



แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

โดย

นายเวทิน ศันสนีย์เวทย์

วันที่..... ๕. 1 พ.ค. 2552.....
เลขทะเบียน..... 011434 ๑๕.....

ภพ:

๙๑๕.๙๓๐๔

๖๙๑๓๔

ม.กร.๕๕๓ท.

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ.2551

**The Guidelines for Promotion and Development of Tourism
In Amphoe Sam Kok, Pathum Thani Province : A Case Study of
One Tambon One Product**

By

Mr. Vethin Sansaniyavet

**A Study Report Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Communication**

Faculty of Communication Arts

KRIRK UNIVERSITY

2008

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะนิติศาสตร์

สารนิพนธ์

ของ

นายเวทิน ศันสนีย์เวทย์

เรื่อง

แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ได้รับอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

เมื่อ วันที่ กรกฎาคม พ.ศ.2551

ประธานกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



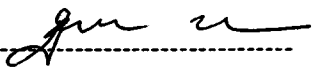
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการสารนิพนธ์



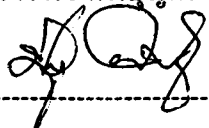
(รองศาสตราจารย์อรรถัย ศรีสันติสุข)

กรรมการสารนิพนธ์




(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพิระกู)

กรรมการสารนิพนธ์




(อาจารย์ มุทิตา อารยะเศรษฐากร)

กรรมการสารนิพนธ์



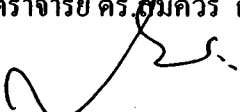
(รองศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น)

หัวหน้าสาขาวิชา



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิติศาสตร์



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ชื่อผู้เขียน	นายเวทิน ศันสนีย์เวช
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัยเกริก	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา: หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการ ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริม และพัฒนากองท่องเที่ยว ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 3) เพื่อศึกษาการสื่อสาร โดยการใช้สื่อต่างๆ ในการสร้าง การมีส่วนร่วมของประชาชน ในการส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษา มีจำนวน 128 คน ประกอบด้วยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 3 คน ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหาร ส่วนตำบล /ผู้นำชุมชน จำนวน 15 คน ผู้ดูแลและรับผิดชอบ จำนวน 10 คน กลุ่มประชาชนในพื้นที่ จำนวน 90 คน และนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 10 คน

โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณ ทำการวิเคราะห์ โดยการใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวในอำเภอสาม โลก

การท่องเที่ยวในอำเภอสาม โลก ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน การท่องเที่ยวธรรมชาติ การสัมผัสวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ทั้งไทยพุทธและไทยรามัญ นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและกีฬา นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอสาม โลก ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน และรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติ ประเภทของการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เป็นที่สนใจ ได้แก่ การเที่ยวชมโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ รองลงมา ได้แก่ การเที่ยวชมธรรมชาติ และการเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี

2. สภาพทั่วไปของการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก

การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคกสรุปได้ดังนี้

ด้านกายภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด ด้านการคมนาคมและสาธารณูปโภคและด้านการบริหาร พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของแต่ละพื้นที่ โดยมีหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษา

ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วยแหล่งโบราณสถานและประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน และสินค้าที่ระลึก พร้อมทั้งสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าหัตถกรรมและสินค้าทางการเกษตร

ด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า มีการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ค่านิยมต่างๆ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งมีทั้งด้านบวกและด้านลบ

ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวภายในอำเภอ

ด้านงบประมาณ ส่วนใหญ่เป็นงบประมาณของท้องถิ่น และงบประมาณยุทธศาสตร์จังหวัด

ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอสามโคก พบว่ากลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้ดูแลและรับผิดชอบมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มประชาชนมีส่วนร่วม น้อยมาก

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอสามโคก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอสามโคก ได้แก่ คุณลักษณะพิเศษทางกายภาพ ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านสังคมและด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่า คุณลักษณะพิเศษดังกล่าวส่งผลต่อความนิยมในระดับปานกลาง

4. ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก

ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก พบว่า อำเภอสามโคกมีแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน มีเอกลักษณ์ในวิถีชีวิตของชุมชน และมีภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านศิลปวัฒนธรรม และงานหัตถศิลป์ที่ทรงคุณค่า

5. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพและการแก้ไขข้อจำกัด

อำเภอสามโคกเป็นแหล่งเรียนรู้ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ควรให้ชุมชนร่วมกันค้นหาจุดเด่นของตนเองเพื่อนำมาพัฒนาให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยเน้นจุดขายทางสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ

6. แนวทางการบูรณาการการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก

การบูรณาการการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ควรพิจารณาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ การส่งเสริมให้ชุมชนทบทวนศักยภาพของตนเองว่ามีอะไรบ้างที่สามารถผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้บ้าง

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ รองศาสตราจารย์ ดร. บุญศรี พรหมมาพันธุ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น อาจารย์มุกิตา อารยะเศรษฐากร และอาจารย์รติกา อังกูร ที่ได้กรุณาตรวจแก้ไขข้อบกพร่องและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสารนิพนธ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ทุกท่าน ที่ประสิทธิประสาทวิชา ความรู้ และจริยธรรมอันควรให้แก่ผู้ศึกษา

ขอขอบพระคุณผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา วัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี ผู้นำชุมชน ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย ตำบลเชิงรากน้อย และผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ยิ่ง อันเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สารนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณประโยชน์อันเกิดจากการศึกษาสารนิพนธ์ครั้งนี้ ขอมอบให้บิดา มารดา ครู อาจารย์ และสมาชิกทุกคนในครอบครัว ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือ กำลังใจ และสนับสนุนการทำภาคสารนิพนธ์ครั้งนี้ด้วยดีตลอดมา

เวทิน ศันสนีย์เวทย์

มหาวิทยาลัยเกริก

ปีพุทธศักราช 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหา นำวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษาระดับปริญญาโท	4
1.4 สมมติฐาน	4
1.5 ขอบเขตของการศึกษาระดับปริญญาโท	4
1.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.8 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิด และสมมติฐานในการวิจัย	8
2.1 ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยว	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว	10
2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10	15
2.4 แผนแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ	20
2.5 วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย	26
2.6 แนวคิดพัฒนากิจกรรมและการส่งเสริมการท่องเที่ยว	28
2.7 กลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว	29
2.8 การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี	34
2.9 การจัดการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี	37
2.10 ทฤษฎีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	
อำเภอสามโคก	38
2.11 สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	42
2.12 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	47
2.13 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	53

	หน้า
บทที่ 3 วิธีวิจัย	54
3.1 ขอบเขตการศึกษาศาสนาพนธ์	54
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	56
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	59
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	59
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	62
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	62
- กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
- กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน	62
- กลุ่มผู้ประกอบการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	75
- กลุ่มประชาชนตำบลสามโคก/คลองควาย/เชียงรากน้อย	
- จังหวัดปทุมธานี	85
- กลุ่มนักท่องเที่ยว	92
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	99
5.1 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	99
- สถานการณ์การท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	99
- สินค้าทางการท่องเที่ยว ของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	
- ของอำเภอสามโคก	100
- ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว	
- ของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	100
- สภาพทั่วไปของการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของอำเภอ	
- สามโคก จังหวัดปทุมธานี	101
- คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว	
- ในการเลือกมาท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก	104
- ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก	104
- แนวทางในการพัฒนาศักยภาพและปรับแก้ข้อจำกัด	105
- แนวทางการบูรณาการการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด	106

	หน้า
5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัย	106
- ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	106
- ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	107
บรรณานุกรม	108
ภาคผนวก	110
รายนามผู้ให้สัมภาษณ์	111
จังหวัดปทุมธานี	114
ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในท้องถิ่น	133
ภาคผนวก ข. แบบสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	142
ภาคผนวก ค. แบบสอบถามกลุ่มประชาชน	149
ภาคผนวก ง. แบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว	155
ประวัติการศึกษา(และการทำงาน) ของผู้วิจัย	160

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 พื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	54
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการบริหารจัดการ	68
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม กลุ่มผู้นำชุมชน/ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล	69
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	75
ตารางที่ 4.4 ประเภทของผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	77
ตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	78
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ ในการบริหารจัดการ ด้านการท่องเที่ยว	83
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของประชาชนตำบลสาม โคนก/คลองควาย/ เขียงรากน้อย จังหวัดปทุมธานี	85
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	86
ตารางที่ 4.9 ค่าถ่วงน้ำหนักกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่เป็นที่นิยม	87
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประชาชน	87
ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว	92
ตารางที่ 4.12 ค่าถ่วงน้ำหนักประเภทการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว	94
ตารางที่ 4.13 ค่าถ่วงน้ำหนักสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่น	94
ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละความสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อไปยัง สถานที่ใกล้เคียง	95
ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละเหตุผลในการเลือกและตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวต่อไป	95
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยคุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว	96

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1. สัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ/ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ องค์การบริหารส่วนตำบล	112
2. สัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป	113
3. แผนที่จังหวัดเขตติดต่อ จังหวัดปทุมธานี	127
4. แผนที่อบต. สามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	127
5. แผนที่ตัวเมือง จังหวัดปทุมธานี	128
6. แผนที่ท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี	128
7. แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด จังหวัดปทุมธานี	129
8. แผนที่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ จังหวัดปทุมธานี	129
9. ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพบ้าน โปธ ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ ตำบลคลองควาย	130
10. ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพผลิตดอกไม้ ไม้ไผ่บัว ตำบลสามโคก	131
11. ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพสตรี ตำบลคลองควาย	131
12. ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลสามโคก	132
13. ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพสตรีพัฒนา ผลิตภัณฑ์ไม้กวาดดอกหญ้าอ่อน ตำบลเชียงรากน้อย	132

บทที่ 1

บทนำ

1. 1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“การท่องเที่ยว” หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ภาครัฐ องค์กรเอกชน ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว อันถูกผนวกอยู่ในกิจกรรม หรือกระบวนการในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

“การท่องเที่ยว” ประกอบด้วยกิจกรรมและการบริการหลากหลาย และเป็นกิจกรรมที่หิบบิ้นประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละคน ซึ่งเดินทางไกลจากบ้านจากเมืองมา จึงมีกิจกรรมหรือการบริการด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง ที่พัก อาหารการกิน การซื้อของ การบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการนันทนาการ

การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะครอบคลุมองค์ประกอบไปด้วย

ผู้มาเยือน (Visitor) หมายความรวมถึง “นักท่องเที่ยว” (Tourist) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และ “นักท่องเที่ยว” (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน

แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น เป็นต้น ซึ่งเป็นแม่เหล็กดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

“อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” เป็นกิจกรรมที่ได้มีการพัฒนาการมาแล้วอย่างน้อยหนึ่งศตวรรษ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ระบุได้ใน 3 ลักษณะ คือ

1. นักท่องเที่ยว ซึ่งแสวงหาประสบการณ์และความพึงพอใจ ซึ่งโดยธรรมชาติแล้ว มักสังเกตเห็นได้จากสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้นั้นเลือกหรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวผู้นั้นให้ความสนใจ
2. ธุรกิจที่ให้บริการทั้งสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนักธุรกิจมองเรื่องการท่องเที่ยวว่าเป็นโอกาสที่แสวงหากำไร โดยการเสนอสินค้าและบริการ ซึ่งตรงกับอุปสงค์ของตลาดการท่องเที่ยว

- 3 การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ ซึ่งเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ ที่ให้บริการสินค้าและบริการ รัฐบาลที่เป็นเจ้าภาพและชุมชนในท้องถิ่นที่เป็นเจ้าภาพในกระบวนการการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และในกระบวนการให้การต้อนรับขับสู้

“อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ได้มีคำจำกัดความกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ซึ่งให้ความหมาย “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการกีฬาสำหรับ นักท่องเที่ยว การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา ท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2550-2553 โดยการพัฒนากระดับคุณภาพสินค้าการท่องเที่ยว พัฒนาระดับมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้องและปัจจัยสนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ปรับปรุงกลไก การบริหารจัดการตามแผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551 ที่กล่าวว่า

“กระทรวงการท่องเที่ยวเป็นองค์กรหลักที่นำประเทศไทยไปสู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเอเชียอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ให้สามารถกระจายรายได้แก่ชุมชนอย่างทั่วถึง เน้นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมอันดีงามของไทยและสร้างรายได้ สร้างอาชีพ สร้างความเป็นเลิศ และพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีในสังคมอย่างยั่งยืน โดยจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) โครงการและงบประมาณด้านการท่องเที่ยว ทั้งในด้านการตลาดและกายภาพให้สอดคล้องกันทั้งกับเป้าหมายระยะยาวและแผนคาบ 6 ปี จัดหางบประมาณเพื่อรองรับการปฏิบัติตามแผน สร้างความเข้าใจกับบุคลากรทั้งใน ททท. หน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับสภาพของปัญหาการท่องเที่ยว มีวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) ใหม่ สร้างเครือข่ายเพื่อสามารถทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ มีประสิทธิภาพและมีการแก้ไขอุปสรรคร่วมกัน กระจายงานพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนที่สามารถเลี้ยงตัวได้และไม่เป็นภาระงบประมาณ ให้เข้าสู่ภาคเอกชนโดยเฉพาะด้านการตลาดและการฝึกอบรม กระจายงานในส่วนที่ต้องการความรู้ ความเชี่ยวชาญพิเศษและงานในส่วนที่ต้องการข้อมูลเฉพาะ เช่น การวางผังเมืองท่องเที่ยว การวิเคราะห์งบประมาณ และผังการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่จัดทำโดยจังหวัดและองค์กรท้องถิ่น โดยการจัดจ้างภาคเอกชนหรือสถาบันวิจัยและสถาบันการศึกษา ขจัดการผูกขาดในอุตสาหกรรมบริการ ทั้งในด้านการคมนาคมขนส่งทั้งทางน้ำ บกและอากาศ ตลอดจนบริการด้าน โทรคมนาคม เพื่อให้มีการแข่งขันทั้งด้านคุณภาพและราคา ทำให้สามารถยกระดับถึงมาตรฐานสากลได้ ระดมกำลังความคิด ความสามารถของสถาบันการศึกษา ชมรมท้องถิ่น ตลอดจนชุมชน ในการเฝ้าระวังอนุรักษ์ พัฒนา และฟื้นฟูทรัพยากรท่องเที่ยวตามศักยภาพของแต่ละท้องถิ่น พัฒนาศูนย์กลางในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการศึกษาและวิจัยให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ และเกิดความคิดริเริ่มใหม่ๆ มีนวัตกรรม (Innovation) ด้านการบริหารและการบริการท่องเที่ยว ตลอดจนปลูกจิตสำนึกของบุคลากรท่องเที่ยวให้มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม และมีความภาคภูมิใจที่ได้บริการคนไทยด้วยกัน”(เอกสารการท่องเที่ยวไทย:2550, <http://www.pathumthani.com>, 1 พฤษภาคม 2551)

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี นั้น จะเดินทางมาเพื่อชื่นชมความงาม ความประณีต และความวิจิตรบรรจงเกี่ยวกับศิลปะไทย ซึ่งมุ่งเน้นในเชิงสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics of Science) เป็นสำคัญ แต่ในทางตรงกันข้าม การท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี สามารถเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดและเผยแพร่เอกลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนภูมิหลังและภูมิปัญญาของชุมชนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี หากแต่ยังขาดการอนุรักษ์และการประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งจะก่อให้เกิดความตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมประเพณี และสินค้าผลิตภัณฑ์ในชุมชนอย่างเด่นชัด

ดังนั้น ในการศึกษาสารนิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบการจัดการเกี่ยวกับการผลิตสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มุ่งศึกษาเฉพาะตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชิงรากน้อย โดยเน้นการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว ขณะเดียวกันก็สามารถพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้เป็นผู้อนุรักษ์และสืบทอดมรดกอันล้ำค่าสืบต่อไป เพราะมรดกอันล้ำค่านี้จะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สำคัญของประเทศชาติ ทั้งจะเป็นมรดกที่สำคัญยิ่งของการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ให้ยั่งยืนควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีในด้านอื่นๆ อีกด้วย

1.2 ปัญหาวิจัย

การศึกษาสารนิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในครั้งนี้มีปัญหานำวิจัย ดังนี้

1. การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เน้นเฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชิงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นอย่างไร

2. การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวซึ่งมุ่งเน้นเกี่ยวกับสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เน้นเฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชิงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีอะไรบ้าง และเป็นอย่างไร

3. รูปแบบการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการท่องเที่ยวซึ่งมุ่งเน้นสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เน้นเฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชิงรากน้อย จังหวัดปทุมธานี มีลักษณะอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก จังหวัด ปทุมธานี กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวใน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย ในอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาการสื่อสาร โดยการใช้สื่อต่างๆ ในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย ในอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและการใช้สื่อต่างๆ ของจังหวัดปทุมธานี สามารถเป็น แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวของอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี ได้เป็นอย่างดี
2. การส่งเสริมและพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางและพัฒนากอง ท่องเที่ยวของอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี ได้เป็นอย่างดี

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่ที่ค้้องการศึกษา ได้แก่
 - 1.1 พื้นที่ตำบลสาม โลก อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
 - 1.2 พื้นที่ตำบลคลองควาย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
 - 1.3 พื้นที่ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
2. ขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษา ได้แก่
 - 2.1 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เกี่ยวกับสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เน้นเฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอ สาม โลก จังหวัดปทุมธานี

2.2 แหล่งอันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เน้นเฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โศก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โศก จังหวัดปทุมธานี

3. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่

3.1 ผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับ 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โศก ตำบลคลองควายและตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โศก จังหวัดปทุมธานี

3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และปราชญ์ชาวบ้านใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โศก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โศก จังหวัดปทุมธานี

3.3 ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โศก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โศก จังหวัดปทุมธานี

3.4 ประชาชนทั่วไปที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งผลิตสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือที่พักอาศัยอยู่ใกล้แหล่งผลิตสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โศก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โศก จังหวัดปทุมธานี

3.5 นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ขณะที่ผู้ศึกษากำลังศึกษา และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โศก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โศก จังหวัดปทุมธานี

1.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แบบสอบถาม
2. แบบสัมภาษณ์

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โศก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โศก จังหวัดปทุมธานี

2. ทำให้ทราบถึงการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ใน 3 ตำบล คือ ตำบล สาม โศก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โศก จังหวัดปทุมธานี

3. ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โศก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โศก จังหวัดปทุมธานี

4. ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับ 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชิงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

5. เสนอแนวทางในการพัฒนาและบูรณาการการท่องเที่ยวเพื่อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ใน 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชิงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1.8 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

การท่องเที่ยวอำเภอสามโคก หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง คือ เพื่อผ่อนคลายอิริยาบถ จากงานประจำและสร้างเสริมความรื่นรมย์ของจิตใจ ค้นหาคำตอบ หรือแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อจรรโลงใจและการโน้มน้าวใจให้เกิดความตระหนักและสำนึก

การพัฒนา หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าโดยทั่วไป เช่น การพัฒนาชุมชน พัฒนาประเทศ คือการทำสิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้น สนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ได้ดียิ่งขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจ ไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตน ไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยอาจจะมีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน ด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการและการติดต่อสื่อสารขององค์กร หน่วยงาน ที่มีแผนการ ในการสร้างหรือรักษาไว้ ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ให้มีความรู้ ความเข้าใจ สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และให้ความสนับสนุน ร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานของหน่วยงาน ดำเนินไปด้วยดี โดยมีประชาคมเป็นแนวพื้นฐาน

การใช้สื่อ หมายถึง การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ วารสารเพื่อการท่องเที่ยว สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ ในการนำสารจากผู้ส่ง ไปยังผู้รับในด้านการท่องเที่ยว

รูปแบบ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยว ได้แก่ การเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และโบราณสถาน การเที่ยวชมกิจกรรมทางศาสนา การเที่ยวชมวิถีชีวิต และการเที่ยวชมวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น

การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ เช่น ร่วมคิดกิจกรรม ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมสนับสนุนทุน แรงงาน และร่วมติดตามผล

สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง การผลิตหรือจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวความคิด และสมมุติฐานการวิจัย

การศึกษานี้มีพื้นฐานเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาจากทฤษฎี คำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ใน 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

1. ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว
3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10
4. แผนแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ
5. วิสัยทัศน์การท่องเที่ยว
6. แนวคิดพัฒนากิจกรรมและการส่งเสริมการท่องเที่ยว
7. กลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว
8. การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
9. การจัดการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
10. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
11. สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
12. แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
13. กรอบแนวความคิด

2.1 ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) ความหมายโดยทั่วไป หมายถึง การที่คนเดินทางไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง เพื่อการไปชมสถานที่ท่องเที่ยว ไปเยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ หรือไปพักผ่อนหย่อนใจ หรืออาจไปใช้เวลาว่างเพื่อกิจกรรมกีฬาประเภทต่างๆ ไปอาบแดด ไปรักษาสุขภาพ ไปปราศรัย ขับขี่ยานพาหนะซื้อของรับประทานอาหาร ไปเล่นกาสิโน อ่านหนังสือ ท่องเที่ยวไปเรื่อยๆ หรือไปรื่นรมย์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติรวมทั้งคนที่เดินทางไปประชุม ไม่ว่าจะเป็นการประชุมด้านธุรกิจ หรือการร่วมกิจกรรมทางธุรกิจ และสาขาอาชีพต่างๆ หรือการไปทัศนศึกษาโดยการนำของมัคคุเทศก์ที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละเรื่อง หรือการไปศึกษาวิจัยในสถานที่ต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องบางเรื่อง เป็นต้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวจะครอบคลุมองค์ประกอบอย่างน้อย 6 ประเภท คือ

1. ผู้มาเยือน (Visitor) หมายความว่ารวมถึง “นักท่องเที่ยว” (Tourist) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และ “นักท่องเที่ยว” (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน

2. แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น เป็นต้น ซึ่งเป็นแม่เหล็กดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐานและ โครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทาง และติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลา และได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ การรักษาพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น

4. องค์กรภาครัฐ ซึ่งมีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ดูแล ระวังมิให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อหรือทำความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน

5. องค์กรภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจหลากหลาย เพื่อให้บริการและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และสนใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก

6. ประชาชนในท้องถิ่น หรือในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือมีส่วน ได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีส่วนสร้างความประทับใจหรือไม่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และยังมีองค์ประกอบภายนอกประเทศอื่นๆ อีกมากที่มีส่วนช่วยกระตุ้น สนับสนุน ส่งเสริม ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย เช่น บริษัทนำเที่ยวสายการบิน สายการบินเรือ หน่วยราชการ และหน่วยรัฐวิสาหกิจของไทยในต่างประเทศ สมาคม / ชมรม คนไทยในต่างประเทศ ร้านอาหารไทย บริษัทข้ามชาติ หรือองค์กรธุรกิจร่วมทุน หน่วยงาน ภาคธุรกิจเอกชนในต่างประเทศและนักธุรกิจชาว ต่างชาติที่เข้ามาอาศัยและทำงานอยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางกลับไป นักศึกษานักเรียนไทยในต่างประเทศ แรงงานไทยในต่างประเทศ สถาบันกีฬาการบินและนันทนาการ องค์กรอิสระอื่นๆ ที่มีโครงข่ายเชื่อมโยงกับประเทศไทย

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวจำต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน คือ

1. นักท่องเที่ยว
2. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ
3. สินค้าการท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวจัดเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้มีผู้กล่าวถึงความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง

มนัส สุวรรณ และคณะ (2545:เอกสารการท่องเที่ยวไทย) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง พื้นที่ สิ่งของ กิจกรรมและ/หรือมิติอื่นใด ที่สามารถให้คุณค่าเชิงการท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการเรียนรู้ ประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถปรากฏได้ทั้งในลักษณะของรูปธรรมที่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง เช่น สิ่งก่อสร้าง ของที่ระลึก ถ้ำ และน้ำตก เป็นต้น และในลักษณะของนามธรรมที่ไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง แต่สามารถสัมผัสได้ด้วยทางอื่น เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา ความเป็นชนเผ่า และการละเล่น การแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น

วรรณาวงษ์วานิช (2546:แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งประเภทที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ โบราณสถาน และศิลปวัฒนธรรม จัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบการท่องเที่ยว นอกจากบริการการท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดผลกระทบต่อท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนได้ จึงนับได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความสำคัญมากต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนี้

1. ความสำคัญด้านจิตวิทยา

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญด้านจิตวิทยา คือ

1.1 เป็นสิ่งดึงดูดใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวนับเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นหรือไม่

1.2 เป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดความสุขลดความตึงเครียด ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งประเภทความสวยงามตามธรรมชาติ หรือประเภทโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม สามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจ ให้หายจากความเครียดจากภาระหน้าที่ประจำได้

2. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญด้านเศรษฐกิจ คือ

2.1 เป็นแหล่งที่มาของรายได้ของท้องถิ่น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว ย่อมก่อให้เกิดการสร้างงาน อาชีพ ให้กับท้องถิ่นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น

การผลิตสินค้าที่ระลึกจำหน่ายนักท่องเที่ยว การจัดบริการที่พักให้ลักษณะโฮมสเตย์ให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 เป็นแหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เมื่อนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใด ย่อมก่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงทำให้สามารถกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลายประเภท เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจขนส่ง เป็นต้น

2.3 เป็นแหล่งที่มาของรายได้ภาครัฐ รัฐบาลสามารถเรียกเก็บภาษีอากรจากการค้าและภาษีเงินได้จากผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งรัฐสามารถนำไปใช้พัฒนาประเทศ และช่วยชดเชยภาวะการขาดดุลการค้ากับต่างประเทศได้

3. ความสำคัญด้านสังคม

3.1 ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณ ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวอุดมสมบูรณ์ จะมีคุณภาพชีวิตดีขึ้นเพราะสามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ทำให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่สมบูรณ์แข็งแรง และยังช่วยให้มาตรฐานการครองชีพของประชาชน ดีขึ้นด้วยการมีรายได้จากการท่องเที่ยวทำให้มีอำนาจซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภคต่างๆ ได้มากขึ้น ทั้งยังช่วยลดปัญหาอาชญากรรมในสังคมได้

3.2 ช่วยเปิดโลกทัศน์ให้กับประชาชน เนื่องจากการเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ทำให้มีโอกาสได้เรียนรู้ ได้สัมผัสของจริง ได้รับประสบการณ์ตรง ย่อมส่งผลให้เกิดทัศนคติที่กว้างไกล เกิดความประทับใจ และช่วยเสริมสร้างให้เกิดความรักและหวงแหนในทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านั้น

3.3 ช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและยอมรับของคนทั่วโลก ย่อมนำมาซึ่งความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักกล่าวชมประเทศไทยเสมอว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สวยงาม น่าสนใจ มีความหลากหลาย น่าตื่นตาตื่นใจ ซึ่งนำความภาคภูมิใจมาสู่คนไทยทุกคน

4. ความสำคัญด้านวัฒนธรรม

4.1 แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภท ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เช่น ภาษา การแต่งกาย วิถีชีวิต การละเล่น งานเทศกาล ประเพณีต่างๆ เป็นต้น นับเป็นสื่อซึ่งแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและของประเทศชาติ

4.2 สะท้อนให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาบรรพชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวนมากได้สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาของบรรพชนที่ล้ำลึก เป็นความรู้ที่สามารถได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการดำรงชีวิตของคนในรุ่นปัจจุบัน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีที่แสดงถึงการมีวัฒนธรรม เช่น การไหว้ ความมีน้ำใจ ไมตรี มีสถาปัตยกรรมอันประณีต งดงาม เป็นต้น

5. ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อเป็น สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นที่เน้นการนำเอาทรัพยากรขึ้นมาใช้ประโยชน์จาก ประโยชน์ที่เกิดขึ้นมากมายที่ตนได้รับจากทรัพยากร การท่องเที่ยวทำให้เกิดกระแสการอนุรักษ์และพัฒนา ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมไม่เสื่อมสลาย การนำทรัพยากรไปใช้อย่างระมัดระวัง มีจิตสำนึกและมีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้อนุชนรุ่นหลังได้ใช้ประโยชน์ต่อไป

คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทาง ไปท่องเที่ยว ยังสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ควรมีลักษณะหลักที่สำคัญ 4 ประการ หรือเรียกว่า 4 As คือ

1. ความดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตาชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัวอันมีสาเหตุมาจาก

1.1 มีความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดทรายขาว แนวปะการัง ที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่างๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชนิดหรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา เป็นต้น

1.2 มีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญ ของแต่ละท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผชาติหรือการตกแต่งขบวนพาเหรดและการแสดงในเทศกาลต่างๆ การแสดงแสง สี เสียง ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. ความสามารถในการเข้าถึงง่าย (Accessibility) ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจ ของนักท่องเที่ยวได้มากหากมีความสะดวกในการเดินทางที่ชวมน หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทาง เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจะเกิดอรรถรสในการท่องเที่ยวได้มาก ดังนั้น แม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว

3. ความประทับใจ (Amenity) ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และ ช่างชื่นในการเที่ยวชม เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาท ราชวัง วัด โบราณสถานต่างๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต หรือแม้แต่ทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน อาทิ อุทยานแห่งชาติทางบกและทางทะเล หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น การ ร่วมงานเทศกาลประเพณีต่างๆ เช่น งานคาร์นิวัลในประเทศบราซิล งานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย เป็นต้น

4. องค์ประกอบของการบริการ (Ancillary Service) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรรการบริการ ด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงานและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่

4.1 การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

4.2 การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการจัดระบบ การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นมรดกที่ทรงคุณค่าของประเทศ เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม การแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวมีหลายลักษณะ ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งและการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

การแบ่งประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวตามลักษณะ คุณค่า และความสนใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีทั้งหมดออกเป็น 3 ประเภท ตามลักษณะ คุณค่าและความสนใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีความสวยงาม และนับว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด โดยแบ่งย่อยออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1.1 ทิวทัศน์ (Scenery) ทิวทัศน์ต่างๆ ทางธรรมชาติทั้งที่สวยงามและแปลกประหลาดจะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเยี่ยมชม เช่น แกรนด์แคนยอนในประเทศสหรัฐอเมริกา ภูเขาไฟวิสซูเวียสในประเทศอิตาลี หรือสภาพที่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล เช่น ในฤดูหนาวดอกทิวลิปหรือดอกซากุระจะบาน เป็นต้น

1.2 สัตว์ป่าและพรรณไม้ (Wildlife and Flora) เป็นส่วนหนึ่งของความงามตามธรรมชาติที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากเพราะชีวิตความเป็นอยู่ของสัตว์ป่าเป็นสิ่งที่น่าศึกษาหาความรู้ รวมทั้งความหลากหลายของพรรณไม้ในป่าประเภทต่างๆ ซึ่งนับวันจะหมดไป แต่ยังคงมีที่ให้ท่องเที่ยวได้ เช่น อุทยานแห่งชาติแหล่งอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์เปิด สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติ เป็นต้น

1.3 สภาพภูมิอากาศ (Climate) สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไป เช่น แสงแดด สายลม อากาศอบอุ่น หรือหิมะตกในฤดูหนาว ตลอดจนลักษณะอากาศที่แตกต่างไปจากถิ่นเดิมของคน จะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นมาได้ เช่น ฤดูร้อนนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังชายฝั่งทะเลหรือฤดูหนาวชาวยุโรปนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศแถบตะวันตกซึ่งมีอากาศที่อบอุ่นกว่า เป็นต้น

1.4 ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ (Natural Phenomenon) เป็นลักษณะของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น พระอาทิตย์เที่ยงคืน การเกิดสุริยุปราคา การเกิดฝนดาวตก เป็นต้น

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และ ศาสนา หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในฐานะที่เป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา ซึ่ง ได้แก่

2.1 โบราณสถาน หมายถึง สิ่งของโบราณที่เคลื่อนที่ไม่ได้ เช่น โบสถ์ วิหาร วัง โดยมีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปีขึ้นไป เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

2.2 โบราณวัตถุ หมายถึง สิ่งของโบราณที่เคลื่อนย้ายได้ เช่น พระพุทธรูป เทวรูป ศิลากาจิกร มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปีขึ้นไป

2.3 ศาสนสถานหรือปูชนียสถาน หมายถึง สถานที่ควรแก่การนับถือ หรือควรแก่การบูชา เช่น พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร และวัดพระพุทธรบาท จังหวัดสระบุรี เป็นต้น

2.4 ศาสนวัตถุหรือปูชนียวัตถุ หมายถึง วัตถุที่ควรแก่การบูชา เคารพนับถือ เช่น พระพุทธรูป เทพเจ้า เป็นต้น

2.5 แหล่งประวัติศาสตร์ หมายถึง สถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น สถานที่กระทำยุทธหัตถีของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชจังหวัดสุพรรณบุรี สุสานสัมพันธมิตรจังหวัดกาญจนบุรี ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียม ประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วยงานประเพณีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่าต่างๆ สวรรสนุก สวรรสัตว์กิจกรรม เช่น การพายเรือ ขี่จักรยานภูเขา และล่องแก่ง เป็นต้น

2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10

ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตลอดทั้งนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดมาตามวาระต่างๆ แผนยุทธศาสตร์และนโยบายมีที่มาจากทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายของรัฐบาลในเรื่อง การท่องเที่ยว นโยบายข้างเคียงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น นโยบายผู้ว่าราชการจังหวัดบูรณาการ เพื่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ และนโยบายต่างๆ ที่กำหนดขึ้นย่อมส่งผลต่อการบริหารการทำงานของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาวิจัยพบว่าภาคส่วนที่มีความสำคัญที่สุดในการรับเอาแผนยุทธศาสตร์และนโยบายต่างๆ ไปปฏิบัติ คือ องค์กรภาครัฐ องค์กรเอกชน และชุมชนท้องถิ่น

ในช่วงปีพ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน รัฐบาลให้ความสนใจและพยายามปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมและการบริหารการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ซึ่งอาจถือได้ว่าปีพ.ศ. 2545 เป็นปีแห่งการปฏิรูปโครงสร้างและการบริหารการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิรูประบบราชการที่ได้มีการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งแบ่งแยกประเภทภารกิจระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไม่ให้มีอำนาจและหน้าที่ทับซ้อนกัน แต่ต้องทำงานควบคู่กันและประสานกันอย่างเป็นเอกภาพ

การปฏิรูปหรือการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริหารการท่องเที่ยว

คณะรัฐมนตรีได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภา ในเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ซึ่งกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

ด้านการบริการและการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว คือ หนทางสำคัญของการนำรายได้กระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้น รัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและการท่องเที่ยว และการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว ดังนี้

ด้านการพัฒนาภาคบริการ

1. ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทย ทั้งด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากรภาคบริการการพัฒนา รูปแบบการให้บริการ และการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว
2. จัดให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น อาทิ การท่องเที่ยว การศึกษา การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬาและนันทนาการ
3. เร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้และทักษะ ทั้งด้านภาษามาตรฐานการบริการและการจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความตกลงระหว่างประเทศด้านการค้าบริการ

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1. เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยว ทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว
2. บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางขนาดเล็กรัฐกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
3. เร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง
4. เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว
5. เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

จากนโยบายดังกล่าว ทำให้เรามองภาพรวมได้ว่ารัฐบาลต้องการยกระดับการบริหารการท่องเที่ยวและเพิ่มประสิทธิภาพในภาคบริการและเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก เพื่อเพิ่มรายได้ของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้อยู่ในอัตราขยายตัวที่ดี และนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว แผนพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์การท่องเที่ยว และแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งด้านแผนงาน โครงการแผนเงินและแผนคนในโอกาสต่อไป

ยุทธศาสตร์ชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติ “ยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวไทย” เพื่อให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ใช้เป็นกรอบแนวทางในการจัดทำแผนงาน โครงการ การเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. เพื่อปฏิรูปอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ
3. เพื่อมุ่งเพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
4. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการลงทุนเงินตราภายในประเทศจากนักท่องเที่ยว

คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจัดทำโครงการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบยุทธศาสตร์ดังกล่าว เพื่อบูรณาการเป็นแผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณา และอนุมัติอีกครั้งหนึ่งเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) และเป็นภารกิจที่ครอบคลุมหลายหน่วยงาน (Inter-Ministry Agenda) มีความจำเป็นต้องบริหารจัดการเชิงบูรณาการกับหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชน ทั้งยังต้องขยายพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ขยายตลาดในระดับภูมิภาค (Intra Regional) และนอกภูมิภาค (Inter Regional) ผลักดันให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย” (Tourism Capital of Asia) และช่วงชิงการเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาในหลายๆ ด้าน เช่น Aviation Hub เป็นต้น

คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติจัดสรรงบประมาณรายจ่ายสนับสนุนเพิ่มเติม ให้การปฏิบัติราชการของจังหวัดต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยระบบการบริหารงานจัดจังหวัดแบบบูรณาการ มีผลให้กระทรวงต่างๆ ต้องปรับนโยบายและแผนการทำงานให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดด้วย

ยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การแข่งขัน (Competitiveness) การวิเคราะห์และกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ ปรับปรุงและจัดทำตำแหน่งของประเทศไทย (Repositioning) ในตลาดการท่องเที่ยวโลก เพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนากิจการการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทั้งนี้โดยเน้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพได้มาตรฐาน (Quality Destination) บนพื้นฐานการพัฒนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ทั้งนี้มีเป้าหมายสำคัญเพื่อวางรากฐานให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย” (Tourism Capital of Asia)

ยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวไทย ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

1. การกำหนดตำแหน่งยุทธศาสตร์ (Positioning)
2. การพัฒนาส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

3. การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว
4. การปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การกำหนดตำแหน่งยุทธศาสตร์ (Positioning) ของประเทศไทยว่าจากสภาพความเป็นจริงทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ ทรัพยากร การบริหาร และการบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย ควรจะอยู่ในสภาพอย่างไร และการเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวในภูมิภาค มีความพร้อมและเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด ทำอย่างไร จะเผยแพร่ BRAND ของประเทศไทยให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกรู้จักคุ้นเคย นอกจากนั้น เราควรจะปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์การตลาดท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของประเทศไทย ซึ่งจำเป็นต้องเน้นเป้าหมายที่มีคุณภาพ เน้นการทำตลาดแบบกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Target Market) และเน้นการทำตลาดที่ให้ผลตอบแทนสูงและคุ้มค่าการลงทุน

การพัฒนาส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์ให้เห็นภาพลักษณ์ของประเทศพร้อมทั้งสร้างพันธมิตรทางการท่องเที่ยว การสร้างกระแสนิยมให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศ โดยจัดกิจกรรมต่างๆ สนับสนุน อีกทั้งสร้างศักยภาพในการให้บริการด้านข้อมูลการท่องเที่ยว โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวไทย โดยมีการกำหนดกรอบแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน โดยการแบ่งกลุ่มสินค้าที่จะดำเนินการพัฒนาเป็น 5 กลุ่ม ในสินค้า 5 กลุ่มดังกล่าว รัฐบาลต้องบูรณะและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ยกกระดับมาตรฐานของสินค้าและบริการ เพิ่มมาตรฐานด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินอย่างเป็นระบบและเป็นเอกภาพ

การปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รัฐบาลมีความจำเป็นที่จะต้องขยายพื้นที่ท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กับการบริหารจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยสนับสนุนให้มีธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การกำหนดยุทธศาสตร์ดังกล่าวเพื่อที่จะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์แผนพัฒนาการท่องเที่ยว และโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อบรรลุเป้าหมายสำคัญเพื่อวางรากฐานให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย” (Tourism Capital of Asia)

การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การบริหารและการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาครัฐ ซึ่งต้องดำเนินการตั้งแต่กำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์แผนพัฒนาฯ แผนปฏิบัติการฯ และการประเมินผล เพื่อบรรลุและตอบสนองนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นผลสำเร็จของงานตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ระดับชาติ ส่วนใหญ่จะพบกับปัญหาและอุปสรรคในเชิงโครงสร้างที่ทับซ้อนกันทั้งด้านอำนาจหน้าที่ ตามกฎหมายของหน่วยงานและองค์กรต่างๆ ของ

ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวในทุกระดับอย่างบูรณาการ และเกิดความร่วมมือเพื่อยกระดับให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality Destination) ที่มุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ พร้อมกับมีการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รัฐบาลได้ประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เสนอนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อคณะรัฐมนตรี ดังนี้

- กำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อให้ นโยบายและแผนยุทธศาสตร์บรรลุผล
- ให้คำแนะนำเสนอแนะ และร่วมแก้ไขปัญหาคืออุปสรรคในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษแต่ละแห่ง

- ติดตามและประเมินผลการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษแต่ละแห่ง เสนอต่อคณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาอนุมัติหรือจัดสรรงบประมาณสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษ

- เสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติหรือจัดสรรงบประมาณสำหรับการบริหารและการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกาศกำหนดพื้นที่พิเศษด้วยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี และเสนอรัฐมนตรีตั้งคณะที่ปรึกษาในพื้นที่พิเศษดังกล่าว

ในการจัดทำนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องคำนึงถึงหลักการผังเมืองและสิ่งแวดล้อม โดยต้องจำแนกเขตการใช้ประโยชน์ที่ดิน การอนุรักษ์ฟื้นฟู และการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมในลักษณะสมดุล และสามารถสนับสนุนอุตสาหกรรมในครัวเรือนโดยใช้วัสดุท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน การพัฒนาโครงข่ายของโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว อันเป็นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างครบวงจร

ยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ประการ นำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเชื่อมโยงในกลุ่มจังหวัด (Intra-Cluster) ระหว่างกลุ่มจังหวัด (Inter-Cluster) ซึ่งรัฐบาล โดยคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้กำหนดกรอบร่างแนวทางวางแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการ สำหรับผู้ว่า CEO ซึ่งในส่วนของกรท่องเที่ยวมีลักษณะสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยได้แบ่งกลุ่มจังหวัดออกเป็น 9 กลุ่ม ใหญ่ๆ คือ

1. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน
2. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง
3. กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน
4. กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
5. กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก
6. กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

7. กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
8. กลุ่มจังหวัดภาคใต้
9. กลุ่มจังหวัดชายแดน

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) เป็นภารกิจที่ครอบคลุม หลายหน่วยงาน (Inter Ministry Agenda) ที่ต้องการการบริหารจัดการแบบบูรณาการที่อาศัย การมีส่วนร่วมของภาคีต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ ภาคท้องถิ่น ภาคประชาชน และชุมชน ดังนั้น การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระดับกลุ่มจังหวัด หรือจังหวัดต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

กรอบการวางแผนยุทธศาสตร์

กรอบการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการสำหรับผู้ว่า CEO ได้กำหนดไว้ 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นเตรียมการ โดยมีการจัดตั้งคณะทำงานเตรียมข้อมูล
2. ขั้นการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดถึงจุดอ่อนจุดแข็งปัจจัยภายใน ภายนอก โอกาส และอุปสรรค

อุปสรรค

3. ขั้นการจัดทำวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ เพื่อกำหนดทิศทางของจังหวัดและเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อะไร
4. ขั้นการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการพัฒนาจังหวัด โดยดูว่าจังหวัดมีศักยภาพทำสิ่งใดได้บ้าง เพื่อให้เกิดผล ไปสู่การปฏิบัติ
5. ขั้นการกำหนดแผนปฏิบัติการ โดยการกำหนดแผนงาน โครงการแบบบูรณาการ โดยมีเป้าหมายและผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน

การวางแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ต้องมุ่งเป้าไปที่การส่งเสริมและการสนับสนุนยุทธศาสตร์ชาติว่าทำอะไรให้ไทยเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย” (Tourism Capital of Asia)

2.4 แผนแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ และแหล่งที่มาของการจ้างงานที่สำคัญในประเทศต่างๆ ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกเกือบ 700 ล้านคน ขณะที่ในส่วนของภูมิภาคอาเซียนนั้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนโดยเฉลี่ย 44 ล้านคนต่อปี

ธรรมชาติของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญ

1. เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นในการผลิตบริการ ในอุตสาหกรรม



2. สินค้าทางการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย โดยมีทั้งสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่เป็นลักษณะเฉพาะของประเทศนั้นๆ ซึ่งได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวความธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม สินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีได้ขึ้นกับทรัพยากรที่อยู่คู่กับพื้นที่มาแต่ดั้งเดิม (Non Resource-Based Tourism) แต่เป็นกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น

3. สินค้าทางการท่องเที่ยวประเภทเดียวกันของแต่ละประเทศจะมีความสามารถในการทดแทนกันในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้หมายถึงผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง แต่ทดแทนกันได้ไม่สมบูรณ์ ส่งผลให้แต่ละประเทศมีอำนาจในการกำหนดราคาของสินค้าการท่องเที่ยวยุคของคนได้แตกต่างกัน ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง 3 ธุรกิจหลัก คือ

1. การจัดการเดินทางระหว่างประเทศ
2. ธุรกิจที่พัก
3. และธุรกิจนำเที่ยว

การบริหารจัดการและการพัฒนาเป็นความรับผิดชอบของภาครัฐ เช่น ในประเทศไทยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้รับผิดชอบหลัก หรือมาเลเซียฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ กระทรวงการท่องเที่ยว (Department of Tourism) เป็นผู้รับผิดชอบหลัก เป็นต้น โดยภาครัฐทำหน้าที่เพียงกำกับดูแลเท่านั้น

ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในอาเซียนและประเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียนนั้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเฉลี่ยประมาณ 44 ล้านคน ต่อปี โดยมาเลเซียเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนมากที่สุด คือ กว่า 10 ล้านคนต่อปี รองลงมาได้แก่ไทย ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนกว่า 10 ล้านคนต่อปี และสิงคโปร์ตามลำดับ ขณะที่ในส่วนของประเทศในกลุ่มอินโดจีนนั้น เนื่องจากการคมนาคมขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก จึงยังคงมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนน้อย อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของประเทศเหล่านี้ก็มีแนวโน้มการขยายตัวที่น่าจับตามอง

รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นนั้นมักเป็นการเดินทางท่องเที่ยวของคนจากภูมิภาคอาเซียนด้วยกันถึงร้อยละ 46.10 นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ร้อยละ 18 และนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ร้อยละ 11.70 ซึ่งลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกันนี้ ตามการสำรวจขององค์การการค้าโลก ถือเป็นแนวโน้มปกติของพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นทั่วโลก ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงจากการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกันมากกว่าเดินทางท่องเที่ยวระหว่าง ภูมิภาค

สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอาเซียนจำแนกตามภูมิภาค

ที่มา: องค์การการท่องเที่ยวโลก

นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นที่มาเยือนประเทศในอาเซียนพบว่าเป็นนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น

วันที่..... 1 พ.ค. 2552.....
เลขทะเบียน..... 011494.....

ณ พะ

915, 9304

๑ 913 ๖

ม.ก.ร. ๕๕๓๓๖

และเกาหลีใต้ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแต่ละประเทศในอาเซียน โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่ติดอันดับ 1 ใน 5 ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนของแต่ละประเทศในอาเซียน ส่งผลให้ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ขาดดุลการค้าภาคบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้

เมื่อพิจารณาถึงความได้เปรียบในแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของทั้ง 13 ประเทศ พบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเทียบกับกลุ่ม 13 ประเทศ โดยใช้ดัชนีความสามารถในการแข่งขันโดยรวม

กลุ่มประเทศในกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวสูง แต่มีขนาดเล็ก เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม ต่างให้ความสำคัญในการขยายศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตน โดยเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง และมาตรฐานการให้บริการอื่นๆ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

1. ความสามารถในการแข่งขันของไทยอยู่ที่ด้านราคา เทคโนโลยี และการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเป็นหลัก มีสินค้าการท่องเที่ยวที่หลากหลาย พร้อมทั้งรัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่มาจากมาเลเซีย ญี่ปุ่น และเกาหลี

3. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังไทยมีวัตถุประสงค์เดินทางส่วนตัว

4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีมูลค่าเป็นมูลค่ากว่า 9,442 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ

5.2 ของ GDP ของประเทศ

- อยู่ในอันดับ 30 ของโลก ในด้านขนาดตลาดและอยู่ในอันดับที่ 73 ด้านมูลค่าการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ (จากทั้งหมด 174 ประเทศ)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียน ประกอบด้วยสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่ โดยในส่วนของประเทศอินโดจีน สินค้าทางการท่องเที่ยวจะเป็นศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งแม้ว่าประเทศเหล่านี้จะยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนไม่มากในปัจจุบัน เนื่องจากการขาดแคลนสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แต่หากพิจารณาในแง่ของการแข่งขัน ประเทศเหล่านี้ก็ถือเป็นคู่แข่งที่มีศักยภาพรายใหม่ๆ ที่น่าจับตามอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของประเทศจีนที่เศรษฐกิจอยู่ในช่วงขยายตัว ทำให้ประชากรมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งส่งผลเกี่ยวเนื่องถึงความต้องการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยให้เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย

จุดแข็ง

1. ไทยมีสินค้าการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งธรรมชาติ และวัฒนธรรม

2. ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน
3. เป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
4. มีบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่ทักษะและความสามารถสูง

จุดอ่อน

1. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของไทยยังไม่คำนึงถึงคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในระยะยาวเท่าที่ควร
2. การบังคับใช้กฎหมายในอุตสาหกรรมยังไม่จริงจัง ถึงแม้ว่าจะได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 แล้ว
3. การแข่งขันด้านราคาในประเทศมีสูง ทำให้เกิดการตัดราคากัน และลดต้นทุนในการดำเนินการของผู้ประกอบการ ส่งผลถึงคุณภาพในการบริการที่อยู่ในระดับต่ำกว่ามาตรฐาน

โอกาส

1. แนวโน้มของการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวในภูมิภาคเป็นหลัก หากเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยว จะทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
2. นักลงทุนไทยสามารถเข้าไปลงทุนในประเทศที่มีศักยภาพได้มากขึ้น ธุรกิจด้านการโรงแรม การท่องเที่ยว และสปา

อุปสรรค

1. นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น
2. ประเทศเพื่อนบ้านมีการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้น

3. คุณภาพของนักท่องเที่ยวที่จะลดลง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญ ในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้วยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง อาทิ โรงแรม และที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น รวมทั้งสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปแบบเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท และนอกจากนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรม โดยมีสัดส่วนร้อยละ 4.8 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในปี 2544-2546 เท่ากับ 10.06 ล้านคน, 10.80 ล้านคน และ 9.95 ล้านคน ตามลำดับ และในปี 2546 มีรายได้จากการใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวรวมประมาณ 297,000 ล้านบาท หรือลดลงจากปี 2545 ร้อยละ 8.2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลงในปี 2546 เนื่องจากสถานการณ์สงครามระหว่างสหรัฐฯ - อิรัก ในช่วงไตรมาสแรกของปี รวมทั้งการแพร่ระบาดของโรค

ทางเดินหายใจเฉียบพลัน (SARS) ในภูมิภาคเอเชียในช่วงกลางปี ซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทยเป็นอย่างมาก ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมากที่สุดถึงร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการคาดการณ์ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในปี 2549 จะมีแนวโน้มเติบโตขึ้น โดยวางเป้าหมายรายได้รวมทั้งหมดยกกว่า 7.4 แสนล้านบาท โดยคาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยประมาณ 12 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นจากปี 2548 ประมาณร้อยละ 20.60 และมีรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวประมาณ 380,000 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.94 จากปี 2548 ส่วนแนวโน้มการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย คาดว่าจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยคาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 67.12 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4.78 จากปี 2549 คิดเป็นรายได้จากการใช้จ่ายประมาณ 362,500 ล้านบาท

จากสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของไทย รวมทั้งการส่งเสริมในโครงการต่างๆ ของภาครัฐเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจไทย ด้านการท่องเที่ยวไทยปรับตัวดีขึ้นนั้น ถือได้ว่าเป็นนิมิตหมายที่ดีสำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจทัวร์ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปาหรือนวดแผนโบราณ และธุรกิจการค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง โดยเฉพาะสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ มีโอกาสเติบโตมากขึ้น

ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงควรใช้ปัจจัยเกื้อหนุนดังกล่าวข้างต้นในการปรับตัวเพื่อสร้างเสริมโอกาสทางธุรกิจและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก โดยเริ่มจากการปรับลดขนาดโครงสร้างขององค์กร มีการกระจายอำนาจและการตัดสินใจ และลดสายการบังคับบัญชาให้เป็นแนวราบมากกว่าแนวดิ่ง ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการต้องไม่ละเลยในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความสามารถและสามารถแสดงออกซึ่งศักยภาพในการปฏิบัติงาน ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ ระบบคอมพิวเตอร์ และ Software ที่จะช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานและการให้บริการแก่ลูกค้าได้สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการนำเอาการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) มาช่วยในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้องค์กรมีสารสนเทศด้านสถานการณ์แนวโน้ม คู่แข่ง ตลอดจนความต้องการของลูกค้าและอื่นๆ ที่ถูกต้องและทันสมัย การปรับตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการเพื่อให้ธุรกิจนำสารสนเทศดังกล่าวไปใช้ประกอบและเสนอสินค้าที่สามารถสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า อันจะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ

การท่องเที่ยวเป็นเส้นทางลัดไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ประเทศที่กำลังพัฒนา หลายประเทศรวมทั้งประเทศสังคมนิยมที่เริ่มเปิดประเทศ เช่น ในอินโดจีนและยุโรปตะวันออก ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นภาคบุกเบิกที่จะนำผลประโยชน์มาสู่ระบบเศรษฐกิจด้วยการลงทุนที่ไม่สูงนัก โดยหวังว่าการท่องเที่ยวจะดึงดูดเงินตราต่างประเทศทำให้คนในท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้

ประเทศไทยก็อาศัยการท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ ประเทศไทยประสบความสำเร็จทางการตลาดอย่างงดงาม จนเป็นที่รู้จักในฐานะ “สยามเมืองยิ้ม” และกลายเป็นสถานพักผ่อนที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก

ในขณะเดียวกันก็มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ต่างๆ เช่น เราพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมุ่งแต่การเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวมากกว่าคุณภาพ การใช้ธรรมชาติและวัฒนธรรมเป็นจุดขาย นักท่องเที่ยวก็เริ่มถูกต่อต้านอย่างรุนแรง ผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวมิได้กระจายไปอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่กับขนาดเล็ก คนในท้องถิ่นไม่ได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์จากการส่งเสริมการท่องเที่ยว และบางครั้งกลับต้องเป็นฝ่ายรับภาระผลเสียจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย

การที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงเช่นนี้ จึงทำให้ประเทศไทยได้รับการขนานนามว่าเป็นสเปนแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ถ้าเราลองจินตนาการถึงสภาพการจราจรในกรุงเทพฯ ที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนถึง 40 ล้านคนแล้ว ก็คงเห็นได้ชัดว่าเป็นไปไม่ได้ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงสภาพเทคโนโลยีและขีดความสามารถในการรองรับบริการทางด้านสื่อสาร โทรคมนาคม และการเดินทาง ในปัจจุบันจะเห็นเช่นเดียวกันว่าเป้าหมายการเป็นสเปนแห่งตะวันออกเฉียงใต้อีกห่างไกล แต่ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะไม่สามารถเป็นสเปนแห่งตะวันออก ประเทศไทยก็สามารถเป็นจุดท่องเที่ยวที่นิยมสูงสุดในภูมิภาคนี้ได้ ในปี 2533-2534 INTRAMAR ได้สัมภาษณ์บริษัทนำเที่ยว 1,450 บริษัท ใน 40 เมืองใหญ่ใน 26 ประเทศทั่วโลก พบว่าประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับหนึ่งในประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความอบอุ่นและมีมิตรภาพต่อนักท่องเที่ยว ที่พักราคาย่อมเยาและชีวิตราตรีน่าสนใจ ประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่สี่ในประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่มีอาหารดี และเป็นแหล่งมีชื่อเสียงรองจากฝรั่งเศส อิตาลี และฮ่องกง ถึงแม้ประเทศไทยจะไม่ติดอันดับในเรื่องทิวทัศน์สวยงามในกลุ่ม 14 ประเทศในเอเชียแปซิฟิก แต่เมื่อรวมจุดสนใจและคุณภาพบริการทุกประเภทแล้ว (Overall Appeal) ประเทศไทยก็จัดอยู่ในอันดับสองรองจากออสเตรเลีย แต่ที่ร้ายที่สุดคือ ประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับสองรองจากอินเดียในด้านความไร้อนามัยและมลพิษที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

สำหรับประเทศไทยก็จะได้ประโยชน์จากการเปิดประเทศของกลุ่มอินโดจีน เพราะจะเป็นประตูสู่อินโดจีน ถึงแม้ว่าภาพการท่องเที่ยวในอนาคตของไทยจะสดใส ก็มีได้หมายความว่า จะไม่มีคู่แข่ง ในทางตรงกันข้าม การแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน จะเป็นไปอย่างรุนแรง หลังจากของไทยประสบความสำเร็จในปีการท่องเที่ยวไทยในปี 2530 ประเทศมาเลเซียก็รณรงค์ให้ปี 2533 เป็นปีการท่องเที่ยวมาเลเซียและอินโดนีเซียก็ประกาศให้ปี 2534 เป็นปีการท่องเที่ยวอินโดนีเซีย โดยปรับนโยบายทั้งในระดับมหภาคและระดับอุตสาหกรรม เพื่อลดต้นทุนและเปิดให้มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น รวมทั้งขจัดความล่าช้าต่างๆ ของระเบียบพิธีการเข้าเมือง ประเทศสิงคโปร์ก็ได้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้งบประมาณ 1 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ ในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว

ประเทศไทยจะยังคงได้เปรียบกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน เนื่องจากมีความสามารถในการรองรับด้านที่พักมากกว่า สิงคโปร์เริ่มประสบปัญหาต้นทุนสูง โดยเฉพาะค่าแรงงาน อินโดนีเซียก็จะมีปัญหาในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เพราะต้นทุนสูงและขาดประสิทธิภาพเชิงสากลในการนำเสนอ

สินค้าท่องเที่ยว ส่วนมาเลเซียก็จะมีปัญหาห้องพักไม่เพียงพอ ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ดังนั้นหากประเทศไทยมีระบบการจัดการที่ดี รวมทั้งการบริหารทางการเมือง การปกครอง ประเทศไทยจะยังคงความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสูงสุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2.5 วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย

วิสัยทัศน์ คือ

- การมองไปข้างหน้า
- ความปรารถนาที่ต้องการจะบรรลุในอนาคต
- เครื่องชี้นำทางจากปัจจุบันไปสู่อนาคต
- พลังแห่งการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา

วิสัยทัศน์มาจาก

- ข้อมูลข่าวสาร
- องค์ความรู้
- ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (นอกกรอบ)
- ความคาดหวังของผู้นำ
- แรงผลักดันในองค์กร
- การผสมผสาน

วิสัยทัศน์ที่ดีมีองค์ประกอบ

- มุ่งผลเลิศ
- ทำทหายความรู้ความสามารถ
- เป็นไปได้
- กำหนดระยะเวลาบรรลุผลที่ชัดเจน
- สร้างแรงกระตุ้นร่วมกัน

จำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์

- ปัจจัยต่างๆ ไม่หยุดนิ่ง เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
- การปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงอย่างเฉียวไม่เพียงพอ
- การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งจำเป็น
- การมองไปข้างหน้าจะทำให้เกิดการพัฒนา

- การคิดใหม่เท่านั้นที่จะทำให้อยู่รอด
- วิสัยทัศน์เป็นกุศโลบายแห่งการพัฒนา

คุณลักษณะที่ดีของวิสัยทัศน์มี 6 ประการ ได้แก่

1. Imaginable หรือภาพฝันในอนาคต
2. Desirable หรือมีความดึงดูดและน่าสนใจสำหรับบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น

ลูกค้า พนักงาน

3. Feasible หรือมีโอกาสของความเป็นไปได้
4. Focused หรือมีความชัดเจนเพียงพอที่จะเป็นรากฐาน สำหรับการตัดสินใจที่สำคัญขององค์กร
5. Flexible หรือกว้างเพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และ
6. Communicable หรือสามารถที่จะสื่อสารได้อย่างง่ายและชัดเจน

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย มุ่งพัฒนาและส่งเสริมให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยก้าวสู่มาตรฐานคุณภาพ (Quality) เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainability) สามารถแข่งขันในตลาดโลก (Competitiveness) อันจะนำไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia เพื่อการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศโดย
 - เพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว
 - เร่งอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว
2. กระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศและกระจายรายได้สู่ภูมิภาค และสร้างเป้าหมายทางการตลาด ดังนี้

- ตลาดต่างประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยว	13.8 ล้านคน
- ตลาดในประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยว	79.33 ล้านคน-ครั้ง
- สร้างรายได้นักท่องเที่ยวต่างประเทศ	486,300 ล้านบาท
- สร้างรายได้นักท่องเที่ยวในประเทศ	378,000 ล้านบาท

โดยมียุทธวิธีคือการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองไทยของคนในประเทศ มีการดึงภาคเอกชนเข้ามาร่วมในรายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

3. จะมุ่งเน้นในเรื่องของนักท่องเที่ยวคุณภาพ
4. สร้างให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย โดยการดำเนินการสำคัญ ได้แก่ การจัดทำข้อตกลงและความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศต่างๆ และการดำเนินกิจกรรมความร่วมมือกับประเทศต่างๆ ทั้งในกรอบทวิภาคีและพหุภาคี
5. กรอบความร่วมมือทั้งทวิภาคีและพหุภาคีดำเนินไปเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างรายได้สูง

ในขณะเดียวกันก็เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมและเคารพในขนบธรรมเนียมประเพณี

2.6 แนวคิดพัฒนากิจกรรมและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

กิจกรรมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะเน้นใน 4 วัตถุประสงค์หลัก คือ

1. เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ
2. เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับภาครัฐและภาคเอกชน
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศพันธมิตร
4. ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย โดยกำหนดเป้าหมายสำหรับปี 2549 สำหรับตลาดต่างประเทศว่าจะมีนักท่องเที่ยว 11 ล้านคน และจะสร้างรายได้ให้กับประเทศประมาณ 340,000 ล้านบาท ในขณะที่ตลาดภายในประเทศ คาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยว 67.12 ล้านคน จะสร้างรายได้ให้กับประเทศประมาณ 362,500 ล้านบาท
5. พัฒนาให้ไทยเป็น Tourism Capital of Asia
6. นำเสนอประเทศไทยในมุมมองใหม่ในด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ อาหาร รวมทั้งสินค้าเฉพาะกลุ่ม
7. เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวเยาวชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพยายามรณรงค์ให้ประชาชนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยจะจัด โครงการต่างๆ เพื่อจูงใจอาทิ การจัดประกวดแหล่งท่องเที่ยว โดยให้เงินงบประมาณแก่จังหวัดต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาและรักษาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง
8. ททท. ผลักดันการส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศพันธมิตร อาทิ ในกรณีของจีนและญี่ปุ่น ซึ่ง ได้มีการลงนามใน MOU สองฝ่ายที่จะร่วมกันทำ Marketing ซึ่ง ออท. ของทั้ง 2 ประเทศ มีบทบาทอย่างสำคัญในการร่วมผลักดันเรื่องดังกล่าว
9. การท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ใช้วิธีการนำแหล่งท่องเที่ยวไปดึงนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในประเทศไทย แต่แนวใหม่ซึ่งเป็นแนวของการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชั้นดี จึงเกิดเป็นโครงการ Thailand Privilege Card ขึ้น โดยการจำหน่ายบัตร Thailand Elite จำนวน 1 ล้านใบให้กับชาวต่างชาติโดยมีค่าสมาชิก 1 ล้านบาท โดยจะให้บริการและสิทธิพิเศษต่างๆ แก่ผู้ถือบัตรตลอดชีพ อาทิ สิทธิที่จะได้รับการตรวจลงตรา Multiple Visa เป็นเวลา 5 ปี การได้รับบริการต่างๆ ผ่าน Call Service Center ตลอด 24 ชั่วโมงและมีหลายภาษา
10. บริการรับ-ส่ง สิทธิประโยชน์ในการตรวจสอบสุขภาพ การใช้สนามกอล์ฟเป็นต้น และสามารถถ่ายโอนสมาชิกภาพได้แต่ต้องเสียค่าธรรมเนียม สำหรับในระยะแรกได้ตั้งเป้า ขายสมาชิก 1 แสนใบ

11. การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวของไทยและส่งเสริมการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะเส้นทางมรดกโลก

12. ให้สอท./สทอ. ในต่างประเทศส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้ Theme “Amazing Thailand” เป็นกรอบใหญ่ ส่วน Theme อื่นๆ อาทิ Unseen Thailand ที่ได้รับการส่งเสริมในปัจจุบันถือเป็นกรอบเล็ก

13. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะการเชื่อมโยงในกรอบอาเซียน และ GMS มีการดำเนินการร่วมกันระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการ โดยในการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน

14. สนับสนุนประเทศกำลังพัฒนาให้ร่วมมือกัน

15. สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้ว รัฐบาลประสงค์จะส่งเสริมธุรกิจ Long Stay อาทิ สแกนดิเนเวีย ซึ่งมีศักยภาพมาก หากสามารถร่วมมือกัน ได้ก็จะเป็นตลาดใหญ่ที่สำคัญของไทย

16. สนับสนุนการจัดตั้ง Tourism Council ในกรอบต่างๆ อาทิ สามเหลี่ยมมรกต และ ACD เพื่อให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับประเทศต่างๆ ให้มากที่สุด

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์การท่องเที่ยว ที่มุ่งให้การท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล (World Class) ทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการสินค้า การรักษาสีงแวดล้อมอย่างสมบูรณ์ รวมทั้งก่อให้เกิดผลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยตรงต่อประเทศชาติ โดยกำหนดประเด็นในการศึกษาตาม ลักษณะการท่องเที่ยวไว้เป็น 5 กลุ่ม ใน 6 พื้นที่ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์
2. การท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ผ้า
3. การท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
4. การท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรม
5. การท่องเที่ยวด้านพื้นที่เฉพาะ

2.7 กลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญรุดหน้าไปเป็นอันมาก จนกลายเป็นกิจกรรมหนึ่งที่น่ารายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมหาศาล ดังนั้น เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ จนทำให้ธุรกิจต่างๆ ต้องประสบปัญหา จึงยังเป็นที่ยอมรับกันอยู่ว่าการท่องเที่ยวน่าจะเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยให้ประเทศกลับสู่สภาพปกติเช่นเดิมได้ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมบริการ การสร้างความประทับใจในการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะ โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ ซ้ำอีก หรืออาจชักชวนให้ผู้ที่ยังไม่เคยมาเยือนตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว บุคลากรที่ปฏิบัติงานในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นผู้ที่สัมพันธ์ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวและมีบทบาทสำคัญ

ต่อการให้บริการ การสร้างบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลอดจนการพัฒนาทักษะและยกระดับมาตรฐานการบริการให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งส่งเสริมและพัฒนาองค์ประกอบต่างๆ ของการท่องเที่ยวให้มีความพร้อม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อภารกิจในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศดังกล่าวข้างต้น

ในการนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง และได้ให้ความสำคัญต่อการกิจดังกล่าวมาโดยตลอด โดยเฉพาะการพัฒนาบุคลากร ซึ่งถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญ ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาให้เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพของประเทศอย่างดียิ่ง ขณะเดียวกันก็จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศในระยะยาวสืบไปด้วย การพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ อาทิเช่น ในด้านการบริการการดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว จึงถือเป็นภารกิจหนึ่งที่ต้องดำเนินการ โดยเร่งด่วน โดยจะเห็นได้ว่าในนโยบายหรือแผนงานต่างๆ ได้มีการวางแผนการดำเนินงานในเรื่องของการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วยแทบทั้งสิ้น

นโยบายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. เสริมกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด
2. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง กว้างขวางยิ่งขึ้น

ภารกิจเพื่อดำเนินการตามนโยบายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จัดให้มีการฝึกอบรมกำลังคนในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งที่จัดโดยหน่วยงานของ ททท. และการจัดร่วมกับสถาบันการศึกษาอื่นๆ นอกจากนี้ ยังรวมถึงกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งเป็นบทบาทของ ททท. ต่อการท่องเที่ยวไทย โดยมีแผนการพัฒนาบุคลากรรวมอยู่ด้วย

กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว

ททท. ได้ดำเนินการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยการสำรวจ ศึกษา วางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติ โดยเฉพาะในเรื่องปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ทางด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนให้ท้องถิ่นต่างๆ อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลอดจนประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม เพื่อนำมาใช้เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งเสริมและสนับสนุนให้ท้องถิ่นต่างๆ ผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายเงินซื้อเป็นสินค้าที่ระลึก ด้านความปลอดภัย ได้จัดตั้งตำรวจท่องเที่ยวดูแลให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งได้ตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในเรื่องต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการ

การพัฒนาวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว ททท. ได้ดำเนินการพัฒนาฝึกอบรมมัคคุเทศก์ แรงงานในธุรกิจ โรงแรมและภัตตาคารร้านอาหาร เพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพและจำนวนเพียงพอที่จะรองรับความเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย

กลยุทธ์การบริหารแผนแม่บท

- ให้พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมการศึกษาและวิจัยให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ และเกิดความคิดริเริ่มใหม่ๆ

มีนวัตกรรม (Innovation)

- ด้านการบริหารและการบริการท่องเที่ยว ตลอดจนปลูกจิตสำนึกของบุคลากรท่องเที่ยวให้มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวมและมีความภาคภูมิใจในที่ได้บริการคนไทยด้วยกัน

กลยุทธ์ฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวของไทย

- ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้เกี่ยวกับภูมิสถาปัตยกรรม การวางแผน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดความกลมกลืนกับภูมิทัศน์และศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น

กลยุทธ์การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

- ฝึกอบรมและกวดขันให้มัคคุเทศก์มีความรู้อย่างถ่องแท้ ขยายการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เยาวชนในระดับจังหวัด

กลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้มีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล

- พัฒนาบุคลากรทุกระดับและสร้างจิตสำนึกที่ดีให้ความภูมิใจในการบริการนักท่องเที่ยวไทย
- การอบรมอาสาสมัครนำเที่ยว จึงเป็นวิธีหนึ่งที่เป็นการส่งเสริมให้บุคลากร มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เกิดความรักและหวงแหนในศิลปวัฒนธรรมของชาติ ตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของทรัพยากร การท่องเที่ยว อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งสามารถแนะนำเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวในเบื้องต้นได้อย่างถูกต้อง

- ททท. ได้ดำเนินการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยการสำรวจศึกษา วางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ยึดถือปฏิบัติ โดยเฉพาะในเรื่องปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ทางด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนให้ท้องถิ่นต่างๆ อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลอดจนประเพณี วัฒนธรรมอันดีงาม เพื่อนำมาใช้เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว

- ส่งเสริม และสนับสนุนให้ ท้องถิ่นต่างๆ ผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายเงินซื้อเป็นสินค้าที่ระลึก

- ด้านความปลอดภัยก็ได้จัดตั้งตำรวจท่องเที่ยวดูแลให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

- ตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในเรื่องต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการ

- การพัฒนาวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว ททท. ได้ดำเนินการพัฒนา ฝึกอบรมอาชีพ มัคคุเทศก์ แรงงานในธุรกิจ โรงแรมและภัตตาคารร้านอาหาร เพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพและจำนวนเพียงพอที่จะรองรับความเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย

บทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงแผนฯ 10

1. ประสานงานการสร้างพื้นที่สีเขียวการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีความยั่งยืน

2. รักษาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

3. ประสานงานการจัดหาโครงสร้างและสาธารณูปโภคพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว

4. ปรับกิจกรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้เป็นภาระน้อยที่สุดแก่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนที่เกี่ยวข้อง

5. พัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับภารกิจที่เพิ่มขึ้น ส่งเสริมนวัตกรรมด้านการบริการท่องเที่ยวและการบริหารแหล่งท่องเที่ยวให้เข้าสู่มาตรฐานสากล

เพื่อให้การพัฒนาจังหวัดปทุมธานีบรรลุวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์ดังกล่าว จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาจังหวัดไว้ 14 ยุทธศาสตร์ คือ

1. ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาความยากจน โดยมีกลยุทธ์และแนวทาง/มาตรการ

2. พัฒนาศักยภาพของผู้ด้อยโอกาส ผู้ว่างงานและผู้ยากจนให้สามารถช่วยเหลือตนเอง โดยสนับสนุนให้ประกอบอาชีพ ความรู้ความสามารถและแรงงาน ได้รับค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำตามกฎหมายกำหนด

3. ส่งเสริมการทำงานแบบพหุภาคี

4. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาของชุมชน

5. ส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้

6. ส่งเสริมยกระดับการบริหารจัดการด้านการผลิต การตลาดและเงินทุน

7. ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพหลัก และอาชีพเสริม

8. พัฒนาคอนิเมชันจิตสำนึก ค่านิยมสร้างสรรค์ ทัศนคติที่ดีต่อการประกอบอาชีพ และมีวัฒนธรรม

ต่อการทำงาน

9. จัดระบบการติดตามประเมินผลทั้งภายในและภายนอก

10. เสริมสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่มุ่งสัมฤทธิ์

11. พัฒนาองค์กรเครือข่ายทางวัฒนธรรม

12. เร่งรัดพัฒนาการจัดบริการทางวัฒนธรรม

13. พัฒนาการเรียนรู้โดยใช้วิถีทางวัฒนธรรม

14. พัฒนาสื่อและสื่อสารมวลชนในการถ่ายทอดวัฒนธรรม

15. เสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรประชาชน

16. การสร้างสวัสดิการทางสังคม
17. พัฒนาระบบบริหารจัดการ
18. พัฒนาคุณภาพบริการ
19. พัฒนาคุณภาพบริการภายใต้งบประมาณจำกัด (เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย)
20. การพัฒนาบุคลากร
21. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)
22. การสร้างความเข้มแข็งตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
23. พัฒนาการผลิตตามรูปแบบเกษตรยั่งยืน
24. พัฒนาการผลิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
25. สร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจชุมชน
26. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
27. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการผลิต
28. ปรับปรุงควบคุมคุณภาพและรับรองคุณภาพสินค้า
29. พัฒนาดลาดและส่งเสริมประสิทธิภาพกลไกตลาด
30. การรักษาเสถียรภาพสินค้าเกษตร
31. การพัฒนาองค์กรและเกษตรกร
32. เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้และมีส่วนร่วม
33. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
34. กลยุทธ์การให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก
35. กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น
36. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยว
37. กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ
38. จัดระบบและสร้างกลไกการกระจายอำนาจการบริหารสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพ
39. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
40. พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพและพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของพลเมืองให้เหมาะสมสอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงพฤติกรรมการผลิต และการบริโภคที่ไม่ทำลายสมดุลของระบบนิเวศ
41. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

42. ให้มีการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยปรับรูปแบบการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมหลักพื้นที่หน้าที่การมีส่วนร่วม รวมทั้งการจัดสรรงบประมาณจากการขีดหน่วยงานหลักมาเป็นเป็นการขีดพื้นที่

43. ฟื้นฟูและบูรณะทรัพยากรธรรมชาติโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างบูรณาการในเชิงระบบนิเวศ

44. เสริมสร้างประสิทธิภาพในการประสานการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศสิ่งแวดล้อม จัดให้มีระบบเครือข่ายข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

45. เสริมสร้างจิตสำนึกให้กับประชาชนในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

46. สร้างเสริมให้ประชาชนมีความรัก ห่วงเห่นทรัพยากรธรรมชาติ ปลูกจิตสำนึกในการดูแลสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

47. ส่งเสริมและการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

48. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างต่อเนื่องแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

49. ควบคุมให้สถานประกอบการดำเนินกิจการอย่างมีคุณภาพและเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยวและประชาชน

50. เสริมสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการบริหารจัดการที่ดีของภาครัฐและท้องถิ่น

2.8 การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

วิสัยทัศน์

1. จังหวัดปทุมธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

พันธกิจ

1. สร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ ฟื้นฟู หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน
2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวให้แก่ทุกภาคส่วน
3. พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้เป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน
4. พัฒนาระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
5. สร้างความมั่นใจ อำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
6. พัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การขจัดความยากจนระดับชุมชนด้วยการท่องเที่ยว
2. การปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้สมดุลและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
3. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยว

เป้าประสงค์

1. ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว
2. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องระหว่างส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น
3. พัฒนามาตรฐานในการบริการ (40%) ความปลอดภัย (20%) และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (40%)
4. พัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อภารกิจทั้ง 3 ด้าน
5. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนและสมดุลกับสภาพแวดล้อม

กลยุทธ์

1. พัฒนาขีดความสามารถของชุมชน และองค์กรปกครองท้องถิ่นให้สามารถพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างรายได้

2. สร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ฟื้นฟู หรือ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนมีคุณภาพ และได้มาตรฐาน

สากล

3. พัฒนาระดับมาตรฐาน การให้บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

4. ผลักดันความร่วมมือทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

6. สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการบริหารวิกฤติ อำนาจความสะดวกและให้ความ

ปลอดภัย

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

1. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

วัดไผ่ล้อม เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งเดียวในจังหวัดปทุมธานีที่จัดได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านจิ้ว อำเภอสสามโคก ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ได้ประกาศเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าเมื่อปี พ.ศ.2521 และในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมิถุนายนจะมีนกปากห่างอพยพถิ่นมาจากไซบีเรียมาอาศัยอยู่ที่วัดเป็นจำนวนมาก แต่ปัจจุบันถึงคราวที่ต้องอพยพกลับถิ่นเดิม นกเหล่านี้ส่วนหนึ่งไม่ยอมกลับ ทางวัดได้จัดให้มีหอดูนกเพื่อคูนกที่มาทำรังและเกาะอยู่ตามยอดไม้

2. สถานที่ท่องเที่ยวแบบศิลปกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณคดี

2.1 ศาลหลักเมือง เป็นที่เคารพสักการะของชาวจังหวัดปทุมธานี ตั้งอยู่บริเวณทางเข้าศาลากลางจังหวัด เป็นศาลาแบบจตุรมุขด้านหน้าเป็นมณฑปประดิษฐานเสาหลักเมืองลักษณะคล้ายกันคอกบัวหลวงทำจากไม้ชัยพฤกษ์

2.2 ศาลากลางจังหวัดปทุมธานี (หลังเก่า) ตั้งอยู่ริมฝั่งขวาด้านตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นเรือนไทยโบราณปั้นหยาขนาดใหญ่ชั้นเดียว สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 มีการตกแต่งลวดลายที่สวยงาม ซึ่งทางกรมศิลปากรได้ขึ้นทะเบียนโบราณสถานแห่งชาติ

2.3 อนุสรณ์สถานแห่งชาติ ตั้งอยู่ในเขตอำเภอลำลูกกา เป็นสถานที่บรรจุดินสมรภูมิตามรบที่สำคัญของชาติและบรรจุอัฐิสุริยธาตุของวีระชนไทย ณ บริเวณสามแยกคอนเมือง ช่วงถนนวิภาวดีรังสิต เพื่อเป็นการเตือนใจผู้ได้พบเห็นให้น้อมรำลึกการพลีชีพเพื่อชาติทั้งในอดีตและปัจจุบันจนถึงอนาคตที่บรรพบุรุษของเราได้ใช้สติ ปัญญา ความสามารถ เข้าปกป้องผืนพสุธาตุมิแห่งนี้ไว้ด้วยเลือดเนื้อและชีวิต

2.4 องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.) ตั้งอยู่ที่ตำบลคลองหก อำเภอกองหลวง บริเวณเทคโนโลยีธานี สร้างขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ในวโรกาสที่ทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ อาคารออกแบบเป็นรูปลูกเต๋า ภายในจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ ทางวิทยาศาสตร์

2.5 หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ (หอจักรศิลป์) พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ตั้งอยู่ที่ตำบลคลองห้า อำเภอกองหลวง เป็นหอจดหมายเหตุแห่งชาติที่สมบูรณ์แบบที่สุด เป็นที่รวบรวมเก็บรักษา จัดแสดง ให้บริการข้อมูลและอนุรักษ์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพระราชประวัติและพระราชกรณียกิจในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ตลอดจนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในรัชสมัยแห่งการครองราชย์ของพระองค์

2.6 พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติฯ ตั้งอยู่ที่ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอกองหลวง ตรงข้ามนิคมอุตสาหกรรมนวนคร ประกอบด้วย กลุ่มอาคารที่เป็นพิพิธภัณฑ์จำนวน 9 อาคาร มีอาคารหลักเชื่อม โยงต่อกับอาคารบริวาร จัดแสดงกิจกรรมที่ควบคุมเนื้อหาทางการเกษตรทุกด้าน นอกจากนี้พิพิธภัณฑ์ฯ ยังเป็นศูนย์ฝึกอบรม ศูนย์ประชุมสัมมนาด้านวิชาการเกษตร และยังเป็นแหล่งศึกษาทางด้านโครงการพระราชดำริ การเกษตร การประมง การปศุสัตว์ ป่าไม้ ป่าชายเลน และการพัฒนาที่ดิน

2.7 วัดโบสถ์ ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านกลาง ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา สร้างเมื่อ พ.ศ. 2164 มี พระแสงอาญาสิทธิ์ของเก่าแก่จากรามัญ อายุถึง 150 ปี ช่างสี่เหลี่ยมใช้ติดตั้งประดับหัวเสา

2.8 พระทรงเครื่องอยู่ใน โบสถ์ของวัด และรูปหล่อสุนัข “ข่าเหล” หล่อด้วยตะกั่ว ซึ่งเจ้าอาวาสได้รับพระราชทานมาจากรัชกาลที่ 6

2.9 วัดศาลาแดงเหนือ ตั้งอยู่ที่หมู่ 2 ตำบลเชียงรากน้อย อยู่ริมฝั่งตะวันออก มีสิ่งที่น่าสนใจคือ ธรรมาสน์เก่าหรือธรรมาสน์ยอดนางชี ลายจำหลักไม้ ศาลาการเปรียญ หมู่กุฏิ หอไตร และเครื่องกรอน้ำสมัยโบราณที่หาชมได้ยาก ที่วัดนี้มีการสวดมนต์ด้วยภาษามอญทุกวัน เวลา 15.00 น.

2.10 วัดเจดีย์ทอง ตั้งอยู่ที่ ตำบลคลองควาย อำเภอสามโคก ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ภายในวัดมีเจดีย์ทรงรามัญ อายุประมาณ 160 ปี ภายในอุโบสถเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป ซึ่งสร้างด้วยหยกขาวปางมารวิชัยเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ยังมีเจดีย์ใหม่ที่สร้างเพื่อบรรจุอัฐิ โดยสร้างแบบศิลปะพม่าและมอญผสมผสานกัน

2.9 การจัดการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดปทุมธานีมีนโยบายที่จะรับนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นที่มีการท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นต่อไปได้มีทรัพยากรเพียงพอ เพื่อสนองความต้องการของพวกเขาด้วยเช่นกัน

การจัดการท่องเที่ยวต้องส่งเสริมเศรษฐกิจที่เข้มแข็งแก่พื้นที่ โดยไม่ทำลายทรัพยากร สิ่งแวดล้อม มุ่งอนุรักษ์วัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่น ตลอดจนปลูกจิตสำนึก ด้านความรักและห่วงใยธรรมชาติและมนุษยชาติให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยใช้หลักการการจัดการการท่องเที่ยว ดังนี้

1. นโยบายการวางแผนและการจัดการด้านการแก้ปัญหาด้านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ที่ไม่ถูกต้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. มีการกำหนดขอบเขตของการขยายตัวและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในขอบเขตที่กำหนดไว้
3. มีความคิดด้านการพัฒนาระยะยาว
4. มีความห่วงใยด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน และต้องห่วงใยด้านการจัดการเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการเมืองอย่างยั่งยืน
5. ต้องให้ความสำคัญกับการสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันและมนุษย์ในยุคหน้า โดยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความเสมอภาคในการกระจายรายได้
6. ต้องให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้ทุกฝ่ายร่วมรับรู้เกี่ยวกับเนื้อหาด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
7. นโยบายและการจัดการทั้งหมดต้องมุ่งเป้าประสงค์ร่วมกัน ไปยังการพัฒนาที่ยั่งยืน นำความคิดสู่การปฏิบัติการในอุตสาหกรรม ถึงแม้ว่าในความเป็นจริงจะมีข้อจำกัดเพื่อเข้าสู่เป้าหมายในระยะสั้นและระยะกลาง
8. ใช้กลไกและวิธีการจัดการของภาคผู้ประกอบการ ภาครัฐ และองค์กรต่างๆ ตลอดจนคำนึงและทัศนคติของลูกค้า เพื่อปรับแนวคิดเพื่อความยั่งยืนสู่การปฏิบัติการ
9. ปัญหาด้านการแข่งขันกัน ใช้ทรัพยากร ต้องมีการตกลงร่วมกันและออมชอมกับทุกฝ่าย
10. สร้างสมดุลระหว่างการลงทุนและการรับประโยชน์จากการพัฒนา และควรพิจารณาในรายละเอียดว่าแต่ละกลุ่มจะได้หรือเสียผลประโยชน์อย่างไร

แนวคิดเชิงวิพากษ์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

1. สนองเป้าการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวม
2. สนองนโยบายการพัฒนาระดับชาติและระดับท้องถิ่น
3. สนองนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว

4. ให้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจในภาพรวม โดยมีต้นทุนที่เหมาะสม
5. สร้างงานและสร้างรายได้
6. ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ที่เศรษฐกิจตกต่ำ
7. ไม่ก่อให้เกิดปัญหาในพื้นที่ที่มีทรัพยากรสำคัญ
8. ลดผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม ในเชิงลบ
9. สนับสนุนการอนุรักษ์ด้าน โบราณคดีและประวัติศาสตร์
10. ช่วยฟื้นฟูศิลปะและหัตถกรรมดั้งเดิม
11. ไม่รบกวนรูปแบบการตั้งถิ่นฐานและแผนการใช้ที่ดินที่มีอยู่เดิม
12. ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
13. สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาพื้นที่
14. ใช้ระบบ โครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ให้มากที่สุด
15. ใช้ระบบ โครงสร้างพื้นฐานใหม่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด
16. เปิดโอกาสสำหรับการพัฒนาในอนาคต
17. ประเมินขีดความสามารถที่มีอยู่ด้านกฎหมาย เศรษฐกิจ และกรอบแผนงานเพื่อที่จะพัฒนา

สู่ความยั่งยืน

18. ประเมินผลที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม
19. การอบรม การศึกษา และการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์กับประชาชน
20. การวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
21. อำนวยความสะดวกให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ทักษะ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการ

ท่องเที่ยว

22. ให้ทุกฝ่ายในสังคมได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว
23. สร้างรูปแบบใหม่ของสินค้าการท่องเที่ยว โดยกำหนดให้ความยั่งยืนเป็นความคิดหลักในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมด
24. วัดผลความก้าวหน้าในการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จในระดับท้องถิ่น
25. สร้างความเป็นหุ้นส่วนในการพัฒนา

2.10 ทฤษฎีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก

ทฤษฎีที่สำคัญและเป็นรากฐานของการพัฒนาสังคมสื่อสารเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ก็คือ “ทฤษฎีไซเบอร์เนติกส์ (Cybernetics)” ซึ่งหมายถึงศาสตร์ที่ว่าด้วยการสื่อสารและการควบคุมภายในสัตว์และในเครื่องจักร ซึ่งนำเสนอโดย นอร์เบิร์ต วินเนอร์ (Norber Wiener) เมื่อปี 1948 แสดงให้เห็นบทบาทสำคัญของสารสนเทศในการเสริมสร้างและดำรงสังคมมนุษย์ โดยอาศัยกลไกการป้อนไปและป้อนกลับ

(Feedforward-Feedback mechanism) ภายในระบบชีวิตและระบบสังคม ซึ่งถือว่ามีชีวิตเช่นเดียวกัน ชีวิตและสังคมจะเจริญพัฒนาไปได้ก็โดยการพัฒนาระบบการสื่อสารที่สามารถถ่ายทอดแลกเปลี่ยน สารสนเทศกัน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell:เอกสารประกอบคำบรรยาย พ.ศ.2550) เสนอทฤษฎี บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functionalism) เสนอให้เห็นชัดเจนเป็นครั้งแรกว่าบทบาทหน้าที่ ของสื่อมวลชน คือการดำรงรักษาและบูรณาการสังคม (Social Integration) จึงจะต้องมีการปรับปรุง พัฒนาสื่อมวลชนมิให้เกิดความล้มเหลว (Dysfunction) ในการปฏิบัติหน้าที่ของตนคือ การเฝ้าระวัง สภาพแวดล้อม การประสานส่วนต่างๆ ของสังคม ให้ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม และการถ่ายทอดมรดก ทางวัฒนธรรมอีกทฤษฎีหนึ่ง แม้ในตอนเริ่มต้น มิได้เกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนโดยตรง แต่ก็ถูกนำมา ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อมวลชน

ทฤษฎีสารสนเทศ (Information Theory:เอกสารประกอบคำบรรยาย พ.ศ.2550) ของ แชนนอน และวีเวอร์ (Shannon and Weaver) ซึ่งพัฒนาขึ้นในปี 1949 เสนอเป็นแบบจำลองที่วิเคราะห์การ ถ่ายทอด สารสนเทศและแสดงให้เห็นการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เริ่มต้นจากแหล่งสาร (Source) เลือกลงสาร (Message) ถ่ายทอดไป (Transmitted) ในรูปแบบของสัญญาณ (Signal) ผ่านช่องทางการสื่อสาร (Channel) ไปยังเครื่องรับ (Receive) ซึ่งแปลงสัญญาณเป็นสาร สำหรับจุดหมายปลายทาง (Destination) ในกระบวนการนี้ อาจมีสิ่งรบกวนหรือแทรกแซง (Noise or Interference) ซึ่งทำให้สารที่ส่งกับสารที่รับแตกต่างกัน ได้

การประชาสัมพันธ์ จึงหมายถึง วิธีการและการติดต่อสื่อสารขององค์กร หน่วยงาน ที่มีแผนการ ในการสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ให้มีความรู้ ความเข้าใจ สร้างความเชื่อถือ ศรัทธาและให้ความสนับสนุน ร่วมมือ ซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานของหน่วยงานดำเนิน ไปด้วยดี โดยมีประชาคมเป็นแนวพื้นฐาน

สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน:เอกสารประกอบการสอน พ.ศ. 2545 ได้นำเอาทฤษฎี ความรับผิดชอบ ต่อสังคมมาปฏิรูปการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม สร้างเป็นทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ใหม่ที่เรียกว่า การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organizational Communication) ทฤษฎีนี้เสนอว่าองค์กร จะต้องปรับเปลี่ยนปรัชญา

1. จากการสื่อสารมิติเดียวมาเป็นการสื่อสารหลายมิติ (Multi-Dimensional Communication) ใช้หลายสื่อ หลายทิศทางและมีวัตถุประสงค์เพื่อ ส่งเสริมทั้งองค์กรและสังคมอย่างเป็นธรรม
2. จากการสื่อสารถึงสาธารณชนหรือมวลชนมาเป็นการสื่อสารกับสมาชิกของสังคม เน้นสังคม ภายในองค์กรและชุมชนรอบองค์กร ก่อนขยายขอบเขตออกไปสู่องค์กรอื่น และสังคมมวลชน
3. จากการสื่อสาร โน้มน้าวใจให้คล้อยตามมาเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบน พื้นฐานความแตกต่าง (Oneness of Differences) ของความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่
4. จากการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ (Mind Image) ขององค์กรเพียงด้านเดียวมาเป็นการสื่อสารเพื่อส่งเสริมภาพจริง (Real Image) ที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อโลก และต่อชีวิตของเพื่อนมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายขององค์กรหรือไม่

กระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1. การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น (Research-Listening)
2. การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning-Decision Making)
3. การติดต่อสื่อสาร (Communication-Action)
4. การประเมินผล (Evaluation)

การวางแผนการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1. คนและสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ได้แก่ ภาวะทางเศรษฐกิจ บรรยากาศทางการเมือง สังคม ค่านิยม วัฒนธรรม ศาสนา ประชาชน ความเชื่อ ฯลฯ

2. ปัญหาทั้งในหน่วยงานและภายนอกที่เกิดขึ้นต้องได้รับการแก้ไขให้สิ้นไป

3. ตรวจสอบเกณฑ์หรือดัชนีของความสำเร็จ ที่ตั้งไว้ว่าเหมาะสมหรือไม่ มากเกินไปหรือไม่ น้อยเกินไปหรือไม่

4. วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ผู้มีสภาพหรือ ได้ผลดีหรือไม่

5. การดำเนินการ ไปถึงประชาชน เป้าหมาย วัตถุประสงค์หรือไม่ อย่างไร

6. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ทำอยู่ มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบ้างหรือไม่ หรือมีผลอย่างไรบ้าง

ฉะนั้น แผนหรือการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ จึงมักต้องแก้ไขปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปตามภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ

การประชาสัมพันธ์ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพราะจะช่วยให้ นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามวิธีการประชาสัมพันธ์และการเลือกประเภทของสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องมีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว จึงจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจได้

เพราะฉะนั้น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ การโฆษณาการท่องเที่ยวให้สาธารณชนได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับจังหวัดปทุมธานี และส่งผลถึงการท่องเที่ยวของประเทศอีกด้วย

สื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัดปทุมธานี

1. แผ่นพับ แผ่นพับรูปแบบต่าง ๆ มีทั้งพิมพ์สอดสีอย่างดี

2. แผ่นป้ายโฆษณา มีทั้งแผ่นใหญ่ติดตามฝาผนังหรือมีขาตั้งข้างถนน จนกระทั่งแผ่นเล็กติดหลังรถยนต์

3. วิทยุ การโฆษณาทางวิทยุและวิทยุชุมชน

4. โทรทัศน์

5. สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์รายวันประจำจังหวัด วารสารรายสัปดาห์ วารสารรายเดือน

6. การบอกเล่าบุคคลต่อบุคคล

7. บทความท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการเขียนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานีลงในหนังสือต่าง ๆ

8. จดหมายข่าว สื่อที่ช่วยในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสามารถคัดเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะตัว

9. สมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์ ลูกค้าสามารถค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวได้มีการจัดพิมพ์เป็นรายปี

10. สื่อทางอินเทอร์เน็ต

11. สื่อจากการจัดนิทรรศการ

12. สื่อการจัดมหรรมงานเทศกาล และกีฬา

หลักและวิธีการประชาสัมพันธ์ของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1. การประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งประ โยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่ ต้องอาศัยเวลาและการให้การศึกษา ด้วยการมีศิลปะและชั้นเชิง

2. การประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักใจของคนกลุ่มต่าง ๆ และเข้าใจในวิธีการศึกษาเรื่องคน บุคลิกของคนรวมทั้งอุปนิสัยใจคอของบุคคลที่เกี่ยวข้อง ชอบหรือไม่ชอบอะไร ถ้าไม่รู้จักใจก็ไม่สามารถจะปรับความเข้าใจหรือประสานประ โยชน์ให้เข้ากันได้

3. ต้องรู้นโยบายรัฐบาลหรือองค์กรซึ่งตนเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างซาบซึ้ง

4. ต้องรู้เทคนิคของเครื่องมือสื่อสัมพันธ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เอกสาร วิทยู กระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ ต้องทราบว่าเครื่องมือสื่อสัมพันธ์เหล่านี้แต่ละอย่างมีประ โยชน์อย่างไร เหมาะแก่ งานใด

5. ต้องยึดหลักความจริงและความสุจริตเป็นหลักเพื่อให้คนทั้งหลายไว้วางใจ

6. ต้องปฏิบัติงาน โดยติดต่อกันและสม่ำเสมอ การทำงานจึงต้องมีแผนงาน ควรทราบนโยบาย เพื่อนำไปจัดโครงการที่ต่อเนื่องและมีความสัมพันธ์กัน

7. ต้องเปิดเผย ไม่มีเงื่อนงำ

8. งานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งบุคคล อุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ ต้องมีคุณภาพสูง

9. การประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในสังคม ผ่านไปถึงประชาชนทั่วไป

10. การประชาสัมพันธ์ ต่างประเทศต้องใช้ควบคู่ไปกับการทูต

1. วิธีการประชาสัมพันธ์ของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1. การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่

การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือสูง ได้แก่ บทความ ภาพถ่ายหรือภาพยนตร์ สามารถเผยแพร่ไปได้ไกล กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ประกอบด้วย

- 1.1 เชิญตัวแทนสื่อมวลชน เข้ามาทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวงานประเพณีต่างๆ ที่น่าสนใจที่อำเภอสามโคก จัดขึ้นในแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง เช่น งานวันประเพณีต่างๆ
- 1.2 สร้างสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชน โดยการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ การสัมมนา การประชุมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
- 1.3 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในโอกาสพิเศษต่างๆ ที่จังหวัดปทุมธานีจัดขึ้น เพื่อกระตุ้นความสนใจเช่น การเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาชุมชนต่างๆ

2. การประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนท้องถิ่นในอำเภอสามโคกได้มีส่วนร่วม

การประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม เป็นการกระตุ้นชุมชนให้รู้ถึงคุณค่าของการท่องเที่ยว ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอริยาศัยไมตรีในการต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

- 2.1 จัดประชุมชี้แจงผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับผู้นำท้องถิ่น
- 2.2 จัดผู้แทนเพื่อพบปะผู้คนในท้องถิ่น หรือกลุ่มชุมชนย่อยในท้องถิ่น
- 2.3 จัดทำจดหมายข่าวเอกสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่น
- 2.4 จัดให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยตรง
- 2.5 จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น สารคดีท่องเที่ยว ปฏิทินท่องเที่ยว

2.11 สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเรียกสั้นๆ ว่า โอท็อป (OTOP) มีการริเริ่มขึ้นในสมัยที่พันตำรวจโท ดร. ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี โดยเป็นโครงการที่รัฐบาลส่งเสริมให้ชาวบ้านในแต่ละตำบลสร้างอาชีพในการผลิตสินค้าเพื่อออกจำหน่าย โดยสร้างสินค้าที่เป็นสินค้าประจำตำบลนั้นๆ

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางประการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global)
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity)
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

ในห้วงเวลาที่ประเทศชาติกำลังประสบปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ ประชาชนทุกระดับก็ประสบปัญหาต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะประชาชนระดับรากหญ้าซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ มีปัญหา

เรื่องปากเรื่องท้องจนกลายเป็นปัญหาเรื้อรังทำให้รัฐบาลต้องแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนอย่างเร่งด่วน

รัฐบาลได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่าจะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และพร้อมที่จะบริการจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและเครือข่ายระดับประเทศ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ

ทั้งนี้เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จึงได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติพุทธศักราช 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นคผ. ซึ่ง ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร ได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี นายปองพล อดิเรกสาร เป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นคผ. มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือก และขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล รวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทอย่างมีประสิทธิภาพ

ปรัชญาของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางประการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ การดูแลและการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทยการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นจุดขายที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

วัตถุประสงค์ของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. สร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น

4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

แนวความคิดของ ดร.โมริฮิโกะ ฮิรามัตสึ

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เรียกชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า “One Tambon One Product” หรือเรียกย่อว่า OTOP นั้น ตั้งชื่อเลียนแบบคำว่า One Village, One Product Movement (1VIP Movement) หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นรากฐานปรัชญาและหลักการของ Dr.Morihiko Hiramatsu อดีตผู้ว่าราชการเขตปกครองเมือง โออิตะ (Oita) หรือเมือง โอยะ ประเทศญี่ปุ่น

อดีตผู้ว่าราชการ ดร. โมริฮิโกะ ฮิรามัตสึ กล่าวไว้ว่า

“การพัฒนาสินค้า หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งกระบวนการผลิต (1VIP Movement) หรือ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) นี้ ให้ยึดหลัก 3 ประการ คือ

1. ท้องถิ่นสู่สากลด้วยปรัชญาที่ว่า นำจิตวิญญาณจากบ้านสู่เมือง (Local Yet Global)
- 2.พึ่งตนเองได้ด้วยความคิดสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity)
3. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง (Human Resource Development) โดยใช้ภูมิปัญญาผลิตสินค้ากว่าหนึ่งชนิดซึ่งไม่ลอกเลียนแบบกัน แต่อาจจะลอกเลียนกรอบความคิดได้ ส่งผลให้สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของเมือง โออิตะ ประเทศญี่ปุ่น ประสบความสำเร็จ” (<http://www.thaitambon.com> วันที่ 28 เมษายน 2551)

ทั้งนี้ ประชาชนต้องคิดเองว่า ท้องถิ่นของตนเองจะผลิตหรือทำอะไร โดยที่รัฐต้องเข้าไปสนับสนุนให้คำแนะนำ เช่น แนะนำทางด้านเทคโนโลยี การผลิตหีบห่อผลิตภัณฑ์ และการตลาดแบบเต็มรูปแบบ

อย่างไรก็ตาม ทุกโครงการจะประสบความสำเร็จ หากทำแล้วล้มเหลว รัฐต้องให้กำลังใจ หรือช่วยนำสินค้าไปวางขายโดยหักไว้ 10% หรือนำสินค้าไปฝากที่ศูนย์การค้าใหญ่ๆ และจะต้องจัดสถานที่ให้ฝากสินค้าขายฟรี โดยเจ้าของผลิตภัณฑ์ไม่ต้องมาขายเอง

สำหรับแนวทางการตลาดนั้น ต้องเริ่มต้นจากการวางขายทั่วประเทศ จากนั้นจึงขยายสู่การส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยหมู่บ้านหรือชุมชนต้องรู้จักสร้าง Brand Name หรือตราสินค้าของตนเองขึ้นมา เพื่อสร้างคุณภาพของสินค้าให้สูงขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ขายได้ในราคาที่สูงขึ้น

ดร. โมริฮิโกะ ฮิรามัตสึ กล่าวว่า

“กลุ่มสตรีแม่บ้านมีบทบาทในการสร้างสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ได้มาก ทั้งนี้เมืองไทยเองก็มีสตรีที่มีความสามารถอยู่มาก หากสตรีไทยสามารถแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่แล้ว เชื่อว่าจะทำธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี”

จุดกำเนิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ปี 2544 - 2545 เป็นครั้งแรกที่เริ่มมีการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จึงได้มีการเน้นการวางกลไกในการบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ขึ้น

สินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นสินค้าขั้นพื้นฐาน ตามหลักการขั้นพื้นฐาน (Fundamental Principles) คือ

- เป็นสินค้าที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อมุ่งสู่สากล (Local Productions to Global) โดยผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับวัฒนธรรม โดยมีจุดเด่นเฉพาะจนเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายในประเทศและตลาดภายนอกประเทศ

- ใ้วางใจได้ (Self Reliance) คือเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นมาแล้วประชาชนให้ความไว้วางใจ สามารถพึ่งตนเองได้และมีการผลิตอย่างสร้างสรรค์ โดยมีการระดมความคิดเพื่อคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกันและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบล

- สามารถพัฒนาให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ได้ คือ สามารถที่จะสร้างบุคคลให้เป็นผู้มีความคิดกว้างไกลอย่างผู้มีความรู้ ความสามารถ จะได้มุ่งเน้นการผลิตและบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

หลักการพัฒนาเมือง

หลักการการพัฒนาเมืองให้เจริญรุ่งเรืองขั้นพื้นฐาน 3 ประการตามแนวความคิดของ ดร. โมริฮิโกะ ชิรามัตสึ คือ

1. การพัฒนาตนเอง (Independence)
2. การสร้างแรงกระตุ้น (Motivation)
3. การสร้างสรรค์แรงกระตุ้น (Creativity)

กระบวนการนำความคิดที่จะนำสิ่งดีๆ

ภายในหมู่บ้านมาพัฒนาให้เป็นสินค้าที่สามารถขายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นการคิดแบบรอบโลกแต่กระทำแบบท้องถิ่น นั่นคือ Think Globally, Act Locally จะก่อให้เกิด การพัฒนาสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อย่างมีคุณภาพ เป็นการพัฒนาตนเองแบบพึ่งพาตนเอง (Independence)

การให้ประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ตัดสินใจเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง เป็นการเสริมแรงกระตุ้นในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็น Self Creativity อันมีคุณค่ายิ่ง เป็นการสร้างแรงกระตุ้น (Motivation) ที่มีประสิทธิภาพอย่างมหาศาล

การสร้างและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการเป็นผู้นำชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Human Resource Development) เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability) ที่จะละเลยไม่ได้

นโยบายการส่งเสริมสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ได้วางนโยบายเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อันเป็นนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ปี 2550 ไว้ดังนี้

1. ปรับเปลี่ยนชื่อจาก “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็น “ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP)” โดยให้คำจำกัดความว่า

“ผลิตภัณฑ์ชุมชน” คือ ผลิตภัณฑ์ผลิต โดยกลุ่มชุมชน ซึ่งในหนึ่งชุมชน อาจมีได้หลายผลิตภัณฑ์ และมีผลิตภัณฑ์เหมือนกันได้ในหลายพื้นที่”

“ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น” คือ ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตโดยผู้ประกอบการรายเดี่ยวและผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”

1. ให้นำศักยภาพทางการตลาดนำการผลิต
2. ส่งเสริมให้ภาคเอกชนเชื่อมโยงกับผู้ผลิต
3. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
5. เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการบนพื้นฐานของความรู้และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

การพัฒนาสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

สินค้าหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ คือ

1. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ต้องมีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพราะจะเป็นแรงดึงดูดความสนใจของลูกค้า
2. ผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพ
3. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสม สะดวกในการใช้บริโภคในแต่ละเวลา และแต่ละสถานที่
4. ผลิตภัณฑ์ต้องมีการออกแบบอย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค
5. ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการสร้างหรือการเพิ่มพูนมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และการริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยต้องยึดภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างและอนุรักษ์สินค้าของท้องถิ่นให้ยั่งยืน
6. ผู้ประกอบการต้องศึกษาให้ถ่องแท้ว่าในพื้นที่มีทรัพยากรธรรมชาติ หรือวัตถุดิบอะไรบ้างที่สามารถนำมาผลิตให้เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้บ้าง ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความต้องการของ

ตลาดเป็นสำคัญ คือถ้าใช้วัตถุดิบในชุมชน จะใช้ได้ยั่งยืนยาวนานเพียงใด และหากต้องใช้วัตถุดิบภายนอกชุมชน จะหาได้ที่ไหน และจะใช้ได้อย่างยั่งยืนเพียงใด

7. ยุติการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น เพราะจะทำให้ไม่มีเอกลักษณ์และจะแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นๆ ได้ยาก ทั้งต้องไม่สนับสนุนให้มีการลอกเลียนแบบผู้อื่นด้วย

8. ปลุกฝังค่านิยมให้แก่นักเรียนและนักศึกษาทำงานศิลปะ เพื่อให้ผลิตงานที่เป็นผลิตภัณฑ์งานฝีมือ งานศิลป์ที่ประณีต เพื่อผู้ที่ชื่นชมงานจะได้ยอมรับ และจะซื้อชิ้นงานได้ในราคาที่สูงขึ้น

9. การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีสีสัน ควรออกแบบให้เป็นชุดเพื่อจะได้ผลิตสินค้าออกมาเป็นชุดๆ จะทำให้คนอีกระดับหนึ่งชื่นชมและจะซื้อไปใช้งานตามความต้องการของเขา

ภูมิปัญญาไทย

ภูมิปัญญาไทย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สู่การคัดสรรเพื่อความสุดยอดนั้น สามารถเน้นเราให้ผู้ประกอบการกระตือรือร้นได้ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ได้เสนอโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ OTOP หรือ One Tambon One Product นี้ เมื่อปี 2549 ได้รับผลเป็นที่น่าพอใจ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หรือที่เรียกย่อว่า สมอ. มีโครงการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือระดับพื้นที่บ้านที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร มีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรอง และแสดงเครื่องหมายการรับรอง

2. เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย

3. เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4. เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

5. เพื่อสนับสนุนนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล

2.12 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและหลักการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นนโยบายสำคัญ นโยบายหนึ่งที่รัฐบาล ของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชนบทให้ดีขึ้นและยั่งยืน โดยการสร้างงานให้กับพี่น้องในชนบทภายใต้ขบวนการผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่มีอยู่

ในท้องถิ่นมาผสมผสานกับภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษ สืบทอดให้กับลูกหลาน และนำมาพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีจุดขาย และมีรูปแบบการใช้งานเข้ากับยุคสมัยและเป็นที่ยอมรับของคนทั้งในและต่างประเทศ โดยภาครัฐจะทำหน้าที่ให้การสนับสนุน ด้วยความรู้สมัยใหม่ เทคนิคการผลิต

บรรจุภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. แนวคิดและหลักการ

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่ต้องการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของแต่ละพื้นที่ที่ตลาดรองรับและเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึง ตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ คุณเล่นุรกิจที่รักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นจุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

2. หลักการพื้นฐาน

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองอย่างสร้างสรรค์ (Self Reliance Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพักประชาชนให้สู้ชีวิตด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

1. สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

ธีรยุทธ วัฒนาสุภโชค กล่าวไว้ว่า โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ นับว่าเป็นโครงการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โครงการหนึ่งจากรัฐบาลชุดที่แล้ว ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น และกระจายรายได้เข้าสู่หน่วยเศรษฐกิจที่ย่อยที่สุดของแต่ละชุมชนได้เป็นอย่างดี

จากคุณประโยชน์อย่างมากของแนวคิดนี้ทำให้เกิดการแพร่กระจายไปหลายประเทศ ทั้งจีน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย กัมพูชา หรือแม้แต่เกาหลีใต้ และมลรัฐลุยเซียน่า สหรัฐอเมริกา ก็ให้ความสนใจในการนำแนวคิดดังกล่าวไปปรับใช้ ซึ่งผู้คิดค้นแนวคิดโอท็อปนี้คือ Dr.Moriko Hiramatsu

โดยถือปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ ต้องสร้างความตระหนักของผู้คนในแต่ละท้องถิ่นถึงศักยภาพ ความโดดเด่นและเอกลักษณ์ที่ตนเองมี และนำมาสร้าง “มูลค่าเพิ่ม” อันจะนำไปสู่ความยั่งยืน พึ่งพาตนเองได้ของชุมชนนั้นๆ ปัจจัยแห่งความสำเร็จต่อมาที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากันก็คือการสืบสานความต่อเนื่องของการพัฒนา มิใช่ว่าเมื่อท้องถิ่นของตนสามารถค้นหาเอกลักษณ์ประจำถิ่นขึ้นมาให้กับตลาดได้แล้วก็จะยึดติดกับความสำเร็จนั้นตลอดไป ซึ่งการปรับปรุงพัฒนาให้เอกลักษณ์ดังกล่าวโดดเด่นขึ้นตรงใจลูกค้ามากขึ้น ถือเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง

การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

การพัฒนาและเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการกระจายสินค้าไปสู่ตลาดเป้าหมายให้ทั่วถึง เป็นเทคนิคการตลาดขั้นพื้นฐาน ต้องประยุกต์ใช้กับสินค้าโอท็อปนี้อย่างจริงจัง ทั้งเรื่องของผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การโปรโมชัน และส่งเสริมการขายต่างๆ

แต่ที่ต้องมุ่งเน้นเป็นพิเศษในแง่นี้ คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้สินค้านั้นๆ ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวเลยทีเดียว โดยการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายขึ้นมา นั้นไม่ใช่เพียงแค่จัดงานเทรดแฟร์ งานโชว์สินค้าขึ้นมาเป็นระยะเท่านั้น แต่ต้องเป็นช่องทางที่ถาวร และสามารถกระจายสินค้าที่ผลิตขึ้นมาอย่างต่อเนื่องได้ ไม่ต้องพึ่งตัวกลางค้าปลีกมากเกินไป มิฉะนั้นสินค้าส่วนใหญ่จะไปตกอยู่กับช่องทางเหล่านี้มากเกินไป จนกระทั่งความมั่งคั่งไม่กลับคืนสู่ชุมชนเท่าที่ควร แต่สิ่งหนึ่งที่มีมักจะมีความเข้าใจผิดกันมากก็คือ การจัดตั้งช่องทางการค้าปลีกนี้มีใช่เป็นเพียงแค่หาสถานที่และนำผู้ค้าจากชุมชนนั้นๆ มารวมกันเพื่อจำหน่ายสินค้าของแต่ละท้องถิ่นกับลูกค้าผู้สัญจรไปมาเท่านั้น ซึ่งการกระทำดังกล่าวมองว่าเป็นเพียงแค่คล้ายคลึงกับตลาดนัดประจำถิ่นเท่านั้น แต่มีบรรยากาศหรือความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน ที่จะทำให้การเข้ามาจับจ่ายซื้อหาผลิตภัณฑ์โอท็อปนี้แตกต่างจากการซื้อสินค้าปกติทั่วไป ตามตลาดหรือศูนย์การค้าต่างๆ นั่นคือจะขาดเสน่ห์และจิตวิญญาณของความเป็นโอท็อปไปอย่างน่าเสียดาย ธรรมชาติของการซื้อหาจับจ่ายก็ลดลง เรียกว่าขาดมนต์ขลังที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ

การพัฒนาช่องทางจำหน่ายโอท็อปของญี่ปุ่น ซึ่งเน้นผสมผสานบรรยากาศและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ากับช่องทางการจำหน่าย จนหลายๆ แห่งกลายเป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมของโอท็อป มีการตกแต่งร้านรวงต่างๆ ถนนหนทางให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ จนกลายเป็นอีกจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องแวะ หากมาเยือนถึงสถานที่นั้นๆ ด้วยซ้ำ เช่นหมู่บ้านโอท็อปของเมืองเบปปุ ซึ่งโค้งค้งด้านน้ำพุร้อน ก็มีการจัดตกแต่ง สถานที่โดยเน้นแนวคิดผสมผสานเข้ากับจุดเด่นของน้ำพุ และใช้ความเป็นเอกลักษณ์ของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเข้ามาช่วยสร้างความโดดเด่นมากขึ้นด้วย

การจัดการช่องทางการจำหน่ายในลักษณะนี้ยังทำให้ผลิตภัณฑ์โอท็อปของท้องถิ่นนั้นมีเสน่ห์และมูลค่ามากขึ้นในสายตาผู้มาเยือน จนกลายเป็น “สิ่งที่ต้องซื้อ” เมื่อมาถึงสถานที่แห่งนั้น ซึ่งหากโอท็อปของทุกแห่งทำได้ถึงลักษณะนี้ก็ น่าจะปิดประตูความล้มเหลวไปได้มาก

โอท็อปของท้องถิ่นจะประสบความสำเร็จได้ก็ด้วยการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นรากฐานของการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

โดยควรต้องผสมผสานแนวคิดของ โอท็อปเข้ากับหลักสูตรการศึกษาของสถาบันการศึกษาของสถาบัน การศึกษาท้องถิ่นและผลักดันให้เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนามนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะก่อให้เกิดการปรับปรุง ผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต

หัวใจของความสำเร็จของโอท็อปนั้น คือ Think Globally Act Locally หมายถึง การมองพิจารณา โอกาสทางธุรกิจและการตลาดในมุมมองที่กว้างขวางขึ้น ไม่ได้เน้นแค่เพียงขอบเขตตลาดในแต่ละ ท้องถิ่นเท่านั้น แต่มองว่าทั้งโลกมีความต้องการที่ยังไม่เต็มเต็ม ซึ่งเราต้องประเมินและค้นหาศักยภาพ ทางธุรกิจให้พบ และนำจุดเด่นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นของตนมาทำการเพิ่มมูลค่า และตอบสนอง ความต้องการของส่วนตลาดโลกที่มีศักยภาพนั้นให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำมาสู่ความสามารถ ทางการแข่งขันและความมั่นคงที่ยั่งยืนสำหรับแต่ละท้องถิ่น

แนวคิดเรื่องหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ SME

1. เป็นการผลิตสินค้า หรือบริการที่หลากหลาย โดยใช้ภูมิปัญญาและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น หรือ ทำการส่งเสริมสินค้าใหม่ๆ ก็ได้
2. ทำอย่างไรให้สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีส่วนเชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยวให้ได้
3. ควรคัดเลือกตำบลต้นแบบ (Pototype Village) ที่มีสถานที่พักแรมที่เหมาะสม โดยมีตำบล หรืออำเภอ หรือจังหวัด สถานที่บวรวิเวกใกล้เคียง มีสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไว้ให้นักท่องเที่ยว เดินทางไปซื้อหาสินค้าเหล่านั้น หรือดูภูมิปัญญา หรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะทำให้มีผลต่อการกระจาย รายได้ให้กับทุกหมู่เหล่าเป็นระบบในตำบลหรือสถานที่บวรวิเวกของตำบลต้นแบบ โดยทำให้เกิดรายได้ หลายช่วงของผู้ที่เกี่ยวข้อง
4. ทำให้มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างมหาศาล ทั้งในแง่ของการสร้างงานให้ชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างรายได้ในบทบาทที่หลากหลายเป็น ได้ทั้งผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้าและผู้ให้บริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธาดารัตน์ คำภิล (2546) ([HTTP://WWW.THAITAMBON.COM](http://www.thaitambon.com) วันที่ 28 เมษายน 2551) ได้ทำการ ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบ เนื้อหาและทิศทางการนำเสนอเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอม (WWW.THAITAMBON.COM) FORMAT,CONTENT,AND PRESENTATION DIRECTION OF THAITAMBON.COM WEBSITE (WWW.THAITAMBON.COM) เพื่อศึกษารูปแบบ เนื้อหา และ ทิศทางการนำเสนอเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏ ในเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอม (WWW.THAITAMBON.COM) ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้คำว่า สินค้า และคำว่า ผลิตภัณฑ์ โดยใช้ตารางลกรหัส และศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อรูปแบบ เนื้อหาและทิศทางการนำเสนอเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ปรากฏในเว็บไซต์ ไทยตำบลคอตคอม ผู้ให้ข้อมูลคือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เคยเข้าไปดูเว็บไซต์ไทย

ตำบลคอคอดคอม มีทั้งหมด 7 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 55 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผลการวิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยตำบลคอคอดคอมมีการนำเสนอเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทั้งข้อความไฮเปอร์เทค ภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาพนิ่ง และมีลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดทำเว็บไซต์กับกลุ่มผู้ผลิตเป็นการสื่อสาร แบบทางเดียว เนื้อหาในการนำเสนอพบว่าบอกชื่อสินค้า ส่วนประกอบสินค้า และแหล่งผลิตสินค้า เป็นหลัก ส่วนเนื้อหาอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์และมีทิศทางการนำเสนอจากผู้จัดทำเว็บไซต์ไปยังผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวน 7 คน แสดงความคิดเห็นในเรื่องรูปแบบการนำเสนอเหมาะสมและน่าสนใจอยู่แล้ว จำนวน 6 คน อยากให้มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลสินค้าให้เร็วขึ้น จำนวน 1 คน และอยากให้ภาพสินค้าเป็นภาพเคลื่อนไหว

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และคณะ (2546)([HTTP://WWW.THAITAMBON.COM](http://www.thaitambon.com) วันที่ 28 เมษายน 2551) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพ ความเข้มแข็งและความ ยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แบบ โฮมสเตย์ กรณีศึกษา : ตำบลตะพง จังหวัดระยอง ศึกษาสภาพแวดล้อมและวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวพักแรมแบบโฮมสเตย์ ตลอดจนการศึกษา รูปแบบการพัฒนาศักยภาพ ความเข้มแข็งและความยั่งยืนของการจัดการธุรกิจพักแรมท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แบบโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสังเกต โดยอาศัยแบบบันทึก และแบบสอบถามที่ใช้คำถามปลายเปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยอาศัยวิธีวิเคราะห์เนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ โฮมสเตย์

ผลการศึกษารูปได้ว่า ในด้านสภาพแวดล้อมชุมชนตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง มีผู้ประกอบการธุรกิจเพียง 3 ราย ซึ่งเป็นพี่น้องกัน รูปแบบการจัดการธุรกิจนั้นมีน้องชายคนกลางเป็นแกนหลักรายแรก เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาพักเกินกว่าผู้ประกอบการหลักรายแรก ซึ่งน้องชายคนกลางจะทำหน้าที่จัดเจนักท่องเที่ยวไปยังบ้านพี่และน้องสาวของเขาซึ่งเป็นผู้ประกอบการอีก 2 ราย ผู้ประกอบการหลักมีอาชีพหลักคือเป็นข้าราชการและทำธุรกิจโฮมสเตย์เป็นธุรกิจเสริม โดยมีบ้านพักที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยว 2 หลัง และพักได้สูงสุด 40 คนต่อหลังต่อคืน โดยมีการบริการห้องพักร่วมกับการจัดทัวร์ชมผลไม้ (ชมสวนผลไม้) ในช่วงฤดูกาลผลไม้ออกผล ทั้งนี้จุดอ่อนของกิจการไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และขาดเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว มีเพียงโบว์ชัวร์ที่ผลิตโดยองค์การบริหารส่วนตำบลตะพงเท่านั้น แม้ว่าราคาที่พักขั้นต่ำคนละ 70 บาทต่อคืน แต่สามารถปรับราคาขึ้นลงได้ หากมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยราคาราคานั้นขึ้นอยู่กับขนาดของห้องพัก อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ความสนิทสนมคุ้นเคย และความพึงพอใจของเจ้าของโฮมสเตย์

ภัทรฤดี สุพัฒโสภณ และคณะ (2547) (การพัฒนาศักยภาพสินค้าที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพสินค้าที่ระลึก เพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย” ของจังหวัดกาญจนบุรี ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และ กรุงเทพมหานคร/นนทบุรี สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันในการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก พบว่าสินค้าที่ระลึกที่ผลิต/จำหน่ายและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมากที่สุดในทุกจังหวัด คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร/เครื่องดื่ม ส่วนสินค้าที่มีการผลิต/จำหน่ายน้อยที่สุดและมีเพียงบางจังหวัด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา กระชูด ปานสรนารายณ์ เชือก เถาวัลย์ กะลามะพร้าว แร่/เหล็ก เครื่องหนัง และเครื่องปั้นดินเผา

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าที่ระลึกของไทย ได้แก่ เครื่องประดับของตกแต่งบ้าน เครื่องปั้นดินเผา ดอกไม้ประดิษฐ์ อุปกรณ์/ของใช้ในครัวเรือนและอาหาร ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ต้องการซื้อสินค้า ได้แก่ เครื่องประดับ ผ้าไหมไทย เสื้อผ้า กระเป๋า พระพุทธรูป ไม้แกะสลัก สินค้าหัตถกรรมและของตกแต่งบ้าน

3. แนวทางการพัฒนาสินค้าที่ระลึกของไทยให้มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะดังนี้

3.1 ด้านคุณภาพการผลิต ควรพัฒนาปรับปรุงวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตให้ได้คุณภาพมาตรฐานและความเหมาะสมกับยุคสมัยพัฒนาวิธีการผลิตให้มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น แต่ไม่ละเลยในเรื่องของความละเอียดและความประณีตในฝีมือของผู้ผลิต ซึ่งอาจจะต้องใช้เครื่องมือที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิต รวมถึงการฝึกฝนคนรุ่นใหม่ให้หันมาสนใจการผลิตงานฝีมือมากยิ่งขึ้น

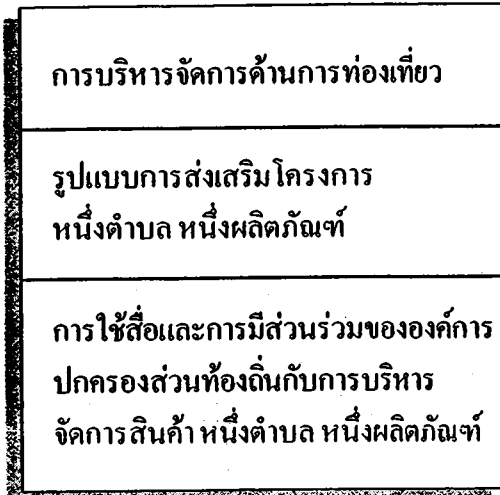
3.2 ด้านรูปแบบสินค้าควรพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความโดดเด่นหลากหลาย มีลวดลายแปลกๆ ใหม่ๆ คู่เป็นสากลให้มากขึ้น เพื่อสะดวกและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว สินค้าบางประเภทให้คงลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองไว้ควรมีการออกแบบสินค้าให้มีประโยชน์ในการใช้สอย หรือนำไปประยุกต์ใช้กับสินค้าประเภทอื่นได้ด้วย และควรส่งเสริมให้มีการจัดสิทธิบัตรสินค้าที่ผลิตขึ้น เพื่อป้องกันการถูกลอกเลียนแบบ

3.3 ด้านการบรรจุภัณฑ์ ควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามเป็นที่ดึงดูดใจเป็นสากลได้มาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และมีรูปแบบที่หลากหลายตามสภาพของสินค้าที่ผลิต ตลอดจนควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถนอมอาหารได้

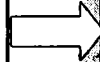
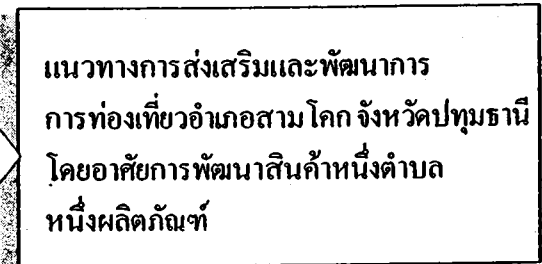
3.4 ด้านการจัดจำหน่ายควรมีวิธีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ โบปลิว แผ่นพับ ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ทางวิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต จัดงานแสดงสินค้า ที่ระลึกของจังหวัด จัดงานประเพณีท้องถิ่นของจังหวัด จัดแสดงนิทรรศการตามห้างสรรพสินค้าและสาธิตการผลิตร่วมกับการจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของจังหวัดให้มากขึ้น

2.13 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



บทที่ 3

วิจัย

การศึกษานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยว คุณลักษณะและปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพที่สามารถเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป โดยมีขั้นตอนในการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการวิจัย

1. พื้นที่ของอำเภอสามโลก จังหวัดปทุมธานี ที่ผลิตสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตำบลสามโลก ตำบลคลองควาย ตำบลเชียงรากน้อย ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 พื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิต หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ตำบล	แหล่งผลิต	สินค้าที่ผลิต
สามโลก	กลุ่มอาชีพผลิตดอกไม้ไยบัว กลุ่มผลิตภัณฑ์จากดินเผา	ดอกไม้ไยบัว หัตถกรรมจากดินเผา
คลองควาย	กลุ่มสตรีอาชีพคลองควาย กลุ่มอาชีพบ้านโพธิ์	กะละแม-กระยาสารท โคมไฟไม้ไผ่
เชียงรากน้อย	กลุ่มอาชีพสตรีพัฒนา	ไม้กวาดอ่อนดอกหญ้า

2. ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษา จำนวน 128 คน

การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน จำนวน 3 คน

2.2 ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน จำนวน 15 คน

2.3 ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน

ผู้ให้สัมภาษณ์ แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 3 คน

- | | |
|---------------------------|-----------------------------------------------------|
| 1.1 นายวิวัฒน์ วงศ์สุปไทย | นายกสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี |
| 1.2 นางไพรวลัย ศรีเทพ | ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดปทุมธานี |
| 1.3 นางลิขมา ธานีเกษ | วัฒนธรรมอำเภอสามโคก |

2. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน จำนวน 15 คน

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------------------------|
| 2.1 นายชอด ภูเฉลิมตระกูล | นายกองค์การบริหารส่วนตำบลคลองควาย |
| 2.2 นางกานดา ปฐวีรัตน์ | ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลคลองควาย |
| 2.3 นายสวิง แก้วทอง | รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลเชียงรากน้อย |
| 2.4 นายดลวิทย์ เกรียงษ์ | ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสามโคก |
| 2.5 นางพัชรี วิริสการณ | เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปองค์การบริหารส่วนตำบลสามโคก |
| 2.6 นายบุญส่ง ลาวเนื่อง | กำนันตำบลสามโคก |
| 2.7 นายเฉชา เครือโชติ | ผู้ใหญ่บ้านทางยาว หมู่ที่ 8 ตำบลคลองควาย |
| 2.8 นายสุทธิ แพทย์เพียงจันทร์ | ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านทางยาว หมู่ที่ 8 ตำบลคลองควาย |
| 2.9 นายบุญชู ทองประยงค์ | ปราชญ์ชาวบ้านตำบลคลองควาย |
| 2.10 นายพะยอม สุขสุมิตร | ปราชญ์ชาวบ้านตำบลคลองควาย |
| 2.11 นายหมื่น จักรกลม | ปราชญ์ชาวบ้านตำบลเชียงรากน้อย |
| 2.12 นายสากล เกษมสวัสดิ์ | ปราชญ์ชาวบ้านตำบลเชียงรากน้อย |
| 2.13 นายมาณฑ แก้วหยก | ปราชญ์ชาวบ้านตำบลเชียงรากน้อย |
| 2.14 นายนวม สุขคำ | ปราชญ์ชาวบ้านตำบลสามโคก |
| 2.15 นายบุญส่ง โคมลอย | ปราชญ์ชาวบ้านตำบลคลองควาย |

3. ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน

- | | |
|----------------------------|---------------------------------|
| 3.1 นายประสิทธิ์ อยู่เจริญ | กลุ่มผลิตดอกไม้ใยบัวตำบลสามโคก |
| 3.2 นางสาวกี อยู่เจริญ | กลุ่มผลิตดอกไม้ใยบัวตำบลสามโคก |
| 3.3 นางนดา อนันตเศรษฐ | ผลิตเครื่องปั้นดินเผาตำบลสามโคก |
| 3.4 นางสุมาลี เครือแดง | กลุ่มอาชีพสตรีตำบลสามโคก |
| 3.5 นายนิคม อรุณรัตน์ | กลุ่มอาชีพบ้านโพธิ์ตำบลคลองควาย |
| 3.6 นางอำนวย ลางคุณแสน | กลุ่มอาชีพสตรีตำบลคลองควาย |
| 3.7 นางสาวศุภษา ศรีสุวรรณ | กลุ่มอาชีพสตรีตำบลคลองควาย |

- | | |
|--------------------------|--------------------------------------|
| 3.8 นายบุญลือ ยินดีโกชน์ | กลุ่มอาชีพสตรีพัฒนา ตำบลเชียงรากน้อย |
| 3.9 นางพิสมัย ใจชอบ | กลุ่มอาชีพสตรีพัฒนา ตำบลเชียงรากน้อย |
| 3.10 นางสมพร พุ่มไทย | กลุ่มอาชีพสตรีพัฒนา ตำบลเชียงรากน้อย |

การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่

- ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 90 คน
- นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 คน

จำนวน 100 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างง่าย ๆ (Sample Random Sampling) อาศัยการสุ่มโดยบังเอิญ

(Accidental Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำชุมชน มีประเด็นคำถาม ดังนี้

ตอนที่ 1

1. ความเป็นมาของการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
2. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี
3. แผนเชิงรุก / แผนปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (แผนระยะสั้น / ระยะยาว)
4. การพัฒนาการท่องเที่ยวกับยุทธศาสตร์จังหวัดปทุมธานี
5. ความสำเร็จ / ความล้มเหลว / ปัญหา อุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

6. องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
7. ลักษณะและรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้าน

การท่องเที่ยว (กายภาพ) ด้านการบริหาร ด้านงบประมาณ (เงินทุน) ด้านการสาธารณสุขปลอดภัย ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร ด้านการตลาด ด้านบุคลากร และ ด้านอื่น ๆ

8. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี
9. หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
10. การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
11. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
12. การตลาดและการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ใน

ปัจจุบันเป็นอย่างไร

13. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการบริหารจัดการ

- การเที่ยวชมโบราณสถานแห่งประวัติศาสตร์
- การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา
- การเที่ยวชมและสัมผัสชีวิตของคนในท้องถิ่น
- การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
- การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

- การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา
- การมีส่วนร่วมในการวางแผน
- การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการปฏิบัติ
- การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล
- การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข
- การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- องค์กรของท่านได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง
- ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีอะไรบ้าง
- แนวทางแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

3. ผู้ประกอบการภาคเอกชน มีประเด็นในการสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทสถานประกอบการ รูปแบบสถานประกอบการ ลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวนแรงงานในสถานประกอบการ จำนวนปีที่ตั้งกิจการ ประเภทลูกค้า

ตอนที่ 2 ประเภทของผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 4 โครงการส่งเสริมหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการดำเนินงาน

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ขีดความสามารถ

- การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการตลาด ได้แก่ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ การบริการ / กิจกรรมที่ดำเนินการ การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ สถานที่ / สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก /

การคมนาคม การส่งเสริมการขาย (การพัฒนาข้อมูลข่าวสาร / การประชาสัมพันธ์) และมีจุดแข็ง จุดอ่อน อย่างเป็นบ้าง

- การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การผลิตสินค้า / บริการ / กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่มีศักยภาพเพียงใด การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมาและในอนาคต กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นอย่างไร และมีจุดแข็ง จุดอ่อน อย่างไร

ตอนที่ 6 การมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว

- ร่วมคิด วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ระดับใด

- ร่วมวางแผนการบริหารและกำหนดกิจกรรม

- ร่วมดำเนินการ

- ร่วมสนับสนุนงบประมาณ

- มีส่วนร่วมรับประโยชน์จากกิจกรรม

- ร่วมติดตามประเมินผล

- ร่วมแก้ไขปัญหา / พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. ศักยภาพในการพัฒนาและข้อจำกัดเพื่อการท่องเที่ยว

2. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว

4. แบบสอบถามประชาชน มีประเด็นในการสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพปัจจุบัน เวลาอาศัยอยู่ในชุมชน

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

- ในท้องถิ่นมีการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การท่องเที่ยวประเภทใดในท้องถิ่นของท่านมีนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยว (โปรดจัดลำดับความ

สำคัญ 3 ลำดับ)

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

- การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา

- การมีส่วนร่วมในการวางแผน

- การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการปฏิบัติ

- การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล

- การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข

- การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- การได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว

- แนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยว

5. แบบสอบถามนักท่องเที่ยวไทย มีประเด็นคำถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

- ประเภทของการท่องเที่ยวที่มีในท้องถิ่น
- จัดลำดับความนิยมของนักท่องเที่ยว
- ความสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อ
- เหตุผลในการเลือกตัดสินใจท่องเที่ยวต่อ

ตอนที่ 3 คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว

- ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว
- การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- ลักษณะทางสังคม
- มิติทางศิลปวัฒนธรรม
- คุณค่าทางการเรียนรู้
- การบริหารจัดการ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ได้ข้อมูลทั้งหมด จำนวน 128 ฉบับ โดยนำข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำแบบสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น

1. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และนำเสนอด้วยการพรรณนา

2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชน ใช้การวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในการหาค่าความถี่ร้อยละ สำหรับคำถามที่เป็นแบบเลือกตอบ และการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อคำถาม ที่เป็นแบบปลายเปิด

3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการ ประชาชน และนักท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์ ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยการหาค่าความถี่ร้อยละ สำหรับคำถามที่เป็นแบบเลือกตอบหาค่าเฉลี่ย แบบถ่วงน้ำหนัก สำหรับคำถาม แบบจัดอันดับ และการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อคำถามที่เป็นปลายเปิด

การให้คะแนนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

การนำคะแนนของระดับประเมินมารวบรวมหาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

การให้คะแนนคุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

การนำคะแนนของระดับประเมินมารวบรวมหาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

การนำคะแนนของระดับประเมินมารวบรวมหาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

การให้คะแนนคุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของ
นักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยว คุณลักษณะและปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพที่สามารถเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน โดยเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพและปริมาณ ผู้ศึกษาขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จำนวน 2 กลุ่ม คือ

เชิงคุณภาพ

1. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน
3. ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

เชิงปริมาณ

1. ประชาชนในพื้นที่
2. นักท่องเที่ยว

และพื้นที่ที่ทำการศึกษา 3 ตำบล ดังนี้

1. ตำบลสามโคก
2. ตำบลคลองควาย
3. ตำบลเชียงรากน้อย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก กรณีศึกษา : หนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล สามารถสรุปผล ได้ ดังนี้

กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน

ตอนที่ 1

1. ความเป็นมาของการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

จากนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในด้านการพัฒนาแหล่งบริการการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาบริการการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยว การติดตามประเมินผลการทำงานของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว ในแต่ละพื้นที่ของท้องถิ่น โดยเป็นผู้ให้นโยบาย แผน และติดตามประเมินผล การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีได้ดำเนินกิจกรรมตามพันธกิจของกระทรวงในการให้การสนับสนุน ส่งเสริม วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ตามระยะเวลาที่ทางราชการกำหนดไว้แล้ว เช่น กิจกรรมทางศาสนา ประเพณี ตักบาตรพระร้อย ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง และประเพณีสงกรานต์ข้าวมอญ

จากที่จังหวัดปทุมธานีมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลายแห่ง อีกทั้งยังอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ภาครัฐและภาคเอกชน ร่วมกันดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว โดยมีการรวมกลุ่มกัน คือ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ครู อาจารย์ พ่อค้า ประชาชนองค์กรต่างๆ ในจังหวัดปทุมธานี จึงทำให้ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี เป็นไปตามแผนและนโยบายของระดับกระทรวงและจังหวัด

2. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

นโยบายจังหวัดปทุมธานีได้มีการปรับเปลี่ยนทุกปี มีการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆ ของชุมชน ทำกิจกรรมให้สอดคล้องกัน มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันเพื่อของบประมาณ ได้เสนอของบประมาณสร้างเส้นทางวัฒนธรรม อีกโครงการหนึ่ง คือ โครงการสายวัฒนธรรมไทยสายไขชุมชน เป็นโครงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เน้นการท่องเที่ยวทางน้ำ ซึ่งค่อนข้างจะเห็นผลชัดเจนมากกว่าทางบก โดยมีจุดขาย คือ วัดต่างๆ เตาโออ่าง ศิลปวัฒนธรรมข้าวมอญ ซึ่ง วัดแต่ละวัดตั้งอยู่ไม่ห่างไกลกันมากนัก สามารถฟื้นฟูการท่องเที่ยวทางน้ำได้ เช่น ทำบุญ 9 วัด ไหว้พระวันเดียวท่องเที่ยวปทุมธานี จัดแผนเชิงรุกเพื่อให้สถานที่ต่างๆ รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ที่เป็นแผนระยะ 4 ปี เริ่มปี 2552 แล้วขยายพื้นที่ออกไปเรื่อยๆ

3. แผนเชิงรุก/แผนปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (แผนระยะสั้น/แผนระยะยาว)

แผนยุทธศาสตร์เชิงรุกได้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของสนับสนุนการฝึกอบรมมัคคุเทศก์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เช่น เจ้าของร้านอาหาร เจ้าของโรงแรม เจ้าของสนามกอล์ฟ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในส่วนขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีการจัดสัมมนา อบรม ประชุม เพื่อทราบนโยบายของภาครัฐอยู่เสมอ แนวโน้มสำหรับการผลักดันด้านการตลาดได้เชิญผู้เชี่ยวชาญมาแนะแนวทางว่าจะผลักดันพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างไร

ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ จังหวัดปทุมธานี ได้มีการวางแผนการท่องเที่ยวร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล อากาศอัญมณี โดยจัดทำหนังสือแจกจ่ายให้กับทุกภาคส่วนของราชการในจังหวัดปทุมธานี กระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ขับเคลื่อนแผนงานหลักการจัดการท่องเที่ยวแบบไหว้พระ 9 วัด เริ่มจากสถานที่วัดในตัวจังหวัดปทุมธานี โดยดูศักยภาพของแต่ละวัด ว่าสามารถจะรองรับนักท่องเที่ยวทางเรือ ได้เพียงใด เช่น วัดสิงห์ ไม่มีท่าเทียบเรือใหญ่ แต่จะจัดในรูปแบบของ Bicycle Rally และ Walk Rally ซึ่งเป็นงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด

4. การพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัด

การท่องเที่ยวได้จัดให้มีการจัดฝึกอบรมขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว โดยทำเป็นจุดเฉพาะที่สำคัญๆ ก่อน หากเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชน จะมาร่วมประชุมและสัมมนา ด้านกายภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดปทุม แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. ส่วนตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นวัฒนธรรมแบบตะวันตก เนื่องจากมีความเจริญก้าวหน้าทางวัฒนธรรมที่รวดเร็วมาก การท่องเที่ยวจึงเป็นลักษณะการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์กาญจนภิเษก หอศิลป์ปิ่นและพิพิธภัณฑ์ต่างๆ มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวชมกันมาก โดยที่ภาครัฐมีงบประมาณ มีการจัดการอย่างเป็นระบบเป็นอย่างดี

2. ส่วนตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นอารยธรรมตะวันออก ต้องการคงสภาพเดิมเอาไว้ เพราะเป็นแหล่งอารยธรรมโบราณสมัยอยุธยา เช่น วัดสิงห์ วัดตำหนัก วัดไก่เตี้ย วัดท้ายเกาะ ด้วยการคงเอกลักษณ์วิถีชีวิตชาวชุมชนท้องถิ่น นอกจากนั้น จัดให้มีการท่องเที่ยวทั้งทางน้ำและ ทางบกโดยการวางแผนให้มีการเที่ยวชมโบราณสถาน เริ่มตั้งแต่ศาลากลางจังหวัดปทุมธานี ศาลเก่าพระบรมรูปรัชกาลที่ 5 เน้นตรงจุดที่มีความพร้อมก่อน โดยมีการร่วมประชุมแบบบูรณาการกับการท่องเที่ยว เนื่องจากบุคลากรมีอย่างจำกัด จึงต้องร่วมมือกับทุกฝ่าย เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5. ความสำเร็จ/ความล้มเหลว/ปัญหา/อุปสรรค

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาประสบความสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งเริ่มพัฒนามาตั้งแต่ปี 2546 โดยมีการผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม ด้วยงบประมาณ จากการพัฒนาจังหวัด เร่งพัฒนาด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ด้านการจัดการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ จัดทำหนังสือการท่องเที่ยว สำหรับภาคเอกชนไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร เนื่องจากธุรกิจสามารถ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้โดยไม่ต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวแต่อย่างใด

ปัญหาและอุปสรรคที่ผ่านมาของการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ผู้บริหารยังให้ความสำคัญน้อยเกินไปและไม่ได้ดำเนินการอย่างจริงจัง จึงทำให้การท่องเที่ยวซบเซาลงไปบ้างแต่ก็ไม่มากนัก แม้จะมีงบประมาณในส่วนของการท่องเที่ยว แต่บางครั้งงบประมาณจะถูกนำไปใช้ในด้านอื่น อีกด้านหนึ่งคือ ถนนหนทางคับแคบไป ห้องน้ำ ห้องส้วม ยังมีไม่เพียงพอกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมาแล้วไม่กล้ามาเที่ยวอีก แต่ในขณะที่เดียวกันบางชุมชนก็ไม่ต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากนักเพราะต้องการความสงบตามวิถีชีวิตของตนเอง ในรอบปีที่ผ่านมาถือว่าผลงานยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากงบประมาณเมื่อปีที่ผ่านมาอนุมัติให้มาได้น้อยมากแต่หันมาสร้างมูลค่าทางจิตใจขึ้นแทน

6. หน่วยงาน และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี คือ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคกลางเขต 6 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจะดูแลการท่องเที่ยว 4 จังหวัด คือ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดอ่างทอง จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดนนทบุรี โดยมีการผลักดันเรื่องการตลาดการท่องเที่ยว โดยสำนักงานปลัดการท่องเที่ยวจะดูแลรับผิดชอบเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการ สำหรับองค์กรภาคเอกชนที่เข้าร่วมสนับสนุน คือ สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี องค์กรการบริหารส่วนตำบล องค์กรการบริหารส่วนจังหวัด ได้มีส่วนร่วมในการผลักดัน สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานแต่ละครั้ง โดยจัดทำโครงการเสนอขอประมาณขี้นมาในแต่ละปี

7. รูปแบบการจัดการบริหารด้านการท่องเที่ยว

รูปแบบการบริหารด้านงบประมาณ

ได้รับงบประมาณจัดสรรมาจากส่วนกลางและมีการแต่งตั้งคณะทำงานขึ้นมา โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน และร่วมกันทำกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่ละหน่วยงานในจังหวัดจะเป็นฝ่ายจัดทำใบปลิว แผ่นพับ

นอกจากนั้นยังได้ทำการประชาสัมพันธ์กับชุมชน โดยการใช้วิทยุชุมชนกระจายเสียง แหล่งเผยแพร่ข้อมูลศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี อำเภอธัญบุรี แต่ในขณะเดียวกันงบประมาณทางด้านการประชาสัมพันธ์ได้รับการจัดสรรไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน ทำให้การดำเนินกิจกรรมขาดช่วงและขาดความต่อเนื่อง ไม่มีการสร้างกระแสให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีก ทำให้การท่องเที่ยวซบเซาลง การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันนี้ ต้องหางบประมาณโดยการเขียนหนังสือเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี และประเพณีท้องถิ่นเมืองปทุมธานี ผ่านเว็บไซต์ โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุน โฆษณาประชาสัมพันธ์

8. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ การจัดกิจกรรมลานวัฒนธรรมและอาหารพื้นบ้าน รวมทั้งจัดกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 วัด ในจังหวัดปทุมธานี กิจกรรมนำพา เช่น ชุมชนชาวมอญในท้องถิ่นมีร่องวงที่นำมาจากบ้านเกิดเมืองนอนของตน มีความเป็นมาของปีพาทย์มอญ โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวได้มาชมและสัมผัสสิ่งเหล่านี้ อย่างใกล้ชิดในรูปแบบของกิจกรรม Walk Rally

9. หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่สำคัญของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1. ตำบลสามโคก ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่สำคัญของตำบล คือ ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ไม้บัว กลุ่มผลิตภัณฑ์จากคินเภา หัตถกรรมจากคิน
2. ตำบลคลองควาย ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่สำคัญของตำบล คือ กลุ่มอาชีพสตรีคลองควาย กะละแม กระจยาสารท กลุ่มอาชีพบ้านโพธิ์ ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่

3. ตำบลเชียงรากน้อย ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่สำคัญของตำบล คือ กลุ่มอาชีพ ไม้กวาดอ่อนดอกหญ้า

10. การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว

จังหวัดปทุมธานีมีเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีที่สะดวกหลายเส้นทาง โดยแบ่งการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว 3 ลักษณะ คือ เส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ ทางบก ภายในกลุ่มจังหวัดและการท่องเที่ยวเชื่อมโยงนอกกลุ่มจังหวัด โดยมีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนี้

1. ท่องเที่ยวชม โบราณสถานแหล่งประวัติศาสตร์
2. ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
3. ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
4. ท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา
5. ท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
6. ท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
7. ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ เช่น งานสงกรานต์ คักบาตรพระร้อย พิธีโกนจุก

11. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

การประชาสัมพันธ์ของจังหวัดปทุมธานี เน้นการใช้รถบรรทุกขนาดเล็กในการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์มากที่สุด เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด นอกจากนั้น ได้จัดทำสื่อ การประชาสัมพันธ์และโฆษณาทางเว็บไซต์ หนังสือการท่องเที่ยว วิทยุชุมชน แผ่นพับ ใบปลิว และที่สำคัญคือใช้กิจกรรมศิลปร่วมสมัย โดยวิธีการแสดงข่าว บอกข่าวผ่านสื่อมวลชน และที่สำคัญสุด ใช้วิธีการสร้างเครือข่ายกับองค์กรส่วนท้องถิ่นและองค์กรภาคเอกชน แต่ในขณะเดียวกัน กิจกรรมต่างๆ จะขึ้นอยู่กับงบประมาณในแต่ละปีของกระทรวง และจังหวัด

12. การตลาดและการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดปทุมธานีมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง คือ พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติในหลวง รัชกาลที่ 9 ครบ 50 ปี พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ หออัครศิลป์ หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ พิพิธภัณฑ์กาญจนาภิเษกท้องฟ้าจำลอง ซึ่งทันสมัยที่สุดในภาคพื้นเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ แหล่งท่องเที่ยวดังที่กล่าวมานี้แม้แต่ประชาชนในจังหวัดปทุมธานีอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ดังกล่าว โบราณสถาน โบราณวัตถุเหล่านี้ยังไม่ได้รับการผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง แม้จะมีการผลักดันแต่ยังไม่ถูกกลุ่มเป้าหมาย ดังเช่น ที่อำเภอสามโคกมีชุมชนชาวมอญ มีวัฒนธรรมประเพณีที่ดี มีเตาโอ่งอ่าง ซึ่งยังคงอนุรักษ์เอาไว้ แต่นักท่องเที่ยว ไม่ได้แวะเข้าไปเยี่ยมชม

ในด้านการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอื่นยังต้องพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำยังไม่มีท่าเทียบเรือขนาดใหญ่หรือบางแห่งท่าเทียบเรือดินเงิน
2. งบประมาณจากภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่เพียงพอ ต่อการฟื้นฟูบูรณะปฏิสังขรณ์ โบราณสถาน และภูมิทัศน์ ให้สวยงามและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
3. ปัญหาอุปสรรคกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ ทำให้น้ำท่วมขัง และการพังทลายของพื้นดินบริเวณริมแม่น้ำ
4. ปัญหาด้านบุคลากรในระดับผู้รู้ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น นับวันจะน้อยลงทุกที ไม่มีการสืบทอด ในขณะที่เดียวกันนักวิชาการในสถาบันระดับอุดมศึกษาหลายแห่ง ยังไม่เข้ามาทำการศึกษากันอย่างจริงจัง
5. ประเพณีของท้องถิ่น ประชาชนส่วนมากยังไม่ทราบ เพราะปัจจัยด้านสถานที่และงบประมาณไม่เอื้ออำนวย เช่น ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง การแข่งขันจุดลูกหนูของชาวมอญตามวัดต่างๆ
6. ปัญหานักท่องเที่ยวที่ผ่านไปมาไม่แวะเที่ยวชม ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเสียรายได้ และเสียโอกาส แต่ในขณะเดียวกันปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งก็มาจากสถานที่ท่องเที่ยวไม่พร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวที่แวะมาเที่ยวชมในด้านต่างๆ ด้วย

13. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวคือ มุ่งไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เน้นนักศึกษา ครู อาจารย์ และประชาชนทั่วไป โดยมีการเชิญชวนให้มาดูงาน และมาศึกษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดปทุมธานี ในปัจจุบันนับได้ว่าการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เพราะมีพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ หออัครศิลป์ และพิพิธภัณฑ์อื่นๆ อีกมากมาย สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการบริหารจัดการ

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการบริหารจัดการ

กิจกรรม	จำนวน n=15	ร้อยละ
กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์	14	93.3
2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	15	100.0
3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์	-	-
4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1	6.1
5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	2	13.3
6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา	15	100.0
7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	8	53.3
8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา	-	-
9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ	13	86.7

จากตารางที่ 4.1 พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่น่าสนใจ ได้แก่ การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา ร้อยละ 100.0 และรองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ร้อยละ 93.3 และการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ร้อยละ 86.7

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน ได้ให้ความสำคัญเห็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี โดยให้ชุมชนท้องถิ่นได้เล็งเห็นความสำคัญของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ และจัดกิจกรรมการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี เป็นประจำทุกปี ส่วนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนาและโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ มีการบูรณะซ่อมแซม จัดภูมิทัศน์ให้สวยงาม เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด นอกจากนี้การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น จัดให้มีกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวมอญอำเภอสามโคก ตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ และความผูกพันของชาวไทยมอญกับพุทธศาสนา โดยมีวัดเป็นแหล่งรวมในการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้บริหาร

การมีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	(\bar{X})	S.D.	
การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา			
1. มีการจัดประชุม/สัมมนาเพื่อให้ความรู้และรับฟังปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.40	.73	ปานกลาง
2. การสนับสนุนให้ใช้ที่ทำการขององค์กรเป็นศูนย์รับฟังความคิดเห็น และปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.47	1.06	มาก
3. การเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้แสดงความคิดเห็น และนำเสนอปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่	3.80	.77	มาก
4. การให้ความสำคัญกับปัญหาทุกด้านที่อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของท้องถิ่น	3.67	1.11	มาก
5. การช่วยแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยว	2.93	.70	ปานกลาง
รวม	3.41	.87	มาก
การมีส่วนร่วมในการวางแผน			
6. การร่วมเสนอและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการจัดทำแผนที่	3.67	1.29	มาก
7. การส่งเจ้าหน้าที่เข้าร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.60	.82	มาก
8. การจัดทำแผนปฏิบัติการเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี	3.20	1.08	ปานกลาง
9. การทบทวนแผนและโครงการ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้มีความเหมาะสม และทันต่อเหตุการณ์	3.13	.99	ปานกลาง
รวม	3.40	.99	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	(\bar{X})	S.D.	
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ			
10. การจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.33	1.11	ปานกลาง
11. การจัดให้มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่น	2.73	.88	ปานกลาง
12. การสนับสนุนด้านงบประมาณในการจัดการท่องเที่ยวแก่ท้องถิ่น	2.67	.90	ปานกลาง
13. การควบคุมการประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยวให้อยู่ในความถูกต้องและเหมาะสม	3.13	.91	ปานกลาง
14. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.80	.86	ปานกลาง
รวม	2.90	.93	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล			
15. การติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นประจำ	2.73	1.03	ปานกลาง
16. การประเมินผลกระทบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นประจำ	2.93	1.03	ปานกลาง
17. การจัดทำรายงานการประเมินการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.33	1.13	ปานกลาง
รวม	2.99	1.06	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข			
18. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและฟื้นฟูสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.60	.98	มาก
19. การมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	3.13	.99	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	(\bar{X})	S.D.	
20. มีการประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานต่างๆ ทุกภาคส่วนในการบำรุงรักษาและปรับปรุง การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.47	.83	มาก
21. การรณรงค์ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการ บำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข	3.80	.77	มาก
รวม	3.75	.64	มาก
การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์			
22. การกระจายและแบ่งปันผลประโยชน์จากการ ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่ม/ผู้มี ส่วนเกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรม	2.67	.72	ปานกลาง
23. การกำหนดวัตถุประสงค์และวางแผนการบริหาร ผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ไว้ล่วงหน้า	2.87	.74	ปานกลาง
24. การรายงานให้สมาชิกและประชาชนในท้องถิ่น ได้ทราบเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่เกิดจาก การท่องเที่ยว	3.00	.84	ปานกลาง
รวม	2.84	.77	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21	.89	ปานกลาง
<p>จากตารางที่ 4.2 กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชนมีความ คิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$) โดยมีรายละเอียดดังนี้</p>			

การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหาในภาพรวม ผู้นำชุมชน/ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลเห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.41$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมในการเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่น ได้แสดง ความคิดเห็นและนำเสนอปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ การมีส่วนร่วมในการให้ความสำคัญกับปัญหาทุกด้านที่อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของท้องถิ่น มีการร่วมสนับสนุนให้ใช้ที่ทำการขององค์กร เป็นศูนย์รับฟังความคิดเห็น และปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมในการช่วยแก้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40, 3.47, 3.80$ และ 3.67 ตามลำดับ) และการมีส่วนร่วมในการจัดประชุม/สัมมนาเพื่อให้ความรู้ และรับฟังปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.93$)

การมีส่วนร่วมในการวางแผนในภาพรวม กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน เห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การร่วมเสนอและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการจัดทำแผน มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$) การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนปฏิบัติการเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี และการมีส่วนร่วมในการทบทวน แผนและ โครงการเพื่อปรับปรุงและพัฒนา ให้มีความเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.13$) และการมีส่วนร่วมในการส่งเจ้าหน้าที่เข้าร่วมประชุม เพื่อจัดทำแผนการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$)

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการปฏิบัติในภาพรวม กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน เห็นว่า มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.93$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น การควบคุมการประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยวให้อยู่ในความถูกต้องและเหมาะสม และการสนับสนุนด้านงบประมาณในการจัดการท่องเที่ยวแก่ท้องถิ่น มีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง และปานกลาง ($\bar{X}=2.80$ และ 2.67 ตามลำดับ) และการจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการจัดให้มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่ประชาชน มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.33$ และ 2.73 ตามลำดับ)

การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลในภาพรวม กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน เห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.99$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไขในภาพรวม ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/กลุ่มผู้นำชุมชน เห็นว่า มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การพัฒนาและฟื้นฟูสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการรณรงค์ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไขมีส่วนร่วม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$)

และ 3.80 ตามลำดับ) การประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานต่างๆ ทุกภาคส่วนในการบำรุงรักษาและปรับปรุงการท่องเที่ยวในท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.47$ และการกำหนดมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.13$)

การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์ในภาพรวม กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชนเห็นว่า มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.84$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การกระจายและแบ่งปันผลประโยชน์จากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่ม/ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.67$) และการกำหนดวัตถุประสงค์และวางแผนการบริหารผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ไว้ล่วงหน้ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.87$) และการรายงานให้สมาชิกและประชาชนในท้องถิ่น ได้ทราบเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.00$)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. องค์กรได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว

การได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว พบว่า

1. ภาครัฐมีการจัดการการบริหารร่วมกับภาคเอกชน ให้ความสำคัญและสนับสนุนการจัดกิจกรรม

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมมากขึ้นกว่าเดิม

3. ทำให้ประเพณีบางอย่างที่เคยเกือบจะสูญหายไป กลับจะยังคงมีอยู่ตลอดไป

4. มีร้านค้าขายของที่ระลึกเพิ่มขึ้น และมีการปรับปรุง ซ่อมแซม ห้องน้ำ ห้องสุขา ให้มีความสะอาดและมีไว้บริการอย่างเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว

5. มีศูนย์จำหน่ายสินค้าทางการท่องเที่ยวของประชาชนในพื้นที่

6. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น หลากหลายรูปแบบ

7. มีศูนย์ข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวไว้บริการให้แก่นักท่องเที่ยว

สำหรับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น จะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยตรง เนื่องจากเป็นหน่วยงานสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่ชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่และชุมชน เพราะประชาชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น หน่วยงานภาครัฐให้มีการดูแลรักษาความสะอาดภายในชุมชนมากขึ้น ส่งผลให้ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามไปด้วย

2. ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

กลุ่มผู้นำชุมชน/ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล ได้เสนอปัญหา อุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ดังนี้

2.1 ประชาชนในท้องถิ่นยังไม่เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเท่าที่ควร

2.2 เจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนขาดความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ทำให้ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวไม่ไปสู่เป้าหมายที่วางเอาไว้เพราะขาดหน่วยงานของรัฐมาคอยกำกับดูแลให้คำแนะนำ

2.3 งบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวน้อยเกินไป

2.4 ขาดการประสานงานกับหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่รับผิดชอบ โดยตรงเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสามโคกอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

3. แนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ผู้นำชุมชน/ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล ได้เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นไว้ดังนี้

3.1 ควรปลูกฝังให้ประชาชนมีความรักและหวงแหนในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่ทุกแห่งของพื้นที่

3.2 ควรปลูกจิตสำนึกในเรื่องการรักษาความสะอาดให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว

3.3 ควรมีหน่วยงานกลางในการประสานงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ และการจัดหางบประมาณมาสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน n=10	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	7	70.0
หญิง	3	30.0
อายุ		
ต่ำสุด 38 ปี สูงสุด 70 ปี อายุเฉลี่ย 55 ปี		
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	9	90.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	-	-
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	-	-
ปริญญาตรี	1	10.0
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
ประเภทสถานประกอบการ		
ที่พัก (โรงแรม/เกสเฮ้าส์/รีสอร์ท/วิลล่า/โฮมสเตย์)	2	20.0
สถานที่ท่องเที่ยว	3	30.0
ร้านอาหาร	5	50.0
รูปแบบสถานประกอบการ		
ร้านอาหารไทย	4	40.0
ร้านอาหารเทศ	-	-
ร้านขายของที่ระลึก	2	20.0
การบริการนำเที่ยว	1	10.0
บริการพาหนะเช่า	3	30.0
อื่นๆ		

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน n=10	ร้อยละ
ลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจ		
เป็นเจ้าของคนเดียว	7	70.0
มีหุ้นส่วน	3	30.0
จำนวนแรงงานในสถานประกอบการ		
ไม่มี	5	50.0
มี	5	50.0
จำนวนปีที่ตั้งกิจการ		
ต่ำสุด 5 ปี สูงสุด 54 ปี เฉลี่ย 15 ปี		
ประเภทของลูกค้า		
นักท่องเที่ยวชาวไทย	1	10.0
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	-	-
นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	4	40.0
อื่นๆ	5	50.0

จากตารางที่ 4.3 ผู้ประกอบการเป็นเพศหญิง ร้อยละ 30.0 เพศชาย ร้อยละ 70.0 มีอายุเฉลี่ย 55 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 38 ปี และอายุสูงสุด 70 ปี ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับระดับประถมศึกษา ร้อยละ 90.0 รองลงมา ได้แก่ ปริญญาตรี ร้อยละ 10.0 ประเภทสถานประกอบการเป็นร้านอาหาร ร้อยละ 50.0 โดยส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการแบบร้านอาหารไทย ร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของธุรกิจคนเดียว ร้อยละ 70.0 เฉลี่ย มีจำนวนแรงงานในสถานประกอบการ ร้อยละ 50.0 จำนวนปีที่ตั้งกิจการเฉลี่ย 15 ปี ต่ำสุด 5 ปี สูงสุด 54 ปี ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นประชาชนทั่วไป ร้อยละ 50.0

ตอนที่ 2 ประเภทของผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.4 ประเภทของผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ชุมชน	จำนวน n = 10	ร้อยละ
อาหาร		
มี	6	60.0
ไม่มี	4	40.0
เครื่องคั้น		
มี	6	60.0
ไม่มี	4	40.0
เสื้อผ้า		
มี	2	20.0
ไม่มี	8	80.0
เครื่องแต่งกาย		
มี	2	20.0
ไม่มี	8	80.0
เครื่องใช้		
มี	5	50.0
ไม่มี	5	50.0
เครื่องประดับ		
มี	7	70.0
ไม่มี	3	30.0
ศิลปะประดิษฐ์		
มี	5	50.0
ไม่มี	5	50.0
ของที่ระลึก		
มี	6	60.0
ไม่มี	4	40.0
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา		
มี	3	30.0
ไม่มี	7	70.0
สมุนไพรที่เป็นอาหารและยา		
มี	3	30.0
ไม่มี	7	70.0

จากตารางที่ 4.4 ประเภทของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 70.0 รองลงมาเป็นจำพวก อาหาร เครื่องดื่ม ของที่ระลึก ร้อยละ 60.0 เท่ากัน เครื่องประดับและ ศิลปประดิษฐ์ ร้อยละ 50.0 เท่ากัน สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยาและสมุนไพรที่เป็นอาหารและยา ร้อยละ 30.0 เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 20.0 เท่ากัน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ประเด็น	ความคิดเห็น		การแปลผล
	(\bar{X})	S.D.	
1. ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน	4.10	.99	มาก
2. ผลิตภัณฑ์ได้รับลิขสิทธิ์ทางปัญญา	3.50	1.35	มาก
3. จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.50	.85	มาก
4. ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.40	1.07	ปานกลาง
5. ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.10	.99	ปานกลาง
6. การมีส่วนร่วมของชุมชน	2.70	1.05	ปานกลาง
7. การบริหารจัดการ	2.50	1.08	น้อย
8. สร้างรายได้หลักให้กับสมาชิก	2.80	1.13	ปานกลาง
9. การลดความยากจน	3.20	1.03	ปานกลาง
10. ลดการอพยพแรงงาน ไปนอกหมู่บ้าน	2.80	1.03	ปานกลาง
11. ความสามารถในการตลาด	2.90	.99	ปานกลาง
12. ความเป็นไปได้ของโครงการ	3.30	.94	ปานกลาง
13. เป็นนโยบายแก้ไขปัญหาความยากจน	3.10	.73	ปานกลาง
14. เป็นนโยบายเศรษฐกิจรากหญ้า	2.90	1.28	ปานกลาง
15. ความสอดคล้องของโครงการกับ นโยบายของรัฐ	3.20	1.13	ปานกลาง
16. การกระจายโอกาสการประกอบอาชีพ ให้กับชุมชนรากหญ้า	3.50	1.17	มาก
17. สร้างอาชีพหลัก/ความเป็นอยู่ดีขึ้น	2.90	1.10	ปานกลาง
18. ตรงตามความต้องการของชุมชน	3.00	1.05	ปานกลาง
19. กระจายรายได้และผลประโยชน์ร่วมกัน	3.00	1.24	ปานกลาง
รวม	3.12	1.06	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในชุมชนท้องถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.12$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประเด็นผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) ผลิตภัณฑ์ได้รับลิขสิทธิ์ทางปัญญา จุดจำหน่ายช่องทางการจำหน่าย การลดความยากจนเป็นนโยบายรากหญ้ากระจายโอกาส ตรงตามความต้องการ และกระจายรายได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.50, 3.40, 3.20, 3.00, 2.90$) ตามลำดับ ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สร้างรายได้หลัก ลดการอพยพแรงงาน สร้างอาชีพหลัก มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.10, 2.90, 2.80$) ตามลำดับ ในขณะที่การมีส่วนร่วมของชุมชน อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.70$)

ตอนที่ 4 . โครงการส่งเสริมหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการดำเนินงาน

จากการที่รัฐบาลได้มีโครงการส่งเสริมและสนับสนุน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มาตั้งแต่รัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร จนมาถึงรัฐบาลสมัยปัจจุบัน ได้มีผลต่อการดำเนินงาน ดังนี้คือ องค์กรภาครัฐให้การส่งเสริม สนับสนุน ไม่ดีเท่าที่ควร ขาดปัจจัยหลายๆ ด้าน ซึ่งเป็นผลกระทบมาจาก การเมืองภาวะเศรษฐกิจ และสังคม จึงส่งผลให้องค์กรระดับท้องถิ่นขาดงบประมาณสนับสนุน เครือข่ายทางการตลาดหายไป ชื่อเสียงและความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าขาดความสนใจและไม่ใส่ใจต่อผู้บริโภค ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถูกปิดลงหลายแห่ง เนื่องจากไม่มีงบประมาณในการดำเนินงาน ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์จากองค์กรต่างๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น ไม่มีเผยแพร่ ทำให้กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตกอยู่ในช่วงวิกฤต บางแห่งต้องปิดกิจการลงที่สามารถประกอบการได้ในปัจจุบัน กลับกลายเป็นธุรกิจรอบครัวไปแล้ว

ตอนที่ 5 . การวิเคราะห์ขีดความสามารถ

5.1 การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการตลาด

1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์/การบริการ/กิจกรรมที่ดำเนินการอยู่

สินค้ามีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ดอกไม้โยบัว ประคิษฐ์ด้วยผ้าและอุปกรณ์ต่างๆ เป็นแจกันและกระถางดอกบัว ผลิตภัณฑ์โคมไฟไม้ไผ่ทำด้วยไม้ไผ่และไม้อื่นๆ เครื่องปั้นดินเผาที่ตกแต่งด้วย ลวดลายต่างๆ ไม้กวาดดอกหญ้าอ่อน และขนมกะละแมโบราณ

การบริการและกิจกรรมที่ดำเนินการอยู่ไม่ดีเท่าที่ควร ขาดการสนับสนุนในทุกๆ ด้าน การจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าไม่มีคู่แข่ง 2. วัสดุหาง่าย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การประชาสัมพันธ์ไม่ดีพอ 2. ไม่มีทีมงานด้านการตลาด 3. การตลาดที่เป็นอยู่ยังไม่ดีพอ

2. การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์/ค่าบริการ

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าที่ผลิตเองและขายเองจะมีราคาถูก เพราะไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง 2. การกำหนดราคาสินค้าจะใช้มาตรฐานราคา 3. มีการกำหนดราคาขายที่แน่นอน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีราคาสูงขึ้น อาจทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น 2. เริ่มมีคู่แข่งการตลาดจากพื้นที่อื่น เข้ามาจำหน่าย

3. สถานที่/สภาพแวดล้อม/สิ่งอำนวยความสะดวก/การคมนาคม

เป็นโรงเรือนขนาดกลาง กว้างขวาง การคมนาคมสะดวกและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ไปด้วยสะดวก ถนนเป็นคอนกรีตเสริมเหล็กตลอดสาย สถานที่ที่เป็นสถานประกอบการ หรือแหล่งผลิตสินค้าของชุมชนมีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมดี อุปกรณ์เครื่องใช้ในการผลิตมีพร้อมและถูกหลักโภชนาการ

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> 1. โรงเรือนสะอาด 2. พื้นที่การทำงานแบ่งเป็นสัดส่วน 3. อยู่ในแหล่งชุมชน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. อยู่ในซอย ไม่มีป้ายบอกทาง 2. ระยะทางจากถนนใหญ่เข้าสู่สถานที่ผลิตไกลไป หล้าบาก

4. การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ที่ใช้คือ สื่อบุคคล จัดกิจกรรมการขาย เปิดศูนย์จำหน่าย มหกรรมออกร้านของจังหวัด แผ่นพับ โปสเตอร์ และเว็บไซต์

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีที่ทำการตลาด 2. มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย 3. มีลูกค้าประจำ	1. งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างจำกัด

2.2 การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการ

1. การผลิตสินค้า/บริการ/กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่

การผลิตสินค้ามีศักยภาพสูง มีแรงงานในพื้นที่เพียงพอต่อการผลิต ให้บริการจัดส่งถึงมือลูกค้า ให้บริการในที่ทำการผลิตทุกวัน เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม การสาธิตผลิตภัณฑ์ และถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลผู้สนใจทั่วไป

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการผลิต 2. ไม่มีคู่แข่ง 3. เปิดโอกาสให้พนักงานทำงานได้อย่างอิสระ 4. ทำมาก ได้มาก ทำน้อย ได้น้อย 5. เปิดให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจเข้าชมการสาธิตได้ทุกชั้นตอน	1. ขาดการสนับสนุนจากจังหวัด 2. สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งที่ม 3. ค่าแรงไม่สูง 4. แรงงานในพื้นที่ยังให้ความสนใจน้อยมาก

2. การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. พัฒนาบุคลากรด้านการบริการและการผลิตอย่างต่อเนื่อง	1. พื้นที่ยังขาดจุดขายด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน 2. นักท่องเที่ยวไม่ค่อยได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด 3. ขาดการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว

3. อนาคตของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีการตื่นตัวที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น 2. แหล่งท่องเที่ยวให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ 3. นำเอาเอกลักษณ์และวิถีชีวิตท้องถิ่นมาเป็นจุดขายมากขึ้น 4. คนในท้องถิ่นยังคงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี 5. มีแหล่งสถานที่โบราณและศิลปวัฒนธรรมให้ศึกษาค้นคว้า	1. มีคู่แข่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอนาคต 2. ขาดงบประมาณ 3. ขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 4. ขาดการประชาสัมพันธ์ 5. ขาดความร่วมมือจากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน

ตอนที่ 6. การมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

การจัดการ	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	(\bar{X})	S.D.	
1. ร่วมคิด วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่	2.60	1.50	ปานกลาง
2. ร่วมวางแผนการบริหารและกำหนดกิจกรรม	2.80	1.81	ปานกลาง
3. ร่วมดำเนินการ			
3.1 ร่วมประชุม	2.90	1.72	ปานกลาง
3.2 ร่วมจัดกิจกรรม	3.10	1.79	ปานกลาง
3.3 ร่วมกิจกรรม	2.80	1.47	ปานกลาง
4. ร่วมสนับสนุนงบประมาณ	3.10	1.44	ปานกลาง
5. มีส่วนร่วมรับประโยชน์จากกิจกรรม			
5.1 มีรายได้เพิ่มขึ้น	3.50	1.17	มาก
5.2 มีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น	3.40	.96	ปานกลาง
5.3 มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ	3.20	1.13	ปานกลาง
5.4 มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น	3.40	.96	ปานกลาง
5.5 เกิดความสามัคคี/ร่วมมือ	3.00	1.15	ปานกลาง
5.6 เกิดความภาคภูมิใจ	3.10	1.19	ปานกลาง
6. ร่วมติดตามประเมินผล	3.10	.99	ปานกลาง
7. ร่วมแก้ไขปัญหา/พัฒนาการบริหารจัดการ	3.10	.87	ปานกลาง
รวม	3.07	1.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.07$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การร่วมคิด วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.60$) การร่วมวางแผนการบริหารและกำหนดกิจกรรม มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.80$) การมีส่วนร่วมในการร่วมดำเนินการ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การร่วมประชุม มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.90$) ส่วนการร่วมจัดกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.10$) และร่วมกิจกรรม

มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}= 2.80$) การร่วมสนับสนุนงบประมาณ มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.10$) การร่วม สนับสนุนแรงงาน มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.50$) การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์จาก กิจกรรม เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากเกือบทุกด้าน ในขณะที่การติดตาม ประเมินผล และการร่วมแก้ไขปัญหา/พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.10$ และ 3.10 ตามลำดับ)

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. ศักยภาพในการพัฒนาและข้อจำกัด

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะถึงศักยภาพในการพัฒนา และข้อจำกัดที่ต้องปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคกไว้ดังนี้

1. ต้องมีศาลาประชาคมเป็นจุดศูนย์รวม
2. จัดภูมิทัศน์ให้สวยงาม
3. ชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ ต้องร่วมมือกัน
4. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดจุดเด่น/จุดขายทางการท่องเที่ยว
5. ขาดงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวระดับมหภาค
6. การดำเนินกิจกรรมในการจัดการท่องเที่ยวขององค์กรภาครัฐยังไม่ชัดเจน
7. แหล่งท่องเที่ยวใน 3 ตำบลของอำเภอสามโคกมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งแต่ไม่ค่อยได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร

2. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากศักยภาพและข้อจำกัดข้างต้น ผู้ประกอบการได้เสนอแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดไว้ดังนี้

1. ควรพัฒนาให้มีแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่มีการผลิตสินค้า OTOP ด้วย เพื่อกระจายนักท่องเที่ยวให้ไปถึงยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง
2. ควรจัดให้มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยวมาบริหารจัดการท่องเที่ยวแต่ละประเภท
3. ควรสร้างจุดเด่นหรือจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวในการสร้างสัญลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยว
4. หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนา การท่องเที่ยวให้เหมาะสมและต่อเนื่อง
5. ควรเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนได้รับรู้ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อจะได้เตรียมความพร้อมในการรองรับกิจกรรม/โครงการที่จะเกิดขึ้น
6. ควรดำเนินกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำภายใน 3 ตำบลอำเภอสามโคกให้มากขึ้น

กลุ่มประชาชนตำบลสามโคก/คลองควาย/เชียงรากน้อย จังหวัดปทุมธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของประชาชนตำบลสามโคก/คลองควาย/เชียงรากน้อย จังหวัดปทุมธานี

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน N=90	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	63	70.0
หญิง	27	30.0
อายุ		
ต่ำสุด 16 ปี สูงสุด 97 ปี อายุเฉลี่ย 50 ปี		
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	48	53.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	18	20.0
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	16	17.8
ปริญญาตรี	2	2.2
สูงกว่าปริญญาตรี	4	4.4
อาชีพ		
ข้าราชการ	20	22.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	4.4
ลูกจ้างภาคเอกชน	13	14.4
ประกอบอาชีพส่วนตัว	22	24.4
เกษตรกร	6	6.7
นักศึกษา	2	2.2
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	4	4.4
อื่นๆ	19	21.1
ระยะเวลาที่อาศัยในชุมชน		
ต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 73 ปี ระยะเวลาที่อาศัยเฉลี่ย 33 ปี		

จากตารางที่ 4.7 ประชาชนเป็นเพศหญิง ร้อยละ 30.0 เพศชาย ร้อยละ 70.0 มีอายุเฉลี่ย 50 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 16 ปี และอายุสูงสุด 97 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ร้อยละ 20.0 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับปริญาตรี ร้อยละ 2.0 เท่ากัน ระดับอนุปริญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ร้อยละ 17.8 สูงกว่าปริญาตรี ร้อยละ 4.4 งานอาชีพ พบว่า ประกอบอาชีพส่วนตัว ร้อยละ 24.4 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 22.2 ลูกจ้างภาคเอกชน/รัฐบาล ร้อยละ 14.4 เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานหน่วยงานราชการ ร้อยละ 4.4 เกษตรกร ร้อยละ 6.7 และประกอบอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 21.1 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนเฉลี่ย 33 ปี ต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 73 ปี

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

รูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ในท้องถิ่นมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์	85	94.4
2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	86	95.6
3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานน้ำตกและชมวิถีชีวิตสัตว์	3	3.3
4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	14	15.6
5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	13	14.4
6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา	75	83.3
7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	31	34.4
8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา	8	8.9
9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ	10	11.1

จากตารางที่ 4.8 ประชาชนเห็นว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีที่น่าสนใจได้แก่ การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมประเพณี ร้อยละ 95.46 การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ร้อยละ 94.4 รองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา ร้อยละ 83.3 และการเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ร้อยละ 34.4

ตารางที่ 4.9 ค่าถ่วงน้ำหนักกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่เป็นที่นิยม

กิจกรรม	อันดับที่			คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	1	2	3		
1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์	19	7	4	75	1
2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	4	4	2	22	3
3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตกและชมวิถีชีวิตสัตว์	3	2	1	14	5
4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1	8	2	21	4
5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	2	3	1	13	6
6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา	3	4	6	23	2
7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	-	1	5	7	8
8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา	2	2	2	12	7
9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ	-	1	1	3	9

จากตารางที่ 4.9 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในจังหวัดปทุมธานีที่น่าสนใจ เรียงตามลำดับได้ดังนี้ การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ รองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา และการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม คะแนนแบบถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 75, 23 และ 22 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประชาชน

การบริหาร	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	(\bar{X})	S.D.	
การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา			
1. การแสดงความคิดเห็น และเสนอปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ	2.32	1.15	น้อย

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

การบริหาร	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	(\bar{X})	S.D.	
2. การปรึกษาหารือกันเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวและร่วมหาทางแก้ไข	2.19	1.16	น้อย
รวม	2.21	1.15	น้อย
การมีส่วนร่วมในการวางแผน			
3. การเสนอแนะให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และปัญหาแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการจัดทำแผน	2.03	1.13	น้อย
4. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ เพื่อขอทราบถึงแผนงาน หรือ โครงการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ทางราชการจะจัดขึ้นในท้องถิ่น	2.08	1.15	น้อย
รวม	2.05	1.14	น้อย
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการปฏิบัติ			
5. การให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.47	1.19	น้อย
6. การพัฒนา และจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.34	1.09	น้อย
7. การร่วมบริจาคเงิน หรือออกแรงเพื่อช่วยเหลือ พัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.47	.88	น้อย
รวม	2.42	1.05	น้อย

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

การบริหาร	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	(\bar{X})	S.D.	
การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล			
8. การประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการพัฒนา การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.13	1.16	น้อย
9. การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล เกี่ยวกับงบประมาณการเงินที่เกี่ยวข้อง กับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	1.97	1.08	น้อย
รวม	2.05	1.12	น้อย
การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข			
10. การแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทราบทันทีที่ พบเห็นการบุกรุก หรือทำลายสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.12	.94	น้อย
11. การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน ท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง	2.52	1.11	น้อย
12. การเป็นหูเป็นตาช่วยบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว	2.67	1.15	ปานกลาง
รวม	2.43	1.07	น้อย
การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์			
13. มีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์	1.89	1.09	น้อย
รวม	1.89	1.09	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.17	1.09	น้อย

จากตารางที่ 4.10 ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (\bar{X} =2.17) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.21$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหาในภาพรวม ประชาชนเห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.19$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การแสดงความคิดเห็นและเสนอปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.03$) ส่วนการปรึกษาหารือกันเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวและร่วมหาทางแก้ไข มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.19$)

การมีส่วนร่วมในการวางแผนในภาพรวม ประชาชนเห็นว่า มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.05$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับไม่เคยทุกด้าน

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการปฏิบัติในภาพรวม ประชาชนเห็นว่า มีส่วนร่วมในระดับน้อย ($\bar{X}=2.42$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การร่วมบริจาคเงินหรือออกแรง เพื่อช่วยเหลือพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการพัฒนาและจัดกิจกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุน การท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.47$ และ 2.34 ตามลำดับ) ในขณะที่การให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.47$)

การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลในภาพรวม ประชาชนเห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.05$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.13$) ในขณะที่การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเกี่ยวกับงบประมาณการเงินที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีส่วนร่วม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.97$)

การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไขในภาพรวม ประชาชนเห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.43$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวในท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และการเป็นหูเป็นตาช่วยบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.67$ และ 2.52 ตามลำดับ) ในขณะที่การแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทราบทันทีที่พบเห็นการบุกรุกหรือทำลายสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่น มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.12$)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. การได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว

ประชาชนได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว มีดังนี้

1. ได้รู้ประวัติความเป็นมาในอดีต และช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
2. คั่นตัวอยู่ตลอดเวลา ทำให้รู้สึกภาคภูมิใจในท้องถิ่น
3. มีนักท่องเที่ยวมาชมงานแสดงและกิจกรรมของท้องถิ่น
4. มีประโยชน์และได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

5. ได้รับความสบายใจ มีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามอยู่เสมอ
6. เป็นการอนุรักษ์และประเพณีดั้งเดิมไว้มิให้สูญสลายไปตามกาลเวลา
7. มีความรู้หลายๆ ด้านมากยิ่งขึ้นและสร้างความเจริญให้กับท้องถิ่น
8. ช่วยกันอนุรักษ์การท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมให้ลูกหลานดูในภายภาคหน้า
9. ชาวบ้านสามารถสร้างรายได้ด้วยการค้าขายให้กับนักท่องเที่ยว
10. แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา และมีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีความสุขสบายมากขึ้น
11. ได้รับผลประโยชน์จากการทำท่าเทียบเรือให้นักท่องเที่ยว
12. เกิดการสร้างถนนเลียบริบคลองขึ้นมาใหม่ และพัฒนาปรับปรุง ถนนเลียบริบคลอง
13. ได้รับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทุกคนได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน โดยส่วนรวม
14. พัฒนาสภาพแวดล้อม และสาธารณูปโภคให้ดียิ่งขึ้น
15. ได้ทราบแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก
16. ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น

2. แนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ประชาชนได้เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ไว้ตามลำดับดังนี้

1. องค์กรภาครัฐต้องให้การสนับสนุนมากขึ้น ต้องการให้พัฒนากการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม
2. ขอให้ช่วยกันป้องกันน้ำท่วม ช่วยกันประชาสัมพันธ์ แก้ไขปัญหาน้ำท่วม
3. ให้รัฐบาลจัดการป้องกันน้ำท่วม และเร่งพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
4. ช่วยกันอนุรักษ์ และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแบบยั่งยืน
5. ต้องช่วยกันพัฒนาถนน ปลูกต้นไม้ ทำสะพานเพิ่มความสะดวกสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา
6. ต้องร่วมมือกันจัดแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด
7. รัฐบาลสนับสนุนช่วยเหลือร่วมกับการท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์ ให้ทุกคนทราบแหล่งท่องเที่ยว และประเพณีของชาวมอญ
8. ไม่ไปทำลายธรรมชาติ ให้มีประเพณีไทยมอญ คงอยู่ตลอดไป
9. ควรพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน ในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว และบริเวณใกล้เคียง เช่น ถนน/เส้นทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จอดรถ ระบบไฟฟ้า-น้ำประปา ห้องสุขาที่มีมาตรฐาน และสะอาด ปลอดภัย
10. ควรปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสภาพทรุดโทรมให้กลับมาสวยงาม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด
11. ควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ให้มากขึ้น และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้หลากหลาย
12. ผู้นำท้องถิ่นควรทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ และทราบจุดขายของในพื้นที่เพื่อส่งเสริมให้ถูกทิศทาง

กลุ่มนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน N=10	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	5	50.0
หญิง	5	50.0
อายุ		
ต่ำสุด 32 ปี สูงสุด 60 ปี อายุเฉลี่ย 47 ปี		
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	4	40.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	-	-
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	-	-
ปริญญาตรี	3	30.0
สูงกว่าปริญญาตรี	3	30.0
อาชีพ		
ข้าราชการ	6	60.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-	-
ประกอบอาชีพส่วนตัว	1	10.0
รับจ้าง/ลูกจ้างเอกชน	2	20.0
เกษตรกร	1	10.0
นักเรียน/นักศึกษา	-	-
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-	-
อื่น ๆ	-	-

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน N=10	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน	7	70.0
เพื่อธุรกิจ	-	-
เพื่อการศึกษา	1	10.0
เพื่อประชุม/สัมมนา	-	-
เพื่อน/เยี่ยมญาติ	2	20.0
งานแสดง/นิทรรศการ	-	-
อื่นๆ	-	-
แหล่งการเรียนรู้สถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
วิทยุโทรทัศน์	-	-
วิทยุกระจายเสียง	1	10.0
วารสารการท่องเที่ยว	2	20.0
หนังสือพิมพ์/แผ่นพับ	-	-
เพื่อน/ญาติ	7	70.0
งานแสดง/นิทรรศการ	-	-
อื่นๆ	2	-

จากตารางที่ 4.11 นักท่องเที่ยวแบ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.0 เพศชาย ร้อยละ 50.0 มีอายุเฉลี่ย 47 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 32 ปี และอายุสูงสุด 60 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 40.0 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 30.0 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 30.0 เท่ากัน ด้านอาชีพ พบว่า ประกอบอาชีพข้าราชการ ร้อยละ 60.0 รองลงมา ได้แก่ รับจ้าง ร้อยละ 20.0 ส่วนอาชีพเกษตรกรและประกอบอาชีพส่วนตัว ร้อยละ 10.0 เท่ากัน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้เพื่อเป็นการพักผ่อน ร้อยละ 70.0 และรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวใน 3 ตำบล อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี จากเพื่อน/ญาติ ร้อยละ 70.0 เท่ากัน

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ตารางที่ 4.12 ค่าถ่วงน้ำหนักประเภทการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

กิจกรรม	อันดับที่			คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	1	2	3		
1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์	7	5	3	34	1
2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	5	3	-	21	3
3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์	1	2	1	8	6
4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	6	-	1	19	4
5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	-	1	-	2	9
6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา	-	1	1	3	8
7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	1	3	4	13	5
8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา	1	-	-	4	7
9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ	8	3	1	31	2

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ตามลำดับ ได้แก่ การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ และการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี โดยมีค่าคะแนนแบบถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 34, 31 และ 21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าถ่วงน้ำหนักสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่น

สถานที่	อันดับที่			คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	1	2	3		
1. วัดสิงห์	9	1	2	31	1
2. วัดสะแก	4	-	-	12	3
3. วัดเจดีย์ทอง	5	2	-	19	2
4. วัดสามัคคิยาราม	-	3	-	6	4

จากตารางที่ 4.13 สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่นเรียงตามลำดับ ได้แก่ วัดสิงห์ วัดเจดีย์ทอง และวัดสะแก โดยมีค่าคะแนนแบบถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 31, 25 และ 12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละความสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อไปยังสถานที่ใกล้เคียง

ความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	7	70.0
มี	3	30.0

จากตารางที่ 4.14 นักท่องเที่ยวร้อยละ 70.0 ไม่สนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง ในขณะที่ร้อยละ 30.0 มีความสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อไปยังสถานที่ใกล้เคียง

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละเหตุผลในการเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลในการเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. เป็นเส้นทางต่อเนื่อง	2	20.0
2. การเดินทางสะดวก	2	20.0
3. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาเกี่ยวข้องกับ	2	20.0
4. น่าสนใจและมีชื่อเสียง	2	20.0
5. เพื่อเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1	10.0
6. อื่นๆ	-	-

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป เนื่องจาก เป็นเส้นทางต่อเนื่อง การเดินทางสะดวก เป็นสถานที่ที่มีความเป็นมาเกี่ยวข้องกับ และน่าสนใจ ร้อยละ 20.0 และเพื่อเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึก ร้อยละ 10.0

ตอนที่ 3. คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยคุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว

ความนิยม	คุณลักษณะ/ปัจจัย		การแปลผล
	\bar{X}	S.D.	
ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว			
1. ความเหมาะสมในการจัดเขตพื้นที่	3.60	.84	มาก
2. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.20	1.03	ปานกลาง
3. ความสวยงามและควมมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.00	.94	ปานกลาง
4. ประกอบกิจการท่องเที่ยวได้หลากหลาย	3.10	.73	ปานกลาง
รวม	3.22	.88	ปานกลาง
การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม			
5. การจัดการขยะมูลฝอย	2.70	.82	ปานกลาง
6. การจัดการคุณภาพน้ำ	3.10	.87	ปานกลาง
7. การจัดการคุณภาพอากาศ	2.80	.78	ปานกลาง
8. การจัดการคุณภาพเสียง	2.60	.96	น้อย
รวม	2.80	.86	ปานกลาง
ลักษณะทางสังคม			
9. ความประทับใจในการเที่ยวชม	3.10	1.10	ปานกลาง
10. ความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม	3.30	1.16	ปานกลาง
รวม	3.20	1.13	ปานกลาง
มิติทางศิลปวัฒนธรรม			
11. คุณค่าทางภูมิปัญญาและองค์ความรู้	3.70	1.41	มาก
12. คุณค่าทางประวัติศาสตร์	3.70	1.41	มาก
รวม	3.70	1.41	มาก

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ความนิยม	คุณลักษณะ/ปัจจัย		การแปลผล
	\bar{X}	S.D.	
คุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา			
13. ผลประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้	3.30	1.16	ปานกลาง
14. การใช้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการศึกษา	3.20	.91	ปานกลาง
รวม	3.25	1.03	ปานกลาง
การบริหารจัดการ			
15. การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก	2.80	1.13	ปานกลาง
16. การจัดการความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	2.60	.96	น้อย
17. การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของ การท่องเที่ยว	2.80	1.03	ปานกลาง
18. การจัดการบุคลากรผู้ให้บริการ	2.40	1.17	น้อย
รวม	2.65	1.07	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13	1.06	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.16 พบว่า คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.13$) และเมื่อพิจารณารายคุณลักษณะ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในแต่ละ คุณลักษณะ ดังนี้

คุณลักษณะด้านคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวม นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.60$) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คุณลักษณะด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในภาพรวม นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.10$) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คุณลักษณะด้านสังคมในภาพรวม นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.20$) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า ความประทับใจ ในการ

เที่ยวชมส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.10$) ในขณะที่ปัจจัย ด้านความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรมส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.30$)

คุณลักษณะด้านมิติทางศิลปวัฒนธรรมในภาพรวม นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าวส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย

คุณลักษณะด้านคุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าวส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.25$) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย

คุณลักษณะด้านการบริหารจัดการ นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.65$) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น อยู่ในระดับน้อยทุกปัจจัย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

แนวทางในการแก้ปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวได้เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. ต้องการให้ภาครัฐจัดการบริหารร่วมกับภาคเอกชน
2. ต้องการให้หน่วยงานที่รับผิดชอบเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมมากกว่านี้
3. ต้องการให้มีร้านค้าขายของที่ระลึก มีห้องน้ำ ห้องสุขา ที่สะอาดและมีอย่างเพียงพอ
4. ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวให้มากกว่านี้
5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาดูแลให้คำแนะนำ และปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวให้สะดวก และพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว
6. ควรเปิด โอกาสให้ชาวบ้าน ในชุมชนใกล้เคียง ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนด้วย
7. ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในสถานที่ท่องเที่ยวให้สวยงาม สะอาด ร่มรื่น เหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ
8. ควรมีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทุกแห่ง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ในอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี ศึกษารูปแบบการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยว ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ศึกษาการสื่อสารโดยการใช้สื่อต่างๆ ในการสร้างการมีส่วนร่วม ของประชาชน ในการส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยทำการศึกษาจาก กลุ่มผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในท้องถิ่น และกลุ่มประชาชน ที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว และบริเวณใกล้เคียง ซึ่งมีจำนวน 128 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน 3 คน ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การ บริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน จำนวน 15 คน ผู้ประกอบการ 10 คน ประชาชนในพื้นที่ 90 คน นักท่องเที่ยวจำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิในท้องถิ่น และแบบสอบถามกลุ่มประชาชน ทำการตรวจสอบความตรง ของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และทำการทดลองใช้เครื่องมือ กับกลุ่มประชากรสังกัดหน่วยงานของรัฐ และมีการปรับปรุงข้อมูลในแบบสอบถามตามที่ได้รับคำแนะนำ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์ โดยใช้ สถิติ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

5.1 ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวของอำเภอสามโลก จังหวัดปทุมธานี

การท่องเที่ยวของอำเภอสามโลก จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การสัมผัสวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวด้วยความสนใจพิเศษ การท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ในอำเภอสามโลก จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน และรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร ด้านการ ท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติ สำหรับประเด็นด้านการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวนั้น จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบัน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ต กำลัง ได้รับความนิยมนับเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อดังกล่าวสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย และเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างไร้ขีดจำกัดและไร้พรมแดน ประกอบกับข้อมูลที่ได้รับนั้นยังมีภาพและรายละเอียด ของข้อมูลประกอบให้ผู้สนใจ ได้เห็นภาพสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ได้จริง เป็นการเพิ่มมิติ

ของการรับรู้ที่มากขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น นับว่าสื่อดังกล่าวมีบทบาทมากในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะได้รับความสนใจมากขึ้นในอนาคต

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่สนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ การเที่ยวชมโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ รองลงมา ได้แก่ การเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ รองลงมา ได้แก่ การเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี

ผลจากการศึกษาข้างต้นพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่สนใจของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี นั้น การท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา อยู่ในอันดับต้นๆ สภาพภูมิศาสตร์เป็นที่ราบลุ่ม ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวมุ่งเน้นไปตามศักยภาพที่มีอยู่ คือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา

2. สินค้าทางการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

สินค้าทางการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน และประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน การสัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น กิจกรรมนันทนาการ และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นสินค้าทางการเกษตร สินค้าทางหัตถกรรม เช่น เครื่องปั้นดินเผา ขนมไทย ดอกไม้ประดับ และ โคมไฟไม้ไผ่ จะเห็นว่าสินค้าทางการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานีเป็นสินค้าทางการเกษตร วัฒนธรรม ประเพณี โบราณสถานและแหล่งประวัติศาสตร์

3. ปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก

ปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1) การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวยังขาดแผนแม่บทที่ชัดเจน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมองทิศทางในการดำเนินงานไม่ตรงกัน ขณะเดียวกันยังพบปัญหาการขาดเจ้าภาพหลักในการดำเนินงาน และความไม่ชัดเจนในบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อน กิจกรรมและขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่ดี

2) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลจากการปรับ โครงสร้างขององค์กรและการถ่ายโอนบุคลากรด้านการจัดการท่องเที่ยว ทำให้มีปัญหาในการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ไม่ต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบปัญหาบุคลากรไม่เพียงพอต่อปริมาณงานที่เพิ่มมากขึ้น

3) สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีความสำคัญและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีสภาพเสื่อมโทรม ไม่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งศึกษาหาความรู้เท่าที่ควร

4) สภาพทางภูมิศาสตร์และทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครและมีลักษณะเป็นเมืองผ่าน มากกว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ทำให้การท่องเที่ยวได้รับความสนใจน้อย กลุ่มผู้มาเยือน

ส่วนใหญ่เป็นนักทัศนอาจร กล่าวคือ เป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยวในลักษณะแหวะเที่ยว เนื่องจากเป็นเส้นทางผ่านต่อไปยังพื้นที่อื่นๆ

5) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งไม่สะดวก ถนนหนทางยังคับแคบ และไม่มีสัญลักษณ์ ป้ายบอกสถานที่ ป้ายบอกทาง ไม่มีให้เห็นเป็นระยะๆ ไม่ได้ได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งขาดความปลอดภัยในการเดินเข้าถึงทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม

6) ขาดการสร้างจุดเด่นด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งที่จะแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของอำเภอสามโคก และสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว

7) การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดเชิงรุกยังไม่เข้มแข็ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประชาสัมพันธ์ยังมีการแยกส่วนในการดำเนินงาน และขาดศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ที่เป็นระบบ มีความทันสมัยที่จะรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว

8) งบประมาณในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ และมักจะถูกนำไปใช้ในการพัฒนาด้านอื่น มากกว่าจะกระจายลงสู่พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

9) องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นยังให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวน้อยมาก จึงทำให้กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร

10) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องยังขาดความพร้อมในเรื่องการบริการ และการพัฒนาคุณภาพสินค้าเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง เพื่อกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว

11) การท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เป็นการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมทางศาสนา ในขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวธรรมชาติ ป่าภูเขา ทะเล น้ำตก ทำให้ได้รับความสนใจน้อย

12) การบูรณาการเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยวภายในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ยังไม่สามารถเชื่อมโยงได้ในหลายๆ กิจกรรม ทั้งในด้านกายภาพ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งยังขาดความหลากหลายบนเส้นทางทางการท่องเที่ยวแต่ละเส้นทาง

4. สภาพทั่วไปของการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานีในด้านต่างๆ สรุปได้ดังนี้

2.1 ด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า การบริหารจัดการทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของแต่ละพื้นที่ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และองค์กรประชาชน ซึ่งจะเป็นผู้กำหนดนโยบายแนวทางในการพัฒนาและจัดกิจกรรมในพื้นที่ของตนเอง โดยมีส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษา สำหรับการบริหารจัดการด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว จะให้ความสำคัญกับการปรับปรุงภูมิทัศน์และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก

2.2 ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด การดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดด้านการท่องเที่ยว ปกติจะอยู่ในความรับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับในระดับจังหวัด จะดำเนินการร่วมกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับจังหวัด ในขณะที่เดียวกันมีการประสานงานร่วมกันกับกลุ่มจังหวัดด้วย โดยมีการร่วมกลุ่มกับกลุ่มจังหวัดทำแผนการตลาดเชิงรุก และเร่งส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ วารสารเพื่อการท่องเที่ยว สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ และวีซีดี (VCD) นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนได้เผยแพร่และร่วมออกร้านแสดงสินค้าของตนตลอดจนนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจอีกด้วย

2.3 ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว สินค้าทางการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ แหล่งโบราณสถานและประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน การสัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น กิจกรรมนันทนาการและกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ภาคการเกษตร นอกจากนั้น ยังมีสินค้าทางการเกษตร เช่น เครื่องปั้นดินเผา ขนมไทย ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดับ ผลิตภัณฑ์โคมไฟไม้ไผ่ เป็นต้น

2.4 ด้านการคมนาคมและสาธารณูปโภค การดูแลในเรื่องเส้นทางคมนาคมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและงานด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มักจะเป็นผู้รับผิดชอบ โดยภาพรวมพบว่า ความพร้อมในด้านการคมนาคมและสาธารณูปโภคเพื่อการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในลักษณะที่เหมาะสมและมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

2.5 ด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ นอกจากจะช่วยให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้นแล้ว ยังทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ค่านิยมต่างๆ ในการดำเนินชีวิตที่ติดมากับนักท่องเที่ยวด้วย ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งมีทั้งด้านบวกและด้านลบ

2.6 ด้านการบริหาร โดยภาพรวมพบว่า องค์กรและเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะเป็นผู้ดำเนินการเอง นอกจากนี้ยังมีการรวมตัวกันของกลุ่มต่างๆ

2.7 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในอำเภอสามโคกไม่โดดเด่นเท่าที่ควร แต่ก็มีการส่งเสริมและสร้างจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนและสิ่งแวดล้อม ไว้เป็นอย่างดี

2.8 ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในอำเภอ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมหลายรูปแบบ เช่น การไหว้พระ 9 วัด โดยอาศัยเส้นทางสัญจรทางน้ำเป็นหลัก

2.9 ด้านงบประมาณ งบประมาณที่ใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เป็นงบประมาณของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และงบประมาณยุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์ ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวของจังหวัด

2.10 ด้านการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ พบว่า มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายกลุ่ม พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวน้อยมาก ในขณะที่กลุ่มผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในรายกิจกรรมของการมีส่วนร่วม พบว่า การกำหนดปัญหา/วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ การวางแผนและกำหนดกิจกรรม การสนับสนุนงบประมาณและแรงงาน และการติดตามประเมินผลมีส่วนร่วมในระดับน้อยมาก ส่วนการมีส่วนร่วมดำเนินการ ร่วมบำรุงรักษา ปรับปรุงแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ และการร่วมรับประโยชน์/จัดการผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง

สำหรับปัญหาอุปสรรคในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น สรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

1.1 สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร และมีสภาพเสื่อมโทรม ซึ่งต้องรีบเร่งแก้ไขโดยด่วน

1.2 สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งมีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว

1.3 ความไม่ปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว

2. ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด ได้แก่

2.1 การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการอยู่ยังขาดความหลากหลาย ขาดความต่อเนื่อง และไม่ทั่วถึง ไม่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายหลักได้อย่างแท้จริง

2.2 การประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง และยังขาดการกระตุ้นให้เห็นบรรยากาศของการท่องเที่ยวภายในอำเภอสามโคก

2.3 การประชาสัมพันธ์ยังขาดเอกภาพและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.4 ขาดการสร้างเครือข่ายกับภาคส่วนต่างๆ ระหว่างองค์กรภาครัฐด้วยกันเองและภาครัฐกับภาคเอกชน

2.5 ยังไม่สามารถดำเนินการการตลาดในเชิงรุกได้อย่างแท้จริง

3. ปัญหาด้านการบริการ

3.1 รูปแบบการให้บริการยังไม่หลากหลาย และไม่สามารถสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้

3.2 ระบบการรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวยังขาดมาตรฐาน

3.3 ศูนย์ข้อมูลข่าวสารแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มี

4. ปัญหาด้านงบประมาณ

4.1 งบประมาณไม่เพียงพอในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่นิยม

4.2 ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการพัฒนาพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

4.3 งบประมาณด้านการพัฒนา บุรณะ ซ่อมแซม แหล่งโบราณสถาน ในแต่ละปีไม่มี
ความแน่นอน

5. ปัญหาด้านการมีส่วนร่วม

5.1 ประชาชนในชุมชนยังไม่ตระหนักและเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการ
บริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่

5.2 ขาดการประสานให้หน่วยงานต่างๆ จากทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการ
บริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่

6. ปัญหาด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

6.1 ขาดเจ้าภาพหลักในการรับผิดชอบดูแลงานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อ
ต่อการติดต่อประสานงาน

6.2 บุคลากรในการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอกับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น

6.3 บุคลากรยังขาดความรู้ความชำนาญในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
อันเนื่องมาจากการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของส่วนราชการและมีการปรับโอนบุคลากรจากสายงานอื่น
ให้มาดูแลงานด้านการท่องเที่ยว

6.4 ขาดการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว ทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือจากทุกภาค
ส่วนที่เกี่ยวข้อง

6.5 ขาดผู้สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่างๆ และการสานต่องานการท่องเที่ยว
ในชุมชน

5. คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในการเลือกมาท่องเที่ยว ในอำเภอสามโคก

การศึกษาคุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในการเลือกมา
ท่องเที่ยวในอำเภอสามโคกครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ประยุกต์คุณลักษณะต่างๆ มาจากการประเมินมาตรฐาน
คุณภาพแหล่งท่องเที่ยว คือ ด้านลักษณะกายภาพ ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ด้านลักษณะ
ทางสังคม ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านคุณค่าการเรียนรู้และการศึกษา และด้านการบริหารจัดการ

ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่ส่งผลกระทบต่อความนิยมในการเลือกมาท่องเที่ยวในอำเภอ
สามโคกส่งผลกระทบต่อความนิยมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายลักษณะ พบว่าส่วนมากลักษณะส่งผล
ผลกระทบต่อความนิยมในระดับปานกลาง

6. ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก

การท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก มีศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนา สรุปได้ดังนี้

6.1 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก

1) อำเภอสามโคกมีศักยภาพที่โดดเด่นเกี่ยวกับแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน
และชุมชนชาวมอญที่ยังคงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีอันดั้งเดิมมาเป็นเวลายาวนาน

- 2) ความมีเอกลักษณ์ในวิถีชีวิตของชุมชนเป็นศักยภาพที่โดดเด่นที่ใช้เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
- 3) แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งใช้เป็นแหล่งรวมภูมิปัญญาชาวบ้านได้ ทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรมและงานหัตถกรรม
- 4) ภาคการเกษตรเป็นการผสมผสานสวนเกษตร ไม้ดอกไม้ประดับ ไม้ผล พืชไร่ พืชสวน นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมวิถีชีวิตชาวบ้าน ได้เป็นอย่างดี
- 5) เส้นทางศึกษาธรรมชาติที่น่าสนใจ สามารถสัมผัสได้ด้วยการท่องเที่ยวร่วมกับรูปแบบการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีอยู่
- 6) ระยะทางที่ไม่ห่างจากกรุงเทพมหานคร สามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามที่ต้องการ ได้อย่างหลากหลาย
- 7) ความมีชื่อเสียงของแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถานแต่อย่างใด ก่อให้เกิดความสนใจในการมาท่องเที่ยวได้
- 8) ความร่วมมือของชุมชนในท้องถิ่น สามารถพัฒนาอำเภอสามโคกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้

6.2 ข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยว

- 1) สินค้าทางการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคกยังขาดจุดเด่น ทั้งยังไม่สามารถสร้างสินค้าในรูปแบบอื่นๆ ให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวหันมาสนใจเป็นพิเศษได้
- 2) ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของอำเภอสามโคกเป็นเพียงทางผ่านที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่น้อย
- 3) สถานที่สำคัญของอำเภอสามโคกยังไม่ได้รับการพัฒนาเพื่อให้มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่และยั่งยืน
- 4) การท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา ในขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนมากนิยมเที่ยวชมธรรมชาติ เช่น เที่ยวป่า เที่ยวทะเล เที่ยวภูเขา และเที่ยวน้ำตก เป็นต้น
- 5) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในอำเภอและจังหวัด ยังขาดความหลากหลายในการบูรณาการกิจกรรมต่างๆ
- 6) วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก ยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในอันที่จะพัฒนาศักยภาพให้สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้
- 7) ยังขาดผู้ที่จะรับผิดชอบต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในอำเภอสามโคก ส่วนใหญ่จะฝากงานด้านการท่องเที่ยวไว้ในโครงการกิจกรรมต่างๆ และหน่วยงานต่างๆ

7. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพและปรับแก้ข้อจำกัด

- 7.1 ควรจัดให้มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ มีผู้บรรยาย นำชม และตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยว

7.2 ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวภายในอำเภอเพื่อให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงโดยเส้นทางคมนาคมที่สามารถเชื่อมโยงกันได้

7.3 ควรมีการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และแผนการตลาดที่เป็นแบบบูรณาการภายในอำเภอและจังหวัด

7.4 ควรให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมค้นหาจุดเด่นของตนเองเพื่อนำมาสร้างให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น วิถีชีวิตและวัฒนธรรมพื้นบ้าน และความโดดเด่นของทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น

7.5 ควรให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกต้องแก่ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการท่องเที่ยว

7.6 ควรมีการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ และเหมาะสมกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว

7.7 ควรจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อให้เป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวและควรส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวแบบชมวิถีชีวิตในท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน และวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น

8. แนวทางการบูรณาการการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด

8.1 การบูรณาการการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด

8.1.1 จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ควรพิจารณาให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันในการพัฒนาอำเภอสามโคกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

8.1.2 มีการท่องเที่ยวบนเส้นทางคมนาคมระหว่างอำเภอสามโคกกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอื่น

8.1.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเรียนรู้ตามที่เป็นจริง

8.1.4 การสร้างเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน

8.2 การบูรณาการระดับชุมชนและระดับจังหวัด

8.2.1 ส่งเสริมชุมชนให้ทบทวนศักยภาพของตนเองว่ามีศักยภาพในด้านใดบ้าง

8.2.2 การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งชุมชนสามารถพิจารณาร่วมกันได้

5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ต้องการให้ภาครัฐจัดการบริหารร่วมกับภาคเอกชน

- รูปธรรมมากกว่านี้
- 2) ต้องการให้หน่วยงานที่รับผิดชอบเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็น
- อย่างเพียงพอ
- 3) ต้องการให้มีร้านค้าขายของที่ระลึก มีห้องน้ำ ห้องสุขาที่สะอาด และมี
- 4) ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กว้างนี้
- 5) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาดูแลให้คำแนะนำ และปรับปรุงโครงสร้าง
- พื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวให้สะดวก และพร้อมในการรองรับ
- นักท่องเที่ยว
- 6) ควรเปิดโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชน ใกล้เคียงได้เข้ามามีส่วนร่วม
- ในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนด้วย
- 7) ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในสถานที่ท่องเที่ยวให้สวยงาม สะอาด ร่มรื่น
- เหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ
- 8) ควรมีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ในสถานที่
- ท่องเที่ยวทุกแห่ง
- 9) ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยให้ชุมชนในท้องถิ่น และ
- หน่วยงานของภาครัฐ ได้เรียนรู้และมีความพร้อมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- 10) การรับข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลายมากขึ้น การทำการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวสามารถทำผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้
- 11) ควรมีการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวของอำเภอสาม โศกควบคู่ไปกับการทำ
- ปฏิทินท่องเที่ยวของกระทรวงและระดับจังหวัด
- 12) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายชุมชนต่อชุมชน เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกัน
- 13) ควรส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการ
- 14) ควรจัดให้มีเวทีในการประชุมร่วมกัน
- 15) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกับชุมชนเพื่อจัดการให้เกิดความรู้ด้าน
- การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรจัดให้มีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว โดย ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน กล่าวคือ ร่วมคิด ร่วมวางแผน และร่วมดำเนินการ
- 2.2 ควรมีการสำรวจปัญหาและความต้องการของชุมชน เพื่อให้เกิดความพร้อมในการ จัดกิจกรรมและการแก้ปัญหา
- 2.3 ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถานและ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ให้เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและ ประสบการณ์ต่างๆ ให้แก่นุชนรุ่นหลังต่อไป

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กรมการพัฒนาชุมชน .OTOP ชวนชิมทั่วไทย. กระทรวงมหาดไทย. กรุงเทพมหานคร, 2547.

กรมการพัฒนาชุมชน . คู่มือหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย.

กระทรวงมหาดไทย. กรุงเทพมหานคร, 2547.

จุมพล นิมิตพานิช และคณะ. แนวทางการพัฒนาศักยภาพขององค์การบริหารส่วนตำบล

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน. กรุงเทพมหานคร, 2549.

นรินทร์ จงวุฒิเวศย์ .เอกสารนโยบายการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. กรุงเทพมหานคร, 2550.

มนตรี นาคสมบูรณ์ . เอกสารการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP)

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. กรุงเทพมหานคร, 2550.

มนัส สุวรรณ. “แนวทางการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง”

ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย. เอกสารการสอน หน่วยที่ 9-15 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี, 2545.

รศิกา อังกูร และคณะ. การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร, 2547.

รศิกา อังกูร และคณะ. ความพร้อมของวัดในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการเผยแพร่พระพุทธศาสนา

โดยผ่านการนำชมศิลปวัฒนธรรมในวัด. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2544.

ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ศักยภาพและข้อจำกัด

ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ชัยนาท/ลพบุรี/สิงห์บุรี/อ่างทอง/สระบุรี/

พระนครศรีอยุธยา/ปทุมธานี/นนทบุรี. กรุงเทพมหานคร, 2549.

ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ. การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไทยแบบครบวงจร

มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร, 2547.

สมควร กวียะ. การสื่อสารมวลชน. เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพมหานคร, 2545.

สมาคมพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และมูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย

ในพระบรมราชูปถัมภ์. การสร้างและพัฒนาตัวชี้วัดความเข้มแข็งขององค์กรธุรกิจชุมชน.

กรุงเทพมหานคร, 2548.

สายสุนีย์ สิงห์ทัศน์. “ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม” ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย.

เอกสารการสอน หน่วยที่ 9-15 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี, 2545.

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. เอกสารสรุปผลการดำเนินงาน

กิจกรรม การจัดการความรู้เศรษฐกิจฐานราก. กรุงเทพมหานคร, 2546.

สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ .เอกสารหลากหลายภูมิปัญญาท้องถิ่น
ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร, 2546.

อัครวารณ มณีโชติชัย .เอกสารการบริหารภูมิปัญญาไทยสู่สากล. กรมการพัฒนาชุมชน
กระทรวงมหาดไทย. กรุงเทพมหานคร, 2550.

อภิชาติ โสภานแดง และคณะ .เอกสารความรู้โครงการ การพัฒนารูปแบบคัดกรองสินค้าหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นหัตถอุตสาหกรรม. คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกสารการสอนชุดวิชา ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม หน่วยที่ 8-15,
สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยว หน่วยที่ 8-15, สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาธิราช.

เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-7, สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เว็บไซต์

<http://www.thaitambon.com> วันที่ 28 เมษายน 2551.

<http://www.pathumthani.com> วันที่ 1 พฤษภาคม 2551.

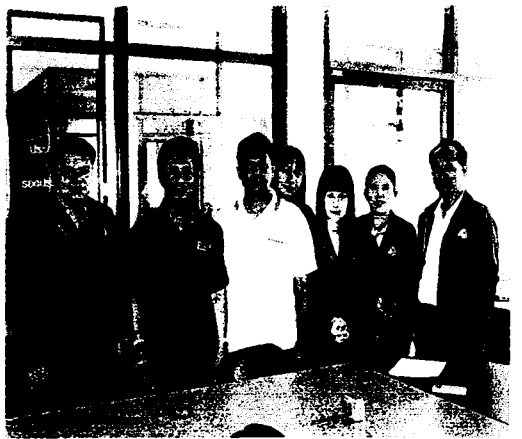
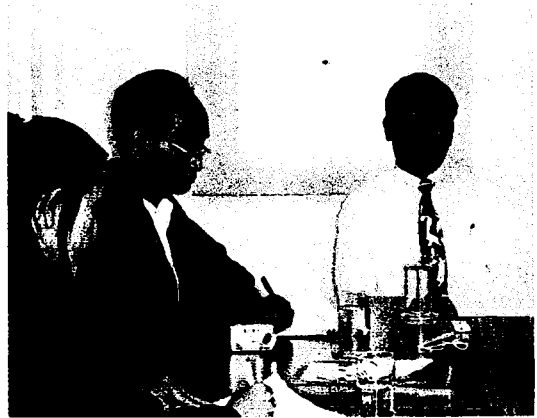
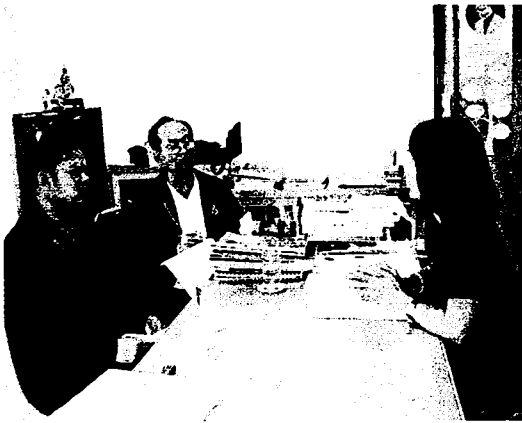
ภาคผนวก

รายนามผู้ให้สัมภาษณ์
แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 3 คน
 - 1.1 นายวีรวัฒน์ วงศ์ศุภไทย นายคณากรรมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
 - 1.2 นางไพรวลัย ศรีเทพ ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดปทุมธานี
 - 1.3 นางลิษา ธาริเกษ วัฒนธรรมอำเภอสามโคก

2. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน จำนวน 15 คน
 - 2.1 นายชอด ภูเฉลิมตระกูล นายกองค์การบริหารส่วนตำบลคลองควาย
 - 2.2 นางกานดา ปฐวีรัตน์ ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลคลองควาย
 - 2.3 นายสวิง แก้วทอง รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลเชียงรากน้อย
 - 2.4 นายถวัลย์ เกรียงษ์ ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสามโคก
 - 2.5 นางพัชรี วิวิสิการณ เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปองค์การบริหารส่วนตำบลสามโคก
 - 2.6 นายบุญส่ง ลาวเนื่อง กำนันตำบลสามโคก
 - 2.7 นายเคชา เกรือโชติ ผู้ใหญ่บ้านทางยาว หมู่ที่ 8 ตำบลคลองควาย
 - 2.8 นายสุทธิ พักตร์เพียงจันทร์ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านทางยาว หมู่ที่ 8 ตำบลคลองควาย
 - 2.9 นายบุญชู ทองประยงค์ ปราชญ์ชาวบ้านตำบลคลองควาย
 - 2.10 นายพะยอม สุขสมิตร ปราชญ์ชาวบ้านตำบลคลองควาย
 - 2.11 นายหมื่น จักรกลม ปราชญ์ชาวบ้านตำบลเชียงรากน้อย
 - 2.12 นายสากล เกษมสวัสดิ์ ปราชญ์ชาวบ้านตำบลเชียงรากน้อย
 - 2.13 นายมาณพ แก้วหยก ปราชญ์ชาวบ้านตำบลเชียงรากน้อย
 - 2.14 นายนวม สุขคำ ปราชญ์ชาวบ้านตำบลสามโคก
 - 2.15 นายบุญส่ง โคมลอย ปราชญ์ชาวบ้านตำบลคลองควาย

3. ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน
 - 3.1 นายประสิทธิ์ อยู่เจริญ กลุ่มผลิตดอกไม้ไบบัว ตำบลสามโคก
 - 3.2 นางสาวภี อยู่เจริญ กลุ่มผลิตดอกไม้ไบบัว ตำบลสามโคก
 - 3.3 นางนดา อนันตเศรษฐ ผลิตเครื่องปั้นดินเผา ตำบลสามโคก
 - 3.4 นางสุมาลี เกรือแดง กลุ่มอาชีพสตรี ตำบลสามโคก
 - 3.5 นายนิคม อรุณรัตน์ กลุ่มอาชีพบ้านโพธิ์ ตำบลคลองควาย
 - 3.6 นางอำนวยการ ลางคุณแสน กลุ่มอาชีพสตรี ตำบลคลองควาย
 - 3.7 นางสุภัสสา ตรีสุวรรณ กลุ่มอาชีพสตรี ตำบลคลองควาย
 - 3.8 นายบุญลือ ยินดีโกชน กลุ่มอาชีพสตรีพัฒนา ตำบลเชียงรากน้อย
 - 3.9 นางพิศมัย ไชชอบ กลุ่มอาชีพสตรีพัฒนา ตำบลเชียงรากน้อย
 - 3.10 นางสมพร พุ่มไทย กลุ่มอาชีพสตรีพัฒนา ตำบลเชียงรากน้อย



ภาพที่ 1 สัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ/ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์กรบริหารส่วนตำบล



ภาพที่ 2 สัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป

จังหวัดปทุมธานี

ข้อมูลทั่วไปจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดปทุมธานี เป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคกลางของประเทศไทย ทางเหนือของกรุงเทพมหานคร มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน ตามประวัติศาสตร์จังหวัดปทุมธานีมีความเป็นถิ่นฐานบ้านเมืองมาแล้วไม่น้อยกว่า 300 ปี นับตั้งแต่รัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชแห่งกรุงศรีอยุธยา คือ เมื่อ พ.ศ. 2202 มังนันทมิตรได้กวาดต้อนครอบครัวมอญเมืองเมาะตะมะ อพยพหนีภัยจากศึกพม่าเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกรุงเทพทวารวดีศรีอยุธยา ซึ่งสมเด็จพระนารายณ์มหาราชทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ครอบครัวมอญเหล่านั้นไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่บ้านสามโคก ต่อมาในแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชแห่งกรุงธนบุรี ชาวมอญได้อพยพหนีพม่าเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารอีกเป็นครั้งที่ 2 พระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งบ้านเรือนที่บ้านสามโคกอีก และในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ก็ได้มีการอพยพชาวมอญครั้งใหญ่จากเมืองเมาะตะมะเข้าสู่ประเทศไทยเรียกว่า “มอญใหญ่” พระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ชาวมอญ บางส่วนตั้งบ้านเรือน อยู่ที่บ้านสามโคกอีกเช่นเดียวกัน จากชุมชนขนาดเล็ก บ้านสามโคกจึงกลายเป็น เมืองสามโคก ในเวลาต่อมา

ต่อมา เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2358 พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยทรงโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อเมืองสามโคก เป็น เมืองประทุมธานี และเมื่อ พ.ศ. 2461 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดเกล้าฯ ให้ใช้คำว่า “จังหวัด” แทน “เมือง” และให้เปลี่ยนการสะกดชื่อใหม่จาก “ประทุมธานี” เป็น “ปทุมธานี” กลายเป็น จังหวัดปทุมธานี ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2475 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดเกล้าฯ ให้ยุบจังหวัดธัญบุรีมาขึ้นกับจังหวัดปทุมธานี จังหวัดปทุมธานีจึงได้แบ่งการปกครองเป็น 7 อำเภอ ดังเช่นปัจจุบัน

การปกครองแบ่งออกเป็น 7 อำเภอ 60 ตำบล และ 529 หมู่บ้าน แบ่งออกเป็นดังนี้

1. อำเภอเมืองปทุมธานี
2. อำเภอลองหลวง
3. อำเภอธัญบุรี

4. อำเภอหนองเสือ
5. อำเภอลาดหลุมแก้ว
6. อำเภอลำลูกกา
7. อำเภอสามโคก

ด้านเศรษฐกิจ

อำเภอสามโคก

อำเภอสามโคกเดิมเป็น “เมืองสามโคก” เพราะมีโคกโบราณอยู่ในเมือง 3 แห่ง เมืองสามโคก เป็นเมืองเก่าแก่มากช้านาน ปรากฏหลักฐานเมื่อหลังแผ่นดินสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ครั้นกรุงศรีอยุธยา เป็นราชธานี ที่ตั้งดั้งเดิมของเมืองสามโคกอยู่ที่บริเวณวัดพญาเมือง (ปัจจุบันเป็นวัดร้างอยู่ใกล้ๆ กับวัดป่าจิว) เมื่อเสียกรุงศรีอยุธยาแก่พม่าครั้งที่ 1 ในปีพ.ศ. 2112 เมืองนี้ได้ร้างไป จนถึง พ.ศ. 2203 ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช สมิงเปอกับพวกมอญด้วยกัน 11 คน ได้พากันรวบรวมอยู่ประมาณหมื่นคนอพยพหนีการกดขี่ของพม่าเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร สมเด็จพระนารายณ์มหาราช ได้โปรดเกล้าฯ ให้ไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่ “บ้านสามโคก” ริมฝั่งแม่น้ำ เจ้าพระยาฝั่งตะวันตก (บริเวณระหว่างวัดคำหนักกับวัดสะแก) ชุมชนมอญได้ขยายตัวเจริญรุ่งเรือง ขึ้นตามลำดับ จึงได้ตั้งเป็นเมืองขึ้นในบริเวณใกล้กับวัดสิงห์และใช้ชื่อว่า เมืองสามโคก การอพยพของชาวมอญ ที่ได้เข้ามาขอพึ่งพระบรมโพธิสมภารหลังจากรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชแล้ว ได้มีการอพยพครั้งสำคัญอีกสองครั้ง คือ ในปี พ.ศ. 2317 ซึ่งตรงกับรัชสมัยของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช โดยมีพญาแจ้ง- ตะละเส่งกับ พระยากลางเมืองเป็นหัวหน้า และในปี พ.ศ. 2358 ซึ่งตรงกับรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (รัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์) โดยมีสมิงรามัญเมืองเมาะตะมะเป็นหัวหน้า ได้โปรดเกล้าฯ ให้ชาวมอญที่อพยพ มากทั้งสองครั้งนี้ส่วนหนึ่งไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่เมืองสามโคก และอีกส่วนหนึ่งให้ไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่ ปากเกร็ด เมืองนนทบุรี และเมืองนครเขื่อนขันธ์ (อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในปัจจุบัน) ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ได้ทรงตั้งเป็น อำเภอสามโคก

จังหวัดปทุมธานีเป็นพื้นที่เกษตรกรรมสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ โดยมีพื้นที่การเกษตร 506,678 ไร่ หรือร้อยละ 53.03 ของพื้นที่จังหวัด (สำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2546) ในปัจจุบัน นอกจากการเกษตรแล้ว จังหวัดยังเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ มีนิคมอุตสาหกรรมกระจายอยู่ทั้งจังหวัด โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมเกือบร้อยละ 70 ของจังหวัดมาจากภาคอุตสาหกรรมฯ

พื้นที่การเกษตรมีอยู่ในทุกอำเภอ และมีมากที่สุดในเขตอำเภอหนองเสือ อำเภอลำลูกกา อำเภอลาดหลุมแก้ว และอำเภอคลองหลวงตามลำดับ โดยพื้นที่ของจังหวัดจะมีการทำการเกษตร ส่วนใหญ่เป็นที่นา ไม้ผล และไม้ยืนต้น ตามลำดับ จังหวัดปทุมธานีมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2543 ประชากรมี รายได้เฉลี่ยต่อคน 206,428 บาท/ปี นับว่าสูงเป็นอันดับที่ 6 ของประเทศ รองจากจังหวัดระยอง ชลบุรี กรุงเทพมหานคร สมุทรสาคร และภูเก็ต มีผลิตภัณฑ์มวลรวมมูลค่า 118,489 ล้านบาท รายได้สูงสุด ขึ้นอยู่กับภาคอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 69.32 คิดเป็นมูลค่า 82,136 ล้านบาท รองลงมา คือ ภาคบริการ ร้อยละ 7.688 คิดเป็นมูลค่า 9,102 ล้านบาท และสาขาการค้าส่งและค้าปลีก ร้อยละ 5.12 คิดเป็นมูลค่า 6,071 ล้านบาท โดยพื้นที่เขตอำเภอคลองหลวงมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมหนาแน่นมากที่สุด รองลงมาคืออำเภอเมืองปทุมธานี อำเภอลำลูกกา อำเภอธัญบุรี อำเภอลาดหลุมแก้ว และ อำเภอสามโคก ส่วนพื้นที่ที่มีโรงงานน้อยที่สุดได้แก่ อำเภอหนองเสือ

จังหวัดปทุมธานีมีวิสัยทัศน์ที่จะพัฒนาให้เป็นเมืองศูนย์กลางการศึกษา วิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีของภูมิภาค (Education and Technology Hub) พร้อมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็ง วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร โดยใช้จุดได้เปรียบของการที่มีสถาบันการศึกษาและวิจัย รวมทั้งภาคอุตสาหกรรมด้านเทคโนโลยีอยู่ในตัวจังหวัดและพื้นที่ใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก

สัญลักษณ์ประจำจังหวัด

1. ดอกไม้ประจำจังหวัด : ดอกบัวหลวง (Nymphaea Lotus)
2. ต้นไม้ประจำจังหวัด : ปาริชาติ (Erythrina Variegata)
3. คำขวัญประจำจังหวัด : ถิ่นบัวหลวง เมืองรวงข้าว เชื้อชาวมอญ นครธรรมะ
พระตำหนักรมใจ สดใสเจ้าพระยา ก้าวหน้าอุตสาหกรรม
4. เพลงประจำจังหวัด : เพลงนิราศเมืองปทุม

เขตการปกครองส่วนภูมิภาค

พื้นที่อำเภอสามโคกแบ่งเขตการปกครองย่อย เป็น 11 ตำบล แต่ละตำบลแบ่งออกเป็นหมู่บ้าน รวม 58 หมู่บ้าน ได้แก่

1. ตำบลบางเตย 10 หมู่บ้าน
2. ตำบลบ้านปทุม 6 หมู่บ้าน
3. ตำบลคลองควาย 8 หมู่บ้าน
4. ตำบลบ้านจิว 5 หมู่บ้าน
5. ตำบลสามโคก 4 หมู่บ้าน
6. ตำบลเชียงรากน้อย 5 หมู่บ้าน
7. ตำบลกระแซง 3 หมู่บ้าน
8. ตำบลบางกระบือ 3 หมู่บ้าน
9. ตำบลบางโพธิ์เหนือ 3 หมู่บ้าน
10. ตำบลท้ายเกาะ 4 หมู่บ้าน
11. ตำบลเชียงรากใหญ่ 7 หมู่บ้าน

เขตการปกครองส่วนท้องถิ่น

อำเภอสามโคกประกอบด้วยองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น 11 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลบางเตย ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลบางเตย
2. องค์การบริหารส่วนตำบลคลองควาย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางเตย (นอกเขตเทศบาลตำบลบางเตย) และตำบลคลองควายทั้งตำบล
3. องค์การบริหารส่วนตำบลสามโคก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสามโคกทั้งตำบล
4. องค์การบริหารส่วนตำบลกระแซง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลกระแซงทั้งตำบล
5. องค์การบริหารส่วนตำบลบางโพธิ์เหนือ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางโพธิ์เหนือทั้งตำบล
6. องค์การบริหารส่วนตำบลเชียงรากใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเชียงรากใหญ่ทั้งตำบล

7. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านปทุม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบ้านปทุมทั้งตำบล
8. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านจิว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบ้านจิวทั้งตำบล
9. องค์การบริหารส่วนตำบลเชียงรากน้อย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเชียงรากน้อยทั้งตำบล
10. องค์การบริหารส่วนตำบลบางกระบือ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางกระบือทั้งตำบล
11. องค์การบริหารส่วนตำบลท้ายเกาะ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท้ายเกาะทั้งตำบล

ตำบลสามโคก

สภาพทั่วไป

อาณาเขต และเขตการปกครอง

ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลบางเตย

ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลกระแซง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับแม่น้ำเจ้าพระยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับตำบลบางโพธิ์เหนือและตำบลกระแซง

มีเนื้อที่ 4.73 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,959 ไร่

เขตการปกครอง

แบ่งเขตการปกครองเป็น 4 หมู่บ้าน คือ

หมู่ที่ 1 บ้านตองปู

หมู่ที่ 2 บ้านธาตุ

หมู่ที่ 3 บ้านคันมะขามป้อม

หมู่ที่ 4 บ้านคลองวัดแจ้ง

ลักษณะภูมิประเทศ

เป็นที่ราบลุ่ม มีคลองต่าง ๆ แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาหลายสาย เหมาะทำการเพาะปลูก สภาพอากาศโดยทั่วไป อยู่ในเกณฑ์ปกติ

ประชากรและครัวเรือน

ประชากร 4,807 คน ครัวเรือน 1,812 ครัวเรือน

การคมนาคม

ตำบลสามโคก อยู่ห่างจากตัวจังหวัดปทุมธานีไปทางทิศเหนือ 6 กิโลเมตร เดินทางโดยทางรถยนต์ และรถโดยสารสะดวก คือ

ทางบก

1. ถนนสายปทุมธานี-สามโคก (สายนอก)
2. ถนนบางนา-บางเตย (สายใน)
3. ถนนสายวัดสิงห์
4. ถนนสายวัดสะแก
5. ถนนสายวัดแจ้ง
6. ถนนสายวัดสามโคก

ทางน้ำ

แม่น้ำเจ้าพระยา

ไฟฟ้า ประปา

ประชาชนมีไฟฟ้าและน้ำประปาใช้ทุกครัวเรือน

ศาสนา

ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีวัดจำนวน 5 แห่ง คือ

1. วัดแจ้ง
2. วัดสิงห์
3. วัดสามโคก
4. วัดสะแก
5. วัดคำหนัก

ศักยภาพของชุมชนและพื้นที่

พื้นที่ของตำบลสามโคกเป็นพื้นที่อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี โดยเฉพาะประเพณีของชาวไทยรามัญ ซึ่งสามารถจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เพื่อให้เป็นมรดกตกทอดไปสู่นุชนรุ่นหลังสืบต่อไป

ตำบลคลองควาย

สภาพทั่วไป

อาณาเขต และเขตการปกครอง

ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลท้ายเกาะและตำบลบางกระบือ

ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลบางเตย อำเภอสามโคกและตำบลลูกขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

ทิศตะวันออก ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับตำบลโคกช้าง อำเภอบางไทร และตำบลสิงหนาท อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

มีเนื้อที่ 23.17 ตารางกิโลเมตร หรือ 14,479 ไร่

เขตการปกครอง

แบ่งเขตการปกครองเป็น 10 หมู่บ้าน คือ

หมู่ที่ 1 บ้านเจดีย์ทอง

หมู่ที่ 2 บ้านคลองสระ

หมู่ที่ 3 บ้านคลองสระ

หมู่ที่ 4 บ้านโพธิ์

หมู่ที่ 5 บ้านคลองควาย

หมู่ที่ 6 บ้านคลองควาย

หมู่ที่ 7 บ้านคลองควาย

หมู่ที่ 8 บ้านทางยาว

หมู่ที่ 9 บ้านลำลาด

หมู่ที่ 10 บ้านลาดบัว

ลักษณะภูมิประเทศ

เป็นที่ราบลุ่ม มีคลองต่างๆ แยกออกจากแม่น้ำเจ้าพระยาหลายสาย เหมาะทำการเพาะปลูก สภาพอากาศทั่วไป อยู่ในเกณฑ์ปกติ

ประชากรและครัวเรือน

ประชากร 3,111 คน ครัวเรือน 1,663 ครัวเรือน

การคมนาคม

ตำบลคลองควาย อยู่ห่างจากตัวจังหวัดปทุมธานีไปทางทิศเหนือ 7 กิโลเมตร เดินทางโดยทางรถยนต์และรถโดยสารสะดวก คือ

ทางบก

1. ถนนสายวงแหวนตะวันตก 3111
2. ถนนสาย 678
3. ถนนสายคลองสระ
4. ถนนสาย รพช.
5. ถนนสายตำลาด-ลาดบัว
6. ถนนสายบ้านโพธิ์-ทางยาว

ทางน้ำ

แม่น้ำเจ้าพระยา / คลองสระ / คลองควาย / คลองพระอุดม

ไฟฟ้า ประปา

ประชาชนมีไฟฟ้าใช้ทุกครัวเรือน ส่วนน้ำประปา ใช้น้ำประปาบาดาลของหมู่บ้าน เนื่องจากยังไม่มีประปาส่วนภูมิภาค

ศาสนา

ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีวัดจำนวน 5 แห่ง คือ

1. วัดเจดีย์ทอง
2. วัดสามัคคิยาราม
3. วัดสุราษฎร์รังสรรค์
4. วัดสหราษฎร์บำรุง
5. วัดป่าภูริทัตตปฏิปทาราม

ศักยภาพของชุมชนและพื้นที่

พื้นที่ของตำบลคลองควาย ส่วนหนึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี โดยเฉพาะประเพณีของชาวไทยรามัญ ซึ่งสามารถจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เพื่อให้เป็นมรดกตกทอดไปสู่อนุชนรุ่นหลังสืบต่อไป และบางส่วนซึ่งเป็นส่วนใหญ่ เป็นพื้นที่ทำการเกษตรกรรม

ตำบลเชิงรากน้อย

สภาพทั่วไป

อาณาเขต และเขตการปกครอง

ทิศเหนือ ติดต่ออำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทิศใต้ ติดต่อบ้านจิว

ทิศตะวันออก ติดถนนรถไฟเขตอุตสาหกรรมนวนคร

ทิศตะวันตก ติดแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันออก

มีเนื้อที่ 11.7 ตารางกิโลเมตร หรือ 7,300 ไร่

เขตการปกครอง

แบ่งเขตการปกครองเป็น 5 หมู่บ้าน คือ

หมู่ที่ 1 บ้านปากอาด

หมู่ที่ 2 บ้านศาลาแดงเหนือ

หมู่ที่ 3 บ้านเมดารางค์

หมู่ที่ 4 บ้านศาลาพัน (บ้านคลองขุด)

หมู่ที่ 5 บ้านพลับ (บ้านวัง)

ลักษณะภูมิประเทศ

เป็นที่ราบลุ่ม มีคลองต่างๆ แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาหลายสาย เหมาะทำการเพาะปลูก สภาพอากาศทั่วไปอยู่ในเกณฑ์ปกติ

ประชากรและครัวเรือน

ประชากร 1,623 คน ครัวเรือน 733 ครัวเรือน

การคมนาคม

ตำบลเชียงรากน้อยอยู่ห่างตัวจังหวัดปทุมธานีไปทางทิศเหนือ 15 กิโลเมตร เดินทางโดย ทางรถยนต์และทางน้ำ คือ

ทางบก

1. ถนนสายวัดเสด็จ-ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร สาย 3309
2. ถนนแยกบางพูน-ธรรมศาสตร์-รังสิต-บางปะหัน สาย 347
3. ถนนในเขตตำบล 3 สาย

ทางน้ำ

แม่น้ำเจ้าพระยา / คลองเชียงรากน้อย / คลองเปรมประชากร / คลองวัดพลับ / คลองโคกตา
เขียว / คลองบางอ้าย-โพธิ์นัม / คลองบ้านวัง / คลองแพบ / คลองข้าวไหม้

ไฟฟ้า ประปา

ประชาชนมีไฟฟ้าใช้ทุกครัวเรือน ส่วนน้ำประปา ใช้น้ำประปาบาดาลของหมู่บ้าน เนื่องจาก ยังไม่มีประปาส่วนภูมิภาค

ศาสนา

ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีวัดจำนวน 5 แห่ง คือ

1. วัดศาลาแดงเหนือ
2. วัดเมตตาราม
3. วัดโพธิ์นันทาราม
4. วัดโกมศรีรัตนาราม
5. วัดพลับสุทธาวาส

ศักยภาพของชุมชนและพื้นที่

พื้นที่ของตำบลเชียงรากน้อย ส่วนหนึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี โดยเฉพาะประเพณีของชาวไทยรามัญ ซึ่งสามารถจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เพื่อให้เป็น มรดกตกทอดไปสู่อนุชนรุ่นหลังสืบต่อไป และบางส่วนซึ่งเป็นส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทำการ เกษตรกรรม

แหล่งท่องเที่ยวตำบลสามโคก

โบราณสถานตาโองอ่าง

ตั้งอยู่บริเวณใกล้ ๆ วัดสิงห์ ตำบลสามโคก ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ห่างจากตัว เมือง 3 กิโลเมตร สันนิษฐานว่าเป็นสถานที่แห่งแรกในสมัยที่ชาวมอญอพยพมาตั้งหลักแหล่งในชุมชน วัดสิงห์ ที่สำคัญ ภายในวัดมีพระพุทธรูปปางมารวิชัย ศิลปะสมัยอยุธยา มีศาลาพิพิธภัณฑสถาน โบราณวัตถุ ศิลปะแบบ มอญ และพระแท่นบรรทมรัชกาลที่ 2 เมื่อครั้งที่พระองค์เสด็จประพาสเมืองสามโคก รอบๆ วัด ยังมี ชาวบ้านที่ยังคงทำอิฐมอญแบบเก่า เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน

วัดสิงห์

วัดสิงห์ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาเชื่อกันว่าสร้างเมื่อครั้งที่ชาวมอญอพยพมา ตั้ง ดินฐานที่เมืองนี้ ในบริเวณวัดมีโบราณสถานและโบราณวัตถุที่ควรค่าแก่การศึกษา ในด้าน ประวัติศาสตร์ และศิลปะมีหลวงพ่อโตเป็นพระพุทธรูปปางรักปิดทองปางสะดุ้งมารสมัยกรุงศรีอยุธยา นอกจากนี้ บนภูเขาวัดยังมีโบราณวัตถุที่เก็บรวบรวมไว้ เช่น แท่นบรรทมของพระบาทสมเด็จพระ พุทธเลิศหล้านภาลัย และอิฐมอญแบบเก่า

วัดสามโลก

ตั้งอยู่ที่ตำบลสามโลก สร้างราว พ.ศ. 2100 โดยชาวมอญสองพี่น้องสร้างวัดใกล้กัน ต่อมาภายหลัง นำมารวมกันเป็นวัดเดียว คือ วัดสามโลก สิ่งสำคัญภายในวัดมีมากมาย เช่น กุฏิเรือนไทย ศาลาท่าน้ำ ทรงไทย โบราณ หอไตร ตุ่มสามโลก ชุ่มหน้าต่างทรงเรือนแก้ว

วัดสะแก

ตั้งอยู่ที่ตำบลสามโลก สร้างราว พ.ศ.2115 สมัยอยุธยาตอนกลาง รัชสมัยของสมเด็จพระมหาธรรมราชา มีสิ่งเก่าแก่ในวัดมากมาย ได้แก่ หมู่เจดีย์ เจดีย์แบบจีน “ตะ” พระประธานทิ้งดงาม หอระฆัง วิหารเก่า พระเจดีย์เก่า พระพุทธรูป อาคารเรือนไทย

วัดตำหนัก

ตั้งอยู่ที่ตำบลสามโลก มีมณฑปประดิษฐานรอยพระพุทธรูปบาทสลักด้วยศิลา เจดีย์ย่อมุมไม้สิบสอง ฐานสิงห์ อุโบสถห้องสำเภา ศิลปะสมัยอยุธยา

แหล่งท่องเที่ยวตำบลเชิงรากน้อย

วัดพลับสุทธาวาส

ตั้งอยู่ที่ ตำบลเชิงรากน้อย วัดมีสิ่งสำคัญ คือ พระพุทธรูปสร้างด้วยโลหะเงินปางสะดุ้งมาร ธรรมมาสน์ ทำด้วยไม้สักฉลุสีแดงลายทอง และเจดีย์มอญอายุกว่า 100 ปี มีฐานเป็นสิงห์ องค์สถูปชั้นยอด เจดีย์เป็นดอกบัว 9 ชั้น ลักษณะเจดีย์เป็นทรงสี่เหลี่ยม

วัดศาลาแดงเหนือ

ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตำบลเชิงรากน้อย อยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันออก มีสิ่งที่น่าสนใจ คือ ธรรมมาสน์ลายจำหลักไม้ ศาลาการเปรียญ หมู่กุฏิหอไตร และเครื่องกรองน้ำสมัยโบราณที่หาชมได้ยาก นอกจากนี้มีการสวดมนต์ด้วยภาษามอญทุกวัน เวลาประมาณ 15.00 น. บริเวณวัดนี้มีการรักษาความสะอาด ของหมู่บ้านได้อย่างดีเยี่ยมเป็นหมู่บ้านที่ชนะเลิศการประกวดหมู่บ้านอนุรักษ์แม่น้ำเจ้าพระยาดีเด่นของ กระทรวงสาธารณสุขปี พ.ศ. 2541 และยังมีการปลูกบ้านเรือนไทยผสมผสานแบบมอญที่หาชมได้ยากยิ่ง

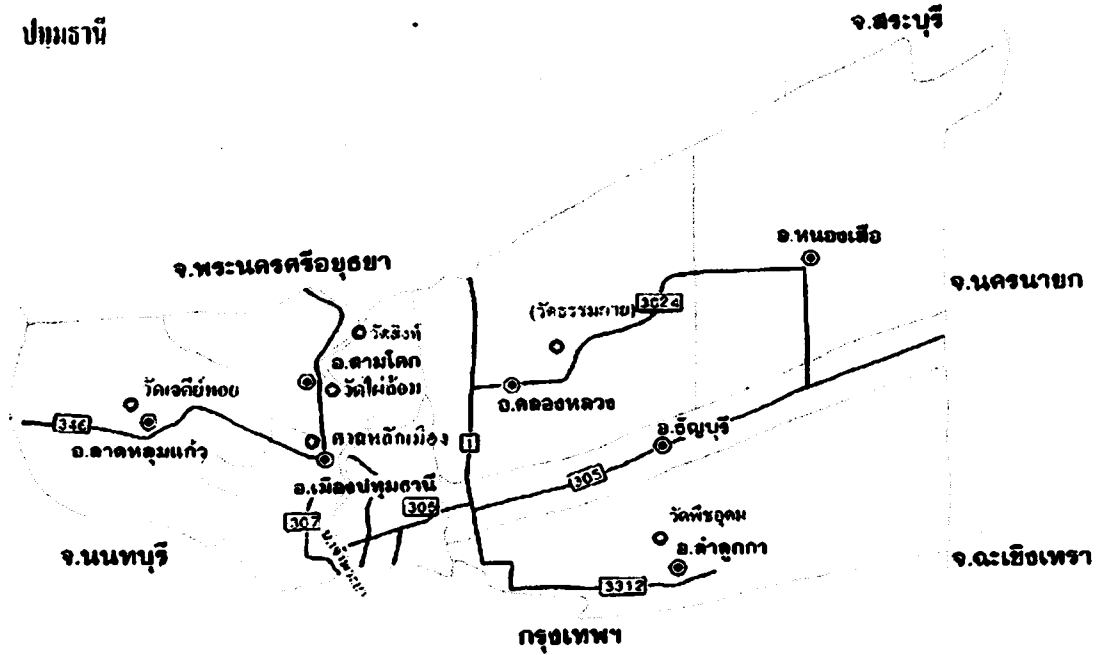
วัดเมตตารามย์

อยู่ในเขตตำบลเชียงรากน้อย ภายในมีเจดีย์แบบขเวดากองเป็นรูปแปดเหลี่ยม ยอดเจดีย์มีฉัตร ทำด้วยทองเหลืองเป็นลายเทพพนมอายุ 150 ปี หอสวดมนต์พื้นไม้สัก เสาไม้แก่นกลม ศาลาการเปรียญ มีเสาสงฆ์ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของวัดมอญ มีรูปหงส์อยู่บนยอดเสา

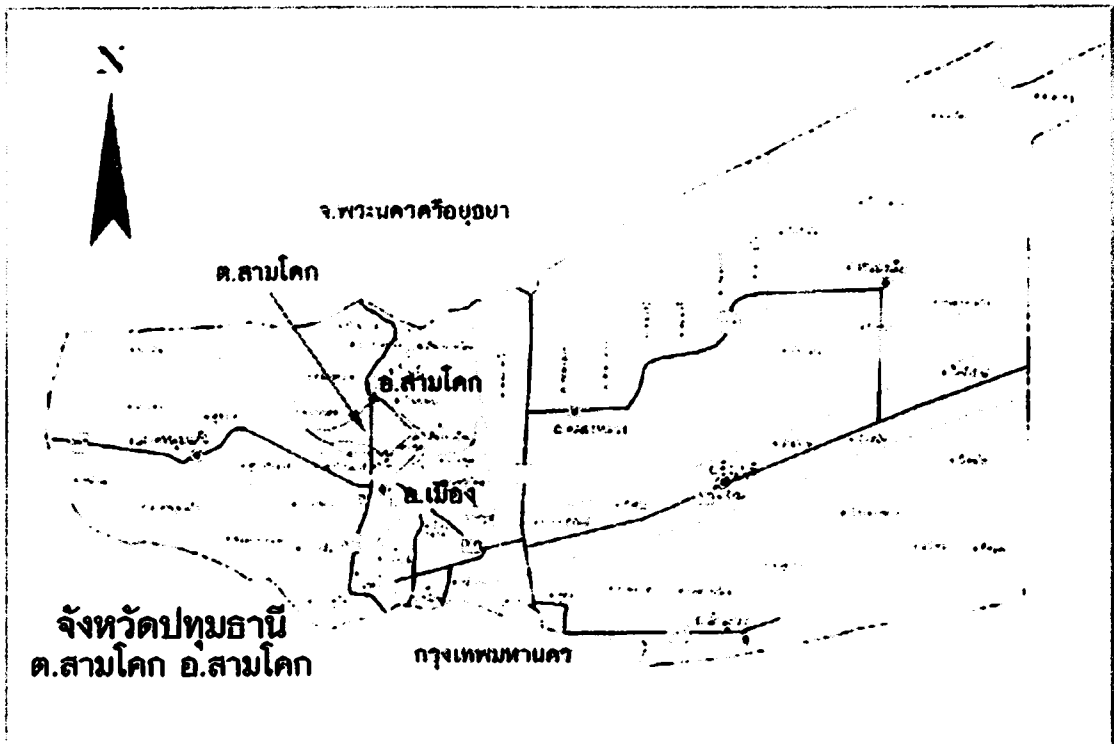
แหล่งท่องเที่ยวตำบลคลองควาย

วัดเจดีย์ทอง

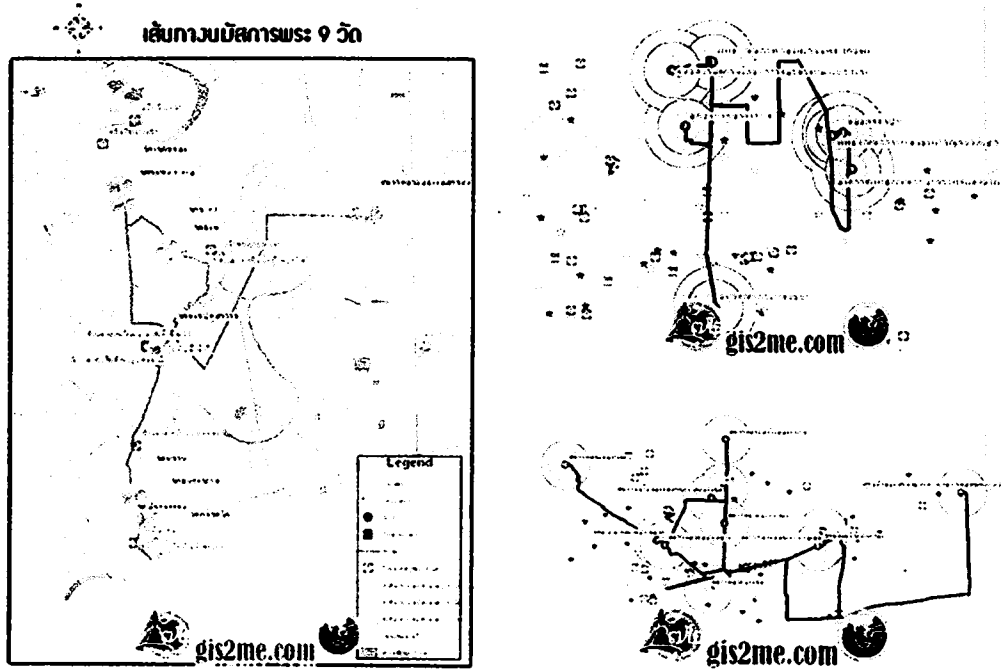
ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ตำบลคลองควาย วัดนี้มีเจดีย์ทรงรามัญสร้างในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์โดยชาวมอญ เป็นสถาปัตยกรรมมอญที่เลียนแบบมาจากเจดีย์จัตตะกองของพม่า และมีพระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างขึ้นด้วยหยกขาว เป็นที่เคารพสักการะของชาวไทยรามัญ



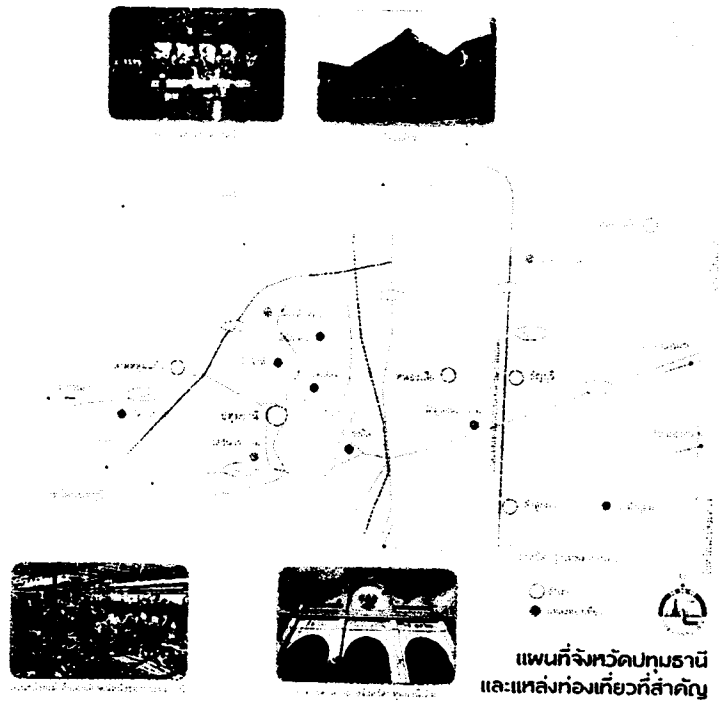
ภาพที่ 3 แผนที่จังหวัดเขตติดต่อกับจังหวัดปทุมธานี



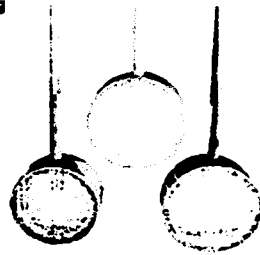
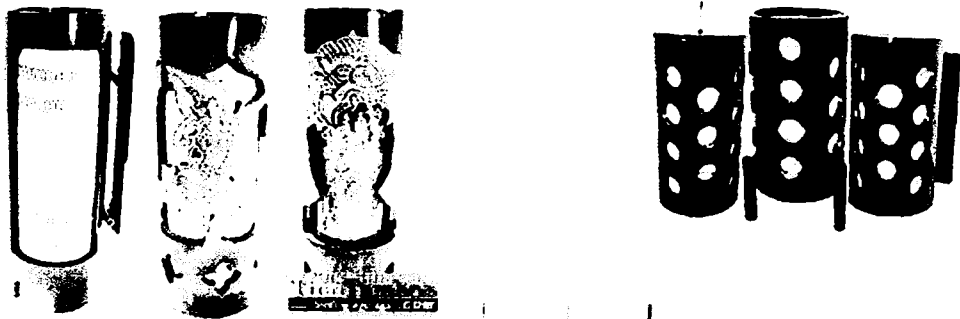
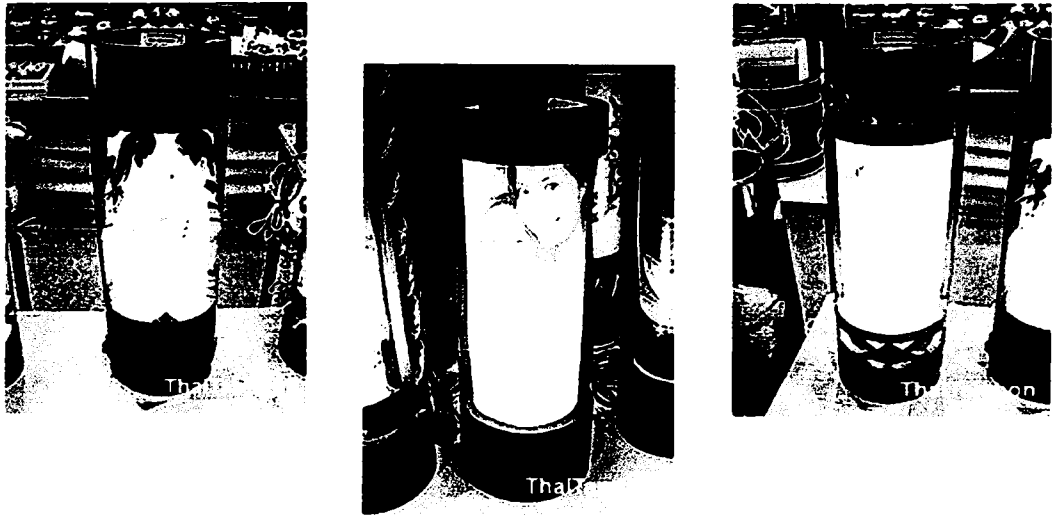
ภาพที่ 4 แผนที่อบต.สามโคกอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



ภาพที่ 7 แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด จังหวัดปทุมธานี



ภาพที่ 8 แผนที่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดปทุมธานี



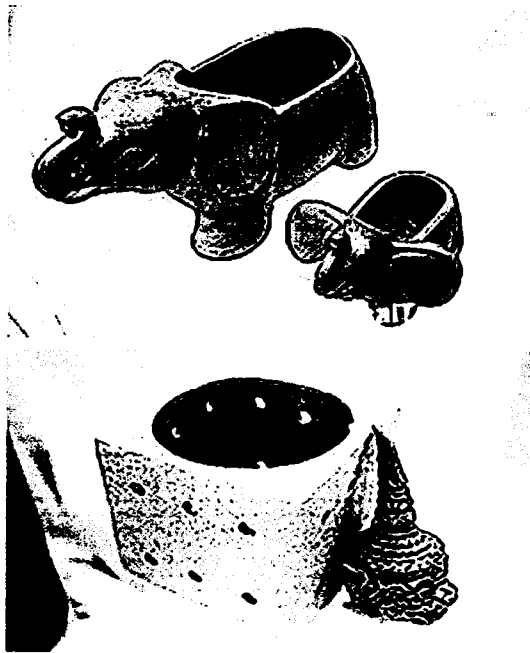
ภาพที่ 9 ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพบ้านโพธิ์ ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่
ตำบลคลองควาย



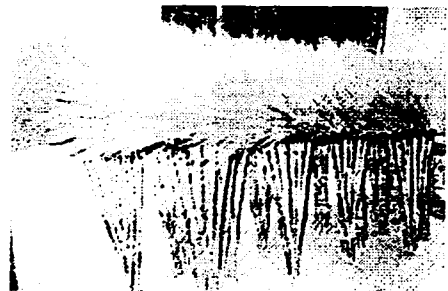
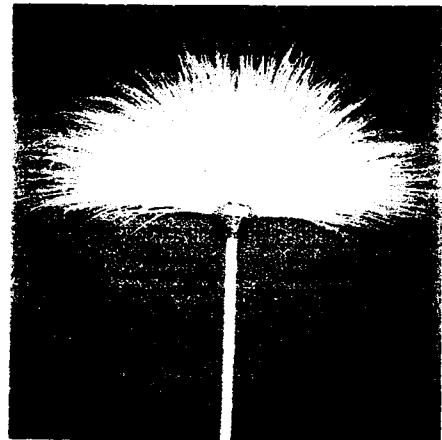
ภาพที่ 10 ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพผลิตดอกไม้ไยบัว ตำบลสามโคก



ภาพที่ 11 ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพสตรี ตำบลคลองควาย



ภาพที่ 12 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลสามโคก



ภาพที่ 13 ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพสตรีพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้กวาดดอกหญ้าอ่อน ตำบลเชียงรากน้อย

ภาคผนวก ก.

**แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ
และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/**

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำชุมชน

**แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/
ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำชุมชน
เรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**

ผู้ให้สัมภาษณ์.....ตำแหน่ง.....

ตอนที่ 1.

1. ความเป็นมาของการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

.....
.....

2. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี

.....
.....

3. แผนเชิงรุก/แผนปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (แผนระยะสั้น/แผนระยะยาว)

.....
.....

4. การพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

.....
.....

5. ความสำเร็จ.....

.....
.....

ความล้มเหลว.....

.....
.....

ปัญหา/อุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

.....
.....

6. หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

.....
.....

7. รูปแบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

.....
.....

ด้านการบริหาร.....

ด้านงบประมาณ.....

ด้านสาธารณสุข.....

ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร.....

ด้านการตลาด.....

ด้านบุคลากร.....

ด้านอื่น ๆ

8. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี

9. หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

10. การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในจังหวัดปทุมธานี

11. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

12. การตลาดและการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีในปัจจุบันเป็นอย่างไร

13. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี

ตอนที่ 2. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการบริหารจัดการ

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของท่านมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์
- () 2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- () 3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์
- () 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- () 5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- () 6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจการทางศาสนา
- () 7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
- () 8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
- () 9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ระบุ

ตอนที่ 3. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p>การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา</p> <p>1. องค์กรของท่านมีการจัดประชุม/ สัมมนาเพื่อให้ความรู้และรับฟังปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p> <p>2. องค์กรของท่านสนับสนุนให้ใช้ที่ทำการขององค์กรเป็นศูนย์รับฟังความคิดเห็นและปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p> <p>3. องค์กรของท่านเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้แสดงความคิดเห็น และนำเสนอปัญหาเกี่ยวกับ การท่องเที่ยว</p>					

ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p>ได้อย่างเต็มที่</p> <p>4. องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับปัญหาทุกด้านที่อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของท้องถิ่น</p> <p>5. องค์กรของท่านช่วยแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยว</p>					
<p>การมีส่วนร่วมในการวางแผน</p> <p>6. องค์กรของท่านร่วมเสนอและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาการท่องเที่ยว ในท้องถิ่นแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการจัดทำแผน</p> <p>7. องค์กรของท่านส่งเจ้าหน้าที่เข้าร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p> <p>8. องค์กรของท่านมีการจัดการทำแผนปฏิบัติการเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี</p> <p>9. องค์กรของท่านมีการทบทวนแผนและโครงการ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้มีความเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์</p>					

ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p>การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ</p> <p>10. องค์กรของท่านจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p> <p>11. องค์กรของท่านจัดให้มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่น</p> <p>12. องค์กรของท่านสนับสนุนด้านงบประมาณในการจัดการท่องเที่ยวแก่ท้องถิ่น</p> <p>13. องค์กรของท่านมีการควบคุมการประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยวให้อยู่ในความถูกต้องและเหมาะสม</p> <p>14. องค์กรของท่านมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p>					
<p>การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล</p> <p>15. องค์กรของท่านมีการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นประจำ</p> <p>16. องค์กรของท่านมีการประเมินผลกระทบทะกการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวใน</p>					

ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p>ท้องถิ่นเป็นประจำ</p> <p>17. องค์กรของท่านมีการจัดทำรายงานการประเมินการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p>					
<p>การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข</p> <p>18. องค์กรของท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาและฟื้นฟูสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p> <p>19. องค์กรของท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว</p> <p>20. องค์กรของท่านมีการประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ทุกภาคส่วนในการบำรุงรักษาและปรับปรุงการท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p> <p>21. องค์กรของท่านมีการรณรงค์ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข</p>					

ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p>การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์</p> <p>22. องค์กรของท่านมีการกระจายและแบ่งปันผลประโยชน์จากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มหรือให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรม</p> <p>23. องค์กรของท่านมีการกำหนดวัตถุประสงค์และวางแผนการบริหารผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่นไว้ล่วงหน้า</p> <p>24. องค์กรของท่านมีการรายงานให้สมาชิกและประชาชนในท้องถิ่นได้ทราบเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยว</p>					

ตอนที่ 4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. องค์กรของท่านได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

2. ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีอะไรบ้าง

.....
.....
.....

3. ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
อย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

ภาคผนวก ข.

แบบสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

6. ลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจ

- () 1. เป็นเจ้าของคนเดียว () 2. มีหุ้นส่วน จำนวน.....คน

7. จำนวนแรงงานในสถานประกอบการ

- () 1. ไม่มี เพราะเป็นธุรกิจภายในครอบครัว () 2. มีจำนวน.....คน

8. จำนวนปีที่จัดตั้งกิจการ.....ปี

9. ประเภทของลูกค้า

- () 1. นักท่องเที่ยวชาวไทย () 2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
() 3. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ () 4. อื่นๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 2 ประเภทของผลิตภัณฑ์

ในชุมชนของท่านมีผลิตภัณฑ์ประเภทใด

ประเด็น	มี	ไม่มี
อาหาร		
เครื่องดื่ม		
เสื้อผ้า		
เครื่องแต่งกาย		
เครื่องใช้		
เครื่องประดับ		
ศิลปะประดิษฐ์		
ของที่ระลึก		
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา		
สมุนไพรที่เป็นอาหารและยา		

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ประเด็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน					
2. ผลิตภัณฑ์ได้รับลิขสิทธิ์ทางปัญญา					
3. จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์					
4. ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์					
5. ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์					
6. การมีส่วนร่วมของชุมชน					
7. การบริหารจัดการ					
8. สร้างรายได้หลักให้กับสมาชิก					
9. การลดความยากจน					
10. ลดการอพยพแรงงานไปนอกหมู่บ้าน					
11. ความสามารถในการตลาด					
12. ความเป็นไปได้ของโครงการ					
13. เป็นนโยบายแก้ไขปัญหาความยากจน					
14. เป็นนโยบายเศรษฐกิจรากหญ้า					
15. ความสอดคล้องของโครงการกับนโยบายของรัฐ					
16. การกระจายโอกาสการประกอบอาชีพให้กับชุมชนรากหญ้า					
17. สร้างอาชีพหลัก/ความเป็นอยู่ดีขึ้น					
18. ตรงตามความต้องการของชุมชน					
19. กระจายรายได้และผลประโยชน์ร่วมกัน					

ตอนที่ 4. โครงการส่งเสริมหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการดำเนินงานอย่างไร

.....
.....
.....
.....

ตอนที่ 5. การวิเคราะห์ขีดความสามารถ

5.1 การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการตลาด

1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์/การบริการ/กิจกรรมที่ดำเนินการอยู่เป็นอย่างไรบ้าง

.....
.....
จุดแข็ง.....
จุดอ่อน.....

2) การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์/ค่าบริการ เป็นอย่างไร

.....
.....
จุดแข็ง.....
จุดอ่อน.....

3) สถานที่/สภาพแวดล้อม/สิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคม เป็นอย่างไร

.....
.....
จุดแข็ง.....
จุดอ่อน.....

4) การส่งเสริมการขาย (การพัฒนาข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์) เป็นอย่างไร

.....
.....
จุดแข็ง.....
จุดอ่อน.....

5.2 การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการ

1) ท่านคิดว่าการผลิตสินค้า/บริการ/กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ของท่าน มีศักยภาพเพียงใด

.....

จุดแข็ง.....

จุดอ่อน.....

2) การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมาเป็นอย่างไรบ้าง

.....

จุดแข็ง.....

จุดอ่อน.....

3) ในอนาคตท่านคิดว่ากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จะเป็นอย่างไร

.....

จุดแข็ง.....

จุดอ่อน.....

ตอนที่ 6. การมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว

ท่านมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ในระดับใด

ประเด็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ร่วมคิด วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่					
2. ร่วมวางแผนการบริหารและกำหนดกิจกรรม					
3. ร่วมดำเนินการ					
3.1 ร่วมประชุม					
3.2 ร่วมจัดกิจกรรม					
3.3 ร่วมกิจกรรม					

ประเด็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ร่วมสนับสนุนงบประมาณ					
5. มีส่วนร่วมรับประโยชน์จากกิจกรรม					
5.1 มีรายได้เพิ่มขึ้น					
5.2 มีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น					
5.3 มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ					
5.4 มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น					
5.5 เกิดความสามัคคี/ร่วมมือ					
5.6 เกิดความภาคภูมิใจ					
6. ร่วมติดตามประเมินผล					
7. ร่วมแก้ไขปัญหา/พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว					

ตอนที่ 7. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. ท่านคิดว่าในพื้นที่ของท่านมีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวและข้อจำกัดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างไรบ้าง

ศักยภาพในการพัฒนา.....
.....

ข้อจำกัด.....
.....

2. จากศักยภาพและข้อจำกัดข้างต้น ท่านมีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร

.....
.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษา

ภาคผนวก ค.
แบบสอบถามกลุ่มประชาชน

ตอนที่ 2. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

1. ในท้องถิ่นของท่านมีการท่องเที่ยวประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์
- () 2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- () 3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์
- () 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- () 5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- () 6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา
- () 7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
- () 8. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
- () 9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ระบุ.....

2. จากข้อ 1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวประเภทใดในท้องถิ่นของท่านที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยว (โปรดจัดลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ)

- () 1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์
- () 2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- () 3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์
- () 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- () 5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- () 6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา
- () 7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
- () 8. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
- () 9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ระบุ.....

ตอนที่ 3. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว	มาก ที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
<p>การมีส่วนร่วมกำหนดปัญหา</p> <p>1. ท่านร่วมแสดงความคิดเห็น และ เสนอปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในท้องถิ่นให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ</p> <p>2. ท่านและคนในชุมชนมีการปรึกษา หารือกันเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจาก การท่องเที่ยวและร่วมหาทางแก้ไข</p>					
<p>การมีส่วนร่วมในการวางแผน</p> <p>3. ท่านร่วมเสนอแนะให้ข้อมูล เกี่ยวกับสถานที่/กิจกรรมการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่น และปัญหา แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการจัดทำแผน</p> <p>4. ท่านมีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ ของรัฐเพื่อขอทราบถึงแผนงาน หรือโครงการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่ทางราชการจะจัดขึ้นในท้องถิ่น</p>					
<p>การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และการปฏิบัติ</p> <p>5. ท่านให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p> <p>6. ท่านและคนในชุมชนมีการพัฒนา และจัดกิจกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุน การท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p>					

ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว	มาก ที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
7. ท่านและคนในชุมชนร่วมบริจาค เงิน หรือออกแรง เพื่อช่วยเหลือ พัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น					
การมีส่วนร่วมในการติดตาม ประเมินผล 8. ท่านมีส่วนร่วมในการประเมินผล ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ในท้องถิ่น 9. ท่านมีการติดตาม ตรวจสอบและ ประเมินผลเกี่ยวกับงบประมาณ การเงินเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว ในท้องถิ่น					
การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษา และปรับปรุงแก้ไข 10. ท่านแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ทราบทันทีที่พบเห็นการบุกรุก หรือทำลายสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรเพื่อ การท่องเที่ยวในท้องถิ่น 11. ท่านให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวในท้องถิ่นแก่ นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง 12. ท่านเป็นหูเป็นตาช่วยบำรุงรักษา แหล่งท่องเที่ยว					
การมีส่วนร่วมในการ จัดการผลประโยชน์ 13. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการ ผลประโยชน์					

ตอนที่ 4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ท่านได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

2. ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
อย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

ภาคผนวก ง.
แบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว

แบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว
เรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

พื้นที่ศึกษา.....ตำบล.....อำเภอ.....
 จังหวัด.....

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมายลงใน () และเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง
 และความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
 () 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย () 4. อนุปริญญา / ปวส.
 ปวช. หรือเทียบเท่า หรือเทียบเท่า
 () 5. ปริญญาตรี () 6. สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพปัจจุบัน () 1. ข้าราชการ () 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () 3. ลูกจ้างภาคเอกชน () 4. ประกอบอาชีพส่วนตัว
 () 5. เกษตรกร () 6. นักศึกษา
 () 7. ไม่ได้ประกอบอาชีพ () 8. อื่น ๆ (ระบุ)
5. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () 1. เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน () 2. เพื่อธุรกิจ
 () 3. เพื่อการศึกษา () 4. เพื่อประชุม/สัมมนา
 () 5. เพื่อน/เยี่ยมญาติ () 6. งานแสดง/นิทรรศการ
 () 7. อื่นๆ (ระบุ)

ตอนที่ 2. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

1. สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวใดบ้างที่มีในท้องถิ่นนี้ (โปรดจัดลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ)

- () 1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์
- () 2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- () 3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์
- () 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- () 5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- () 6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา
- () 7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
- () 8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
- () 9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ระบุ.....

2. จากข้อ 1. โปรดระบุชื่อสถานที่ท่องเที่ยวตามลำดับ

อันดับที่ 1. ได้แก่.....

อันดับที่ 2. ได้แก่.....

อันดับที่ 3. ได้แก่.....

3. สถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านสนใจและจะเดินทางต่อไปจากสถานที่แห่งนี้

() 1. ไม่มี

() 2. มี

4. เหตุผลในการเลือกไปยังสถานที่ดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. เป็นเส้นทางต่อเนื่อง

() 2. การเดินทางสะดวก

() 3. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาเกี่ยวข้งกัน

() 4. น่าสนใจและมีชื่อเสียง

() 5. เพื่อเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึก

() 6. อื่น ๆ (ระบุ)

5. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้

() 1. เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน

() 2. เพื่อธุรกิจ

() 3. เพื่อการศึกษา

() 4. เพื่อประชุม/สัมมนา

() 5. เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน

() 6. อื่น ๆ (ระบุ)

ตอนที่ 3. คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว

คุณลักษณะ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว					
1. ความเหมาะสมในการจัดเขตพื้นที่ (Zoning)					
2. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
4. ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลาย					
การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม					
5. การจัดการขยะมูลฝอย					
6. การจัดการคุณภาพน้ำ					
7. การจัดการคุณภาพอากาศ					
8. การจัดการคุณภาพเสียง					
ลักษณะทางสังคม					
9. ความประทับใจในการเที่ยวชม					
10. ความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม					
มิติทางศิลปวัฒนธรรม					
11. คุณค่าทางภูมิปัญญาและองค์ความรู้					
12. คุณค่าทางประวัติศาสตร์					
คุณค่าทางการเรียนรู้					
13. ผลประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้					
14. การใช้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการศึกษา					

ตอนที่ 3. (ต่อ)

คุณลักษณะ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การบริหารจัดการ					
15. การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก					
16. การจัดการความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน					
17. การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว					
18. การจัดการบุคลากรผู้ให้บริการ					

ตอนที่ 4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

ประวัติการศึกษา (และการทำงาน) ของผู้เขียน

ชื่อ นายเวทิน ศันสนีย์เวช
วัน เดือน ปีเกิด วันที่ 15 เมษายน 2482
ที่เกิด บ้านหนองหลวง หมู่ที่ 12 ตำบลบางลี่ อำเภอกำแพง จังหวัดลพบุรี

ประวัติการศึกษา

สอบได้นักธรรมชั้นเอก (น.ธ.เอก)
สอบได้เปรียญธรรมห้าประโยค (ป.ธ.5)
สอบได้วิชาชุดक्रमมัธยม (พ.ม.)
สอบได้ประกาศนียบัตรวิชาการบัญชีจาก
Northwestern Business College, Chicago, Illinois, U.S.A.

ปีการศึกษา 2514 ได้รับปริญญาศาสนศาสตรบัณฑิต (ศน.บ.)
มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2515-2547 ประกอบอาชีพอิสระในเมืองชิคาโก
รัฐอิลลินอยส์ และเมืองโคลวิส
รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา
พ.ศ. 2529-2531 ประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์มติชน
พ.ศ. 2537 ประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามรัฐ