จ่ายเพื่อการลงทุนพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว โดยมีการศึกษาความเหมาะสมในการลงทุนพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะให้ผลประโยชน์ตอบแทนทางเศรษฐกิจอย่างคุ้มค่า อีกทั้งเป็นการกระตุ้นให้เกิดการลงทุนเพื่อพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวติดตามมาด้วยซึ่งการลงทุนพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวนี้มักจะเป็นการลงทุนของภาคเอกชนมากกว่าโดยรัฐบาลอาจช่วยสนับสนุนส่งเสริมเอกชนในบางเรื่อง

(2) การใช้จ่ายเงินเพื่อการลงทุนพัฒนาบริการท่องเที่ยว ซึ่งมีขอบข่ายครอบคลุมถึงการสร้างกำลังแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานรวมทั้งการปรับปรุงด้านการให้บริการของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวด้วย

(3) การใช้จ่ายเงินเพื่อการตลาดท่องเที่ยว โดยมีการศึกษาและวิจัยลู่ทางด้านการตลาดท่องเที่ยวเพื่อให้การใช้จ่ายเงินทางด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวมีความถูกต้องเหมาะสมและมีผลต่อการชักชวนให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น

4.3.2 การวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ต้องอาศัยทรัพยากรหลายอย่าง ทั้งกำลังคน กำลังเงิน และระยะเวลา จึงต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีแบบแผนที่ดีให้สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ การวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การพิจารณาอย่างกว้างๆ ในการวางแนวทางที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขึ้นล่วงหน้าก่อนการปฏิบัติจริง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีกระบวนการที่สำคัญอยู่ 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้คือ

1) การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกของการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและข้อมูลด้านอื่นๆ ที่ใช้ประกอบเพื่อให้ได้ภาพในระดับกว้างของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่นๆ ข้อมูลที่จำเป็นในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 4 หมวดใหญ่ๆ คือ

(1) หมวดสภาพพื้นฐานทั่วไปของพื้นที่ ควรประกอบด้วยข้อมูลทางกายภาพ สภาพทางเศรษฐกิจ สภาพสังคม และลักษณะของประชากรในพื้นที่ ฯลฯ

(2) หมวดทรัพยากรท่องเที่ยว ควรประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

(3) หมวดการตลาดการท่องเที่ยว ควรประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนของนักท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โครงสร้างนักท่องเที่ยวการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวในแต่ละเดือน และการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ฯลฯ

(4) หมวดความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ควรประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวข้องกับเส้นทางขนส่ง โครงสร้างพื้นฐาน ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

2) การวิเคราะห์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่ได้รวบรวมมา เป็นขั้นตอนการนำข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มาทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ซึ่งเมื่อเสร็จขั้นตอนที่ 2 นี้แล้ว สามารถนำไปสู่คำตอบในแต่ละหมวดดังต่อไปนี้คือ

(1) หมวดสภาพพื้นฐานทั่วไปของพื้นที่ ควรจะได้คำตอบว่าในพื้นที่ที่จะทำการวางแผนพัฒนามีที่ตั้งและเขตการปกครองเป็นอย่างไร มีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศเอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวหรือไม่ ในช่วงเวลาใดเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว ประชากรในพื้นที่มีจำนวนเท่าไร มีการกระจายตัวอย่างไร มีอัตราการเพิ่มมากน้อยเพียงใด ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอะไร และมีเศรษฐกิจมากน้อยเพียงใด ฯลฯ

(2) หมวดทรัพยากรท่องเที่ยว ควรจะได้คำตอบว่าในพื้นที่ที่จะทำการวางแผนพัฒนามีทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทใด มากน้อยแค่ไหน มีการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว

เป็นอย่างไร มีงานประเพณีหรือการละเล่นใดที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ จะต้องมีการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวว่าแหล่งใดมีศักยภาพสูงสุดและควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใดตามลำดับความสำคัญ

(3) หมวดตลาดการท่องเที่ยว ควรจะได้รับคำตอบว่าในพื้นที่ที่จะทำการวางแผนพัฒนามีแหล่งท่องเที่ยวใดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวสูงสุดมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากเพียงไร ในเดือนใดมีนักท่องเที่ยวมากที่สุด ความแตกต่างของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดและต่ำสุดเป็นอย่างไร ตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญเป็นประเทศใด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุเท่าไร มีรูปแบบการเดินทางอย่างไร และมีวัตถุประสงค์หลัก ของการเดินทางเพื่อเหตุใด ฯลฯ

(4) หมวดความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ควรจะได้คำตอบว่าในพื้นที่ที่จะทำการวางแผนพัฒนามีเส้นทางการขนส่งสะดวกมากน้อยเพียงไร การขนส่งประเภทใดสะดวกที่สุด มีที่พักและระบบสาธารณูปโภคเพียงพอหรือไม่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ สำหรับนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด

3) การกำหนดปัญหาทางการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่สืบเนื่องจาก 2 ขั้นตอนแรก เมื่อมีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวข้องกับการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่างๆ แล้ว ผู้วางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมองเห็นภาพรวมกว้างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดปัญหาหรือการรับทราบปัญหาทางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญพอสรุปได้ 9 ปัญหาดังต่อไปนี้คือ

(1) ปัญหาการพัฒนาและการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว

(2) ปัญหาขาดแคลนการขนส่งที่จะไปถึงแหล่งท่องเที่ยว

(3) ปัญหาที่พักแรมขาดแคลนและไม่ได้มาตรฐาน

(4) ปัญหาขาดการควบคุมความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสะอาด

(5) ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานไม่ได้มาตรฐานและไม่เพียงพอ

(6) ปัญหาความไม่ปลอดภัยในร่างกายและทรัพย์สิน

(7) ปัญหาจากภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล

(8) ปัญหาขาดการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวและจัดบริการนำเที่ยว

(9) ปัญหาการทำลายธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวในเชิงรุกเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ในช่วงทศวรรษหน้าให้มีความมั่นคงและเติบโตยิ่งขึ้นดังนี้

1. พัฒนาให้ประเทศไทยคงความเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียอย่างต่อเนื่องเพื่อก้าวสู่ความเป็น World Class Destination

2. พัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นสาขาหลักทางเศรษฐกิจ ที่มีความสำคัญควบคู่ไปกับสาขาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม

3. เร่งรัดให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวออกสู่ภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศนอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลักในปัจจุบัน

4. ปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ทันสมัย เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยมีความพร้อมในการแข่งขันที่จะตามมาจากการเปิดเสรีการค้า

5. สนับสนุนให้องค์กรปกครองท้องถิ่นมีความพร้อมและเข้มแข็งในการบริหารจัดการ ในบริการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่นโดยตรง

6. อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวของไทยให้คงเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์และสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทยที่ชัดเจน

4.3.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: แผนการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปี 2551

กระบวนการจัดทำแผนการตลาดนับว่าเป็นสิ่งสำคัญของการดำเนินงานในแต่ละปี โดยจะเป็นตัวกำหนดกรอบและทิศทางการดำเนินงาน ซึ่งจะต้องจัดทำให้แล้วเสร็จก่อนเริ่มปีงบประมาณ

1) กรอบนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กรอบนโยบายรัฐบาล

โดยในกรอบนโยบายรัฐบาล ซึ่งต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ มุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ

นโยบายคณะกรรมการ ททท. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2550-2554)

กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. ได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทของการท่องเที่ยว เพื่อช่วยพัฒนาคุฯภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้ความเข้มแข็งของ Brand ประเทศไทย และจะต้องสร้างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สร้างสวรรค์ประโยชน์ต่อสังคมภายใต้จิตสำนึกของการรักษาสิ่งแวดล้อม และความภูมิใจในชาติ

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2550-2554)

ทั้งนี้จะสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ของ ททท. คือมุ่งไปสู่การมีมาตรฐานคุณภาพ เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืนและท้ายสุดสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งนับวันการแข่งขันก็ยิ่งทวีความเข้มแข็งมากขึ้นทุกขณะ

2) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค

ขณะเดียวกัน การจัดทำแผนการพัฒนาการตลาดในครั้งนี้ ททท. ก็มิได้ละเลยที่จะหันไปมองผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดหลักของการก่อให้เกิดความต้องการในลักษณะต่างๆ ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการบริโภคไปมากจากในอดีต จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับการเที่ยวอย่างมีคุณค่าต้องการที่จะได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ มีการเรียนรู้จากท่องเที่ยวโดยเฉพาะวิถีชีวิตท้องถิ่น ขณะเดียวกันสังคมโลกของเราทุกวันนี้กำลังประสพกับปัญหาภาวะโลกร้อน นักท่องเที่ยวหลายกลุ่มก็หันหน้ามาใส่ใจในธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ต้องการที่จะสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด หันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพ และความสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อนฝูง ราคาจึงไม่ใช่ปัจจัยหลักในการเลือกเดินทางอีกต่อไป ลักษณะการเดินทางจึงเป็นไปอย่างยืดหยุ่น มีความเป็นส่วนตัวภายในกลุ่มของตนโดยเฉพาะอย่างยิ่งโลกของสื่ออิเลคทรอนิคส์ได้เข้ามามีบทบาทในธุรกิจการเดินทางและการท่องเที่ยวสูงขึ้นเป็นลำดับ

3) ความพร้อมของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทยด้านภาพลักษณ์

ทั้งนี้แม้ว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวจะเป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านการตลาด ขณะเดียวกัน ททท. ก็ได้หันมามองถึงความพร้อมของประเทศไทย ที่จะสนองตอบต่อความต้องการ โดยมิขัดต่อนโยบายและแนวทางพัฒนาประเทศ ดังจะเห็นได้ว่า

ภาพลักษณ์เชิงบวกของไทยในเวทีโลก มีความพร้อมที่จะแข่งขันได้สูง ประเทศไทยติดอันดับ Top ten ในเวทีโลก จากการสำรวจของ Future Brand ทั้งภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล บันเทิง และ Dining มาตั้งแต่ปี 2548 เสริมด้วยภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ อาทิ ความคุ้มค่าของสินค้า การมีรากวัฒนธรรมที่แท้และดั้งเดิม รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และ Shopping ซึ่งประเทศไทยติดอันดับ Top ten เพิ่มเติมในปี 2549 จากการเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วโลก

4.3.4 บทบาทของเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปได้หากไม่ได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชนในการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปได้ 4 ด้าน คือ

1) บทบาทด้านการพัฒนาบริการของธุรกิจท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวของภาคเอกชนเป็นการเสริมสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวย่อมก่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น การลงทุนในธุรกิจโรงแรมระดับมาตรฐานที่มีบริการพร้อมสรรพรวมทั้งภัตตาคารสถานบันเทิง ห้องประชุมสัมมนา และร้านค้าต่างๆ หรือการลงทุนในธุรกิจนำเที่ยวก็ได้มีการใช้รถบัสปรับอากาศที่มีห้องสุขภัณฑ์และอุปกรณ์อื่นๆ เข้ามาบริการขนส่งนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีมัคคุเทศก์คอยบริการข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว พร้อม

จัดหาอาหารเครื่องดื่มที่มีคุณภาพสะอาดถูกอนามัยแก่นักท่องเที่ยว หรือการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีการตกแต่งร้านสวยงาม พร้อมทั้งการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานและการออกแบบสินค้าที่ระลึกให้มีความสวยงามหรือมีประโยชน์ใช้สอยเป็นที่นิยมแก่นักท่องเที่ยว และยังยอมรับการจ่ายเงินของนักท่องเที่ยว ด้วยบัตรเครดิตต่างๆ เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาบริการของธุรกิจท่องเที่ยวล้วนเกิดจากการลงทุนของภาคเอกชนทั้งสิ้น

2) บทบาทด้านการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ความต้องการแรงงานในสาขาการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงต้องมีการพัฒนาแรงงานให้มีความรู้ความสามารถในการบริการนักท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาคเอกชนจึงต้องมีการฝึกอบรมพนักงาน หรืออาจส่งพนังงานไปอบรมวิชาการท่องเที่ยวยังต่างประเทศ นับเป็นการช่วยพัฒนามาตรฐานแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนั้นสถาบันการศึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจัดหลักสูตรวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขึ้น พร้อมทั้งขอความร่วมมือจากภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจัดส่งวิทยากรเข้าบรรยาย หรือจัดส่งพนักงานเข้าอบรม หรือรับผู้ที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากสถาบันการศึกษาต่างๆ เข้าทำงานในธุรกิจภาคเอกชน

3) บทบาทด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสำคัญยิ่งที่จะดึงดูดหรือจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือน จึงต้องร่วมมือกันทั้งภาครัฐบาลและเอกชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้คงไว้ และสร้างสรรค์ทรัพยากรท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นด้วย สำหรับประเทศไทยนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมมือกับจังหวัดต่างๆ จัดงานแสดงศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและเทศกาลต่างๆ เป็นประจำ เช่น งานลอยกระทง งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว งานแข่งเรือ งานไม้ดอกไม้ประดับ งานบุญบั้งไฟ งานแห่เทียนพรรษา เป็นต้น โดยมีธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีด้วยการจัดรายการนำเที่ยวงานศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และเทศกาลต่างๆ ขึ้นสนับสนุนอันเป็นการประสานประโยชน์ระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน

4) บทบาทด้านการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ความปลอดภัยทางร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เป็นสิ่งพึงปรารถนาตามธรรมชาติของมนุษย์ทุกคน ในการตัดสินใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใด นักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสำคัญ ถ้าหากแหล่งท่องเที่ยวใดไม่มีความปลอดภัยก็จะเป็นอุปสรรคสำคัญและบั่นทอนความเจริญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นในใจความปลอดภัยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาคเอกชนได้ร่วมกับทางราชการในการริเริ่มให้มีการจัดตั้ง "หน่วยตำรวจท่องเที่ยว" เพื่อให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนั้นทางสำนักงานตำรวจ

แห่งชาติก็ได้พิจารณาจัดตั้ง "ศูนย์อำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว" หรือที่เรียกชื่อย่อว่า ศอ.นท. อยู่ในสังกัดกองบังคับการกองปราบปราม

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปการศึกษา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นกลุ่มเศรษฐกิจที่ผลิตสินค้าและบริการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากจะสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมากแล้ว ยังกระจายรายได้สู่ชนบทสร้างความกินดีอยู่ดีให้แก่ประชาชนในชนบท แต่โครงสร้างทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการแข่งขันค่อนข้างสูงจึงต้องทำให้อุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ของการท่องเที่ยวมีความสมดุลกัน ซึ่งอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหมายถึงปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสามารถซื้อขายในระยะเวลาที่กำหนดในระดับอัตราค่าบริการต่างๆ กัน ตามกฎอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กล่าว "ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวย่อมผันแปรเป็นปฏิภาคส่วนกับอัตราค่าบริการของการท่องเที่ยว" ไทยมีปัจจัยที่เป็นตัวทำให้อุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงพอสรุปได้ 11 ปัจจัยคือ 1) ความเจริญทางเศรษฐกิจ 2) การเพิ่มขึ้นของรายได้ที่ใช้จ่ายได้ของนักท่องเที่ยว 3) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว 4) รสนิยมของนักท่องเที่ยว 5) เวลาว่าง 6) การพัฒนาหรือสร้างแหล่งท่องเที่ยว 7) ฤดูกาลท่องเที่ยว 8) การศึกษา 9) สื่อมวลชน 10) การตลาด และ 11) นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของรัฐ สำหรับอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหมายถึง ปริมาณบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเต็มใจ และสามารถทำการขายได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ในระดับอัตราค่าบริการต่างๆ กัน ตามกฎแห่งอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกล่าวว่า "ปริมาณบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะเสนอขายย่อมผันแปรเป็นปฏิภาคเกี่ยวกับอัตราค่าบริการ" โดยมีปัจจัยที่เป็นตัวทำให้อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปพอสรุปได้ 4 ปัจจัยคือ 1) นโยบายของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว 2) นโยบายของรัฐบาลในการท่งเสริมการท่องเที่ยว 3) ต้นทุนในการผลิตบริการทางการท่องเที่ยว 4) จำนวนผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ของอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด กล่าวคือ เมื่อมีอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้น นั้นก็คือมีบุคคลที่ชอบการท่องเที่ยว ก็ต้องมีการสร้างอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจอาหาร ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว และตัวแทนการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว กฎหมาย การสื่อสารเป็นต้น

การศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

5.1.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนับว่ามีรูปแบบที่หลากหลาย อุปสงค์ของการท่องเที่ยวคือปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยว ในขณะที่อุปทานการท่องเที่ยวคือทรัพยากรการท่องเที่ยว และรายได้ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับว่าเป็นรายได้หลักของประเทศ ในปี 2549 นำเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวน 487,100 บาท จากจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 13.8 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นทุกปี เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

5.1.2 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพบว่า อุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร และสถานบันเทิง การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การส่งเสริมการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึก และสิ่งสนับสนุนอื่นๆ

5.1.3 บทบาทภาครัฐและมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือ บทบาทด้านพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว บทบาทด้านพัฒนาการท่องเที่ยว บทบาทด้านการควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และบทบาทด้านการจัดการเงินของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อการลงทุนที่ได้มาตรฐานและคุ้มค่า มาตรการในการควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องมีการบริการที่มีมาตรฐานและปลอดภัย มีกฎหมายรองรับและควบคุมทรัพยากรการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ การศึกษาบทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยังพบว่าหน่วยงานภาครัฐที่เป็นหลักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และยังมีหน่วยงานภาครัฐอีก 12 หน่วยงานที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันและขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเจริญรุดหน้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพร่วมกับความร่วมมืออันดีจากภาคเอกชนและชุมชนที่ร่วมกันดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว

5.2 การอภิปรายผล

ส่วนการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นการลงทุนสร้างอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชักจูงหรือดึงดูดนักท่องเที่ยวอันเป็นอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เมื่อเกิดอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากก็จำเป็นต้องลงทุนในอุปทานการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นอีก เมื่อมีอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ก็จะจูงใจให้เกิดอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอีก จะเป็นวงจรหมุนเวียนเช่นนี้ไปเรื่อยๆ ซึ่งการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญมีอยู่ 6 ด้านคือ 1) การลงทุนด้านพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว 2) การลงทุนด้านธุรกิจการขนส่ง 3) การลงทุนด้านธุรกิจที่พัก 4) การลงทุนด้านธุรกิจอาหาร และบันเทิง 5) การลงทุนด้านธุรกิจนำเที่ยวและ

มัคคุเทศก์ 6) การลงทุนด้านธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก โดยรัฐบาลควรลงทุนด้านพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว และส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานแก่นักท่องเที่ยว ให้เพียงพอกับปริมาณความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้รัฐบาลควรมีการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอยู่เสมอ มีกระบวนการที่สำคัญ 5 ขั้นตอน คือ 1) รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 2) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รวบรวมมา 3) การกำหนดปัญหาทางการท่องเที่ยว 4) การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย นโยบาย และวิธีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ 5) การกำหนดแผนงานและโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวย่อมมีการเปลี่ยนแปลงตามอุปสงค์หรืออุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้นโยบายของรัฐและทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวก็ต้องเปลี่ยนตามไปด้วยจึงต้องมีการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน โดยรัฐบาลมีบทบาทการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศอยู่ 4 ด้านคือ 1) บทบาททางด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว 2) บทบาททางด้านพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว 3) บทบาททางด้านการควบคุมและจัดระเบียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและ 4) บทบาททางด้านการจัดการเงินของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สำหรับเอกชนก็มีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศอยู่ 4 ด้าน เช่นกันคือ 1) บทบาทด้านการพัฒนาบริการของธุรกิจท่องเที่ยว 2) บทบาทด้านการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยว 3) บทบาทด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และ 4) บทบาทด้านการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สำหรับชุมชน ผู้ที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวโดยตรงก็มีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศอยู่ 5 ด้าน เช่นกันคือ 1) บทบาทด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) บทบาทในการบริการการให้การต้อนรับแก่นักท่องเที่ยว 3) บทบาทด้านการให้ความสะดวกความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว 4) บทบาทในการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ร่วมมือในการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 5) ร่วมมือมือกันพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

ไม่ว่าภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ก็มีบทบาทในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องก็มีบทบาทไม่น้อย เป็นบทบาทของสถาบันการศึกษาในการให้การศึกษาด้านการท่องเที่ยว ในการพัฒนาบุคลากรในการท่องเที่ยว เช่น การศึกษาอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนท้องถิ่น เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การเพิ่มมูลค่าเพิ่มในการบริการ การพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวก็เป็นประเด็นสำคัญ ในขณะนี้ประเทศเรามีตำรวจท่องเที่ยว แต่ไม่น่าจะเพียงพอในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้ ภาคเอกชน องค์กรชุมชน และชุมชนมีบทบาทสำคัญในการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความร่วมมือในทุกฝ่ายทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังเกิดประสิทธิผลสูงสุด จึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. สร้างความร่วมมือ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ในทุกระดับทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน

2. ควรมีการกำหนดนโยบายทั้งในระดับรัฐบาลและท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้บทบาทชุมชนมากขึ้น โดยมีการสนับสนุนและลงทุนตรงไปยังชุมชนที่มีศักยภาพโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมคิด ตัดสินใจ และได้ประโยชน์อย่างแท้จริง

3. สร้างกระบวนการวิจัยการท่องเที่ยวทุกระดับโดยสร้างนักวิจัยในท้องถิ่นให้มีนักวิชาการเป็นพี่เลี้ยงให้ค้นหาตนเอง ศักยภาพ โอกาส และความต้องการที่แท้จริงของชุมชน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ ในการวางแผน กำหนดนโยบาย และสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในระดับรัฐและระดับท้องถิ่น

4. สนับสนุนให้สถาบันการศึกษามีบทบาทในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

5. ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ควรร่วมมือกันในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวร่วมกัน โดยมีการแบ่งบันผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

6. การบูรณาการนโยบายการท่องเที่ยวทำให้ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนมีศักยภาพ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่หลากหลายเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

7. ภาครัฐควรให้ความสนใจต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเทศบาล อบต. ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนับสนุน ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน และหน่วยงานอื่นๆ จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

8. ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน ควรมีการสร้างความเข้าใจร่วมกันในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่การท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

9. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรเป็นหน้าที่ของทุกฝ่ายจึงควรร่วมมือกันในการอนุรักษ์ และพัฒนาควบคู่กันไป ทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติควรเปิดโอกาสให้ธรรมชาติได้ปรับปรุงตนเองให้เวลาในการฟื้นฟูธรรมชาติให้งดงามไม่ควรเปิดให้ท่องเที่ยวตลอดปี หรือ บางฤดูกาลอาจต้องมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว

10. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหาร ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ฯลฯ ควรมีความเข้าใจในการอนุรักษ์และการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว

ตลอดจนหน่วยงานต่างๆ ก็ต้องมีบทบาทติดต่อทั้งทางตรง และทางอ้อมกับนักท่องเที่ยว ต้องร่วมกันสร้างความประทับใจในการบริการ การพัฒนาบุคลิกภาพในการบริการ (Service Mind) ให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

กิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : http//: www.tat.or.th (30 ธันวาคม 2550)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549) สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเภทประจำปี 2548 กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

_____(2550) รายงานประจำปี 2549 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

_____(2550) เอกสารประกอบการสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว 7-8 มิถุนายน 2550 กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ฉลอง พิมลสมพงศ์ (2546) การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2546) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นิคม จารุมณี (2536) การท่องเที่ยวการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กรุงเทพฯ : กรมการฝึกหัดครู

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด

_____(2549) ธุรกิจนำเที่ยว กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21 กรุงเทพฯ : ไพว์ แอนด์ โพร์ พริ้นติ้ง จำกัด

ไพฑูรย์ จันทรา (2546) รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในวนอุทยาน(สวนหิน)ของประเทศไทย : กรณีศึกษาอุทยานผางาม จังหวัดเลย, ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ภคนนท์ เอี่ยมเศรษฐี (2544) รายงานการวิจัย การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาสวนหินผางาม ตำบลปวนพุ กิ่งอำเภอหนองหิน จังหวัดเลย : สถาบันราชภัฏเลย

ภารกิจหน้าที่ตามกฎหมายจัดตั้ง. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : http//:www.mots.go.th/ (4 มกราคม 2551)

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สถาบันวลัยรุกขเวช (2544) การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีสวนหินผางาม กิ่งอำเภอหนองหิน จังหวัดเลย มหาสารคาม : สถาบันวลัยรุกขเวช

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ หลักการจัดการท่องเที่ยว. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : http//:www.stou.ac.th/tourism/achieve (30 ธันวาคม 2550)

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (2543) สังคมวิทยาการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์

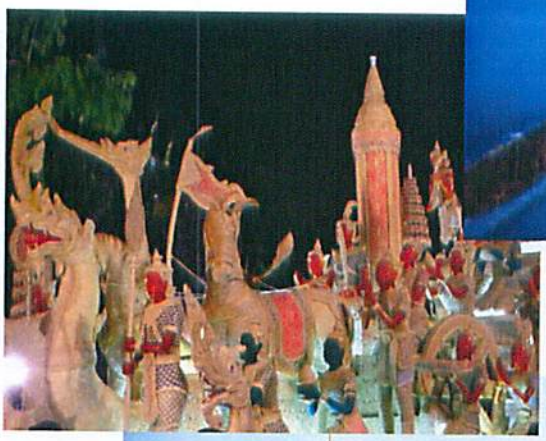
สุทิน สุขคง และคณะ (2546) รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีแหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางาม กิ่งอำเภอหนองหิน จังหวัดเลย : มปท.

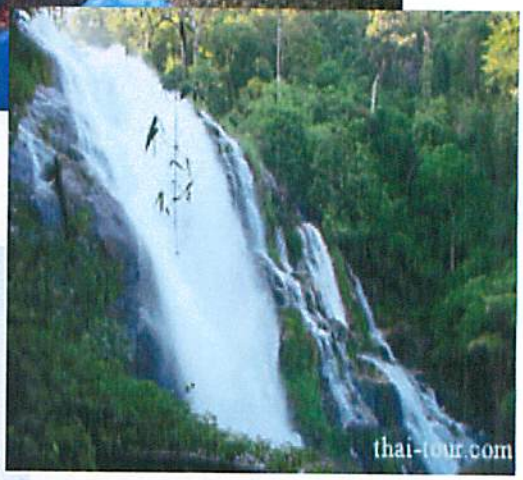
การสัมภาษณ์

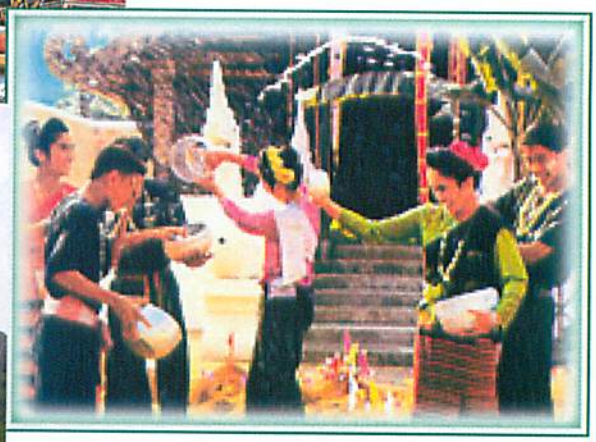
1. หัวหน้าศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวจังหวัดเลย
2. หัวหน้ากลุ่มงานท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดเลย

ภาคผนวก

ทรัพยากรการท่องเที่ยว







อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล นายชูชาติ เพ็ชรอำไพ

ตำแหน่งปัจจุบัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการบริษัท

ชื่อหน่วยงาน บริษัท เมืองไทย ลิสซิ่ง จำกัด

สถานที่ทำงาน 13 ซ.จรัญสนิทวงศ์ 83/1 ถ.จรัญสนิทวงศ์ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700

โทรศัพท์ 02 – 8853461

โทรสาร 02 – 8853466

ที่อยู่ปัจจุบัน 13 ซ.จรัญสนิทวงศ์ 83/1 ถ.จรัญสนิทวงศ์ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700

โทรศัพท์ 02 – 8853461 , โทรสาร 02 – 8853466

วุฒิการศึกษา

มัธยมศึกษา	โรงเรียนพิษณุโลกพิทยาคม
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , เศรษฐศาสตร์บัณฑิต
ปริญญาโท	OKLAHOMA CITY UNIVERSITY USA. , FINANCE
ปริญญาโท	มหาวิทยาลัยนเรศวร MBA
ปริญญาโท	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ