

การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
กรณีศึกษา จังหวัดชุมพร



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

ชื่อเรื่อง	การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา จังหวัดชุมพร
ผู้วิจัย	ณปรกร เจี้ยวแห้ง
ประธานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. พยอม ธรรมบุตร
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2552
คำสำคัญ	การวางแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนา การวางแผนยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร เพื่อวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และเพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบบบูรณาการในจังหวัดจังหวัดชุมพร

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม จำนวน 400 สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ใช้สถิติและวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดชุมพร ได้แก่ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร สวนเกษตร น้ำตก ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราชในกรมกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ วัด พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจังหวัดชุมพร เทศกาลแห่งพระแข่งเรือขึ้นโขนชิงธง ล่องแพ ส่องนก และเยี่ยมชมสวนเกษตร

การกำหนดวิสัยทัศน์ของจังหวัดชุมพร ชุมพรจะ Brandจังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลด้านการดำน้ำที่มีมาตรฐานระดับโลกเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อปลูกจิตสำนึกของชาวชุมพรให้เกิดความรัก ห่วงแหนและอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิตของชาวชุมพรอย่างยั่งยืนโดยจังหวัดชุมพรจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพสูงสุดเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชนเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามแนวคิดวิสัยทัศน์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนา

เศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์การ
พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก



Title INTEGRATED STRATEGIC PLANNING FOR SUSTAINABLE
TOURISM DEVELOPMENT: A CASE STUDY OF CHUMPORN
PROVINCE

Author Napaporn Chiawheng

Advisor Assistant Professor Orasa Tetiwat, Ph.D.

Co - Advisor Associate Professor Payom Dhamabutra, Ph.D.

Academic Paper Thesis M.A. in Hotel and Tourism Management,
Naresuan University, 2009

Keywords Strategic Planning, Sustainable Tourism, Integration,
Development

ABSTRACT

This research aimed conducting at the tourism audit and the SWOT Analysis of the tourism development in Chumporn Province and building Integrated Strategic Planning for Sustainable Tourism Development: A Case Study of Chumporn Province.

Qualitative research form was used in this research. Tools for data collection were the tourism resource audit checklist and questionnaires. 400 copies of questionnaires were distributed to 4 sample groups, public sector, private sector, local people and tourists. Data analysis was done by applying percentage, mean, and standard deviation.

The results revealed that : The most impotent resources of Chumporn province were Chumporn Island group National Park, beaches, orchard and waterfalls, prince Chumporn Shrine, Bundles Temples, Nation Museum, prince Chumporn Festival, Boat Racing, Scuba diving, bird watching, orchard visiting.

The vision of tourism development of Chumporn province : Chumporn province will create Chumporn Brand for the world Marine Tourism Center with international standards to preserve its environment, Chumporn province will develop its tourism to raise awareness among its people to preserve art, couture tradition, local wisdom, its way to life in a sensational way, Chumporn province will be develop to become the best

Agro Tourism center to enhance local economy and its local income distribution
Chomporn province will develop its tourism to enhance its community sustainable
development focusing on self sufficiency economy principles

The strategies for these visions were: Strategies to develop tourism to preserve
the environment, strategy to develop tourism to enhance economic development in this
province, strategy to develop tourism to support integrated sustainable community
development, strategy to develop tourism to preserve art, culture, and to raise
environmental awareness while focusing on spiritual development.



ประกาศคุณูปการ

วิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรสา เติตวิวัฒน์ ประธานที่ปรึกษาและรองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร กรรมการที่ปรึกษาที่ปรึกษาให้คำแนะนำ ปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วย ความเอาใจใส่ เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาชนในจังหวัดชุมพร และหน่วยงานทุกส่วนในจังหวัดชุมพร ที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามและให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยนเรศวร คณาจารย์มหาวิทยาลัยนเรศวร

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา สัมฤทธิ์ผล รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ภาพิจิตร รองศาสตราจารย์ ดร.เบ็ญจา ส่งเจริญ ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า จนทำให้การวิจัยครั้งนี้สมบูรณ์และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ที่ได้ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนทุก ๆ ด้านเป็นอย่างดี ความสำเร็จของวิจัยฉบับนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบ และอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน

ณปภร เจ็ยวเห็ง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการทำวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	9
แนวคิด ทฤษฎี การพัฒนาที่ยั่งยืนและการมีส่วนร่วม.....	14
แนวคิด ทฤษฎีการวางแผนยุทธศาสตร์.....	23
บริบทพื้นที่ศึกษา.....	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	165
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	165
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	167
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	171
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	171
4 ผลการวิจัย.....	174
ตอนที่ 1 รายงานผลการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร.....	175
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดชุมพร จากแบบสอบถาม.....	175

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาคเอกชน ด้านแนวทางการวางแผน ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่าง ยั่งยืนจังหวัดชุมพร.....	237
ผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชน ด้านแนวทางการวางแผน ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่าง ยั่งยืนจังหวัดชุมพร.....	263
ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ด้านแนวทางการวางแผน ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่าง ยั่งยืนจังหวัดชุมพร.....	290
ผลการศึกษาความคิดเห็นในภาครวมของ ภาคประชาชน ภาครัฐ ภาคผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว ด้านแนวทางการวางแผน ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่าง ยั่งยืนจังหวัดชุมพร.....	325
ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ ภาคเอกชนภาคประชาชน และ นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยว ของจังหวัดชุมพร.....	397
5 บทสรุป.....	402
สรุปผลการวิจัย.....	405
อภิปรายผล.....	420
ข้อเสนอแนะ.....	435
บรรณานุกรม.....	438
ภาคผนวก.....	445
ประวัติผู้วิจัย.....	477

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมายประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1.....	126
2	แสดงตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมายประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2.....	128
3	แสดงตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมายประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3.....	130
4	แสดงตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมายประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.....	132
5	แสดงการวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส ภัยอุปสรรค (SWOT Analysis) จังหวัดชุมพร.....	149
6	แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	167
7	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ.....	210
8	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างภาคีรัฐ.....	212
9	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างภาคีรัฐ.....	213
10	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านเทศกาล งานประเพณีและมหรหรรพ์ที่น่า ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ.....	214
11	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่น่าท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างภาคีรัฐ.....	215
12	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวภาพรวม การให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างภาคีรัฐ.....	216
13	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง หรือข้อดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่าง	

ภาคีรัฐ.....	218
--------------	-----

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งหรือข้อด้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ.....	219
15	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ.....	220
16	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ.....	221
17	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ.....	222
18	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ.....	223
19	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 1 ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ.....	224
20	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 2 ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ.....	228
21	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 3 ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ.....	230

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
22	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 4 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	232
23	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาท และหน้าที่ของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	235
24	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	237
25	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นำท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างภาคเอกชน.....	239
26	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นำท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างภาคเอกชน.....	240
27	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านเทศกาล งานประเพณีและมหรหรรษ์ที่นำ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	241
28	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่นำท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างภาคเอกชน.....	242
29	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวภาพรวม การให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างภาคเอกชน.....	241
30	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง หรือข้อดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่าง ภาคเอกชน.....	245

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
31	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งหรือข้อด้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	246
32	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งหรือข้อด้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	247
33	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	248
34	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	239
35	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	250
36	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 1 ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	251
37	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 2 ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	252
38	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 3 ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	256

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
39	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 4 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	258
40	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาท และหน้าที่ของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	261
41	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	264
42	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นำท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างประชาชน.....	266
43	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นำท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างประชาชน.....	267
44	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านเทศกาล งานประเพณีและมหรหรรษ์ที่นำ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	268
45	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่นำท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างประชาชน.....	269
46	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพรวม การให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างประชาชน.....	270
47	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง หรือข้อดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่าง ประชาชน.....	271

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
48	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งหรือข้อดี้อยู่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	272
49	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	273
50	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	274
51	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	275
52	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	276
53	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 1 ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	277
54	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 2 ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	281
55	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 3 ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	283

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
56	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 4 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	285
57	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาท และหน้าที่ของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างประชาชน.....	288
58	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	290
59	แสดงจำนวนและร้อยละของภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	293
60	แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว.....	293
61	แสดงจำนวนและร้อยละของการศึกษาแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	294
62	แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สนใจของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	294
63	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	296
64	แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดชุมพรของ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	296
65	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเดินทางมายังจังหวัดชุมพรของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	297
66	แสดงจำนวนและร้อยละของยานพาหนะในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว.....	297
67	แสดงจำนวนและร้อยละของการพักค้างคืนความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวของ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	298
68	แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกประเภทของที่พักรของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว.....	298

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
69	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาการพักผ่อนของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว.....	299
70	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้เฉลี่ยต่อวันต่อคน ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	299
71	แสดงจำนวนและร้อยละของฤดูกาลชอบมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	300
72	แสดงจำนวนและร้อยละของการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรอีกของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	300
73	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	300
74	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว.....	301
75	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นำท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	303
76	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นำท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	304
77	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านเทศกาล งานประเพณีและมหรหรรษ์ที่นำ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	305
78	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่นำท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	306

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
79	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพรวม การให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	307
80	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง หรือข้อดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว.....	308
81	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง หรือข้อด้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว.....	309
82	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาส ในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว.....	310
83	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว.....	311
84	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว.....	312
85	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	313
86	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 1 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	314

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
87	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 2 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	318
88	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 3 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	320
89	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 4 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	322
90	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร.....	325
91	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร.....	329
92	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านเทศกาล ประเพณีและมหรหรรรมที่น่าท่องเที่ยว ของจังหวัดชุมพร.....	332
93	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่น่าท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร.....	336
94	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่น่าท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร.....	340
95	แสดงส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งหรือข้อดี ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร.....	344
96	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อน หรือข้อด้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร.....	347
97	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาส ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร.....	351

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
98	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร.....	354
99	แสดงส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการ พัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร.....	357
100	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร	361
101	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 1 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร.....	364
102	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 2 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร	373
103	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 3 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร	378
104	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ และโครงการที่เหมาะสมในยุทธศาสตร์ที่ 4 ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร	383
105	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาท และหน้าที่ของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยว ของจังหวัดชุมพร	388
106	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาท และหน้าที่ของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร	391
107	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาท และหน้าที่ของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร	394
108	แสดงSWOT Analysis	411

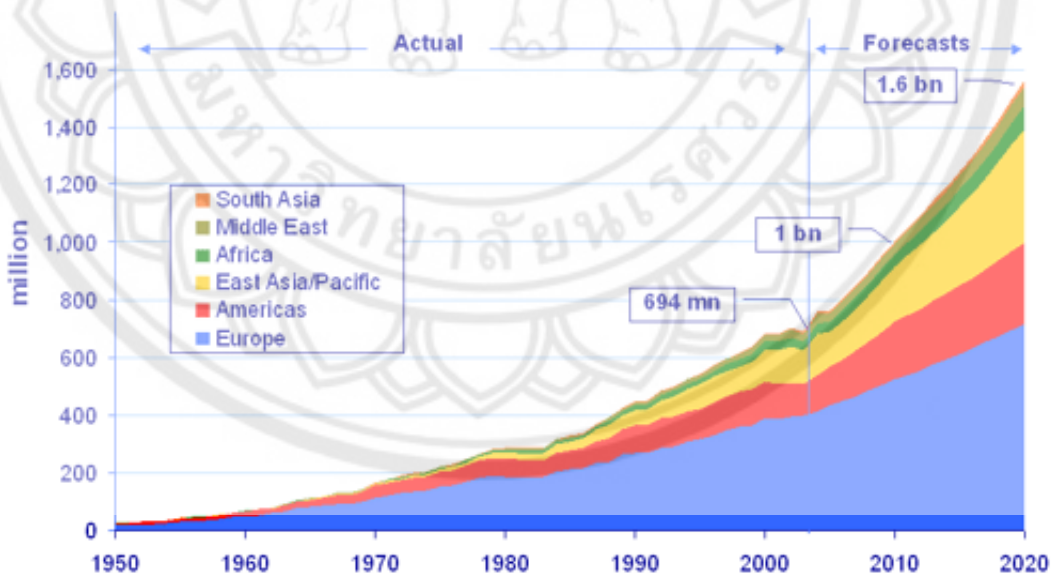
บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจโลกจาก ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีด้านการคมนาคม การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงเกิดความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ซึ่งทำให้เกิดการกระจายเงินตราสู่ ภูมิภาคต่างๆทั่วโลก อันเป็นการสร้างเติบโตทางเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจการ ท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพให้ประชาชนมีงาน มีรายได้ เป็นผลให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization – WTO) ได้คาดการณ์ไว้ว่าใน ปี ค.ศ. 2020 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International arrivals) จะมีประมาณ 1.6 พันล้าน คน โดยแยกเป็นนักท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาค (Intraregional Travelers) ประมาณ 1.2 พันล้านคน และนักท่องเที่ยวข้ามทวีป (Long – haul Travelers) ประมาณ 378 ล้านคน



ภาพ 1 แผนภูมิแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวของโลก

ที่มา: World Tourism Organization (UNWTO) ©

ภูมิภาคเอเชียเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยว ซึ่งมีอารยธรรมที่เก่าแก่ตั้งอยู่คืออารยธรรมจีน และอารยธรรมอินเดีย สถานที่สำคัญในภูมิภาคนี้มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีภูมิประเทศที่งดงามและมีความหลากหลาย ซึ่งเกิดจากการกระทำของธรรมชาติ สถานที่เหล่านี้นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และเป็นมรดกโลกที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากนานาชาติได้เป็นอย่างดี

ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่สวยงามและมีคุณค่าทั้งด้านธรรมชาติและประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความมีมิตรไมตรีของคนไทยเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทย เป็นจำนวนมาก

จังหวัดชุมพรเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวจังหวัดต่างๆ ในภาคใต้ มีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางทะเลอย่างมากมาย อีกทั้งยังมีศักยภาพในการพัฒนาสูงและเป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอนุสรณ์สถาน กรมหลวงชุมพร หาดทรายรี อ่าวทุ่งวัวแล่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลหรือเกาะจระเข้ เกาะทะลุ เกาะพิทักษ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมการดำน้ำดูปะการัง ทั้งน้ำลึกและน้ำตื้น ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหล่านี้ยังขาดการจัดการเชิงอนุรักษ์ ประกอบกับพฤติกรรมที่ขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวได้ทำให้เกิดการทำลายคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวและเป็นตัวเร่งให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว ทั้งระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ผู้วิจัยตระหนักถึงความจำเป็นในการศึกษาความสำคัญของการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดชุมพร โดยเน้นการจัดการทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนเพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคตเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรให้เป็นไปอย่างยั่งยืนมีการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว การพัฒนาชุมชน ทั้งนี้การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดชุมพร ยังจะเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มีผลในการโน้มนำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรโดยตรงมากขึ้น

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษา ตรวจสอบ ทรัพยากรท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษา ประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร
3. เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดชุมพร

ความสำคัญของการวิจัย

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยแล้ว จะนำฐานข้อมูลเพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดชุมพร เสนอต่อองค์กรภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร และพื้นที่อื่นที่สนใจ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบการจัดการวางแผนพัฒนาในอนาคต

ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งประชากรของการศึกษาวิจัยออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. บุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง คือข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนยุทธศาสตร์ เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัดชุมพร หัวหน้างานวางแผนยุทธศาสตร์จังหวัดชุมพร นายกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยให้ครอบคลุมเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
2. บุคลากรภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบอาชีพด้านธุรกิจ บริการ และท่องเที่ยว ได้แก่ ภัตตาคาร มัคคุเทศก์ บริษัทจัดนำเที่ยว
3. ประชาชนท้องถิ่น และกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ได้แก่ ภายใน 4 อำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดชุมพร ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอปะทิว อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ณ เกาะพิทักษ์ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฯ ชุมพร น้ำตกคลองเพร่า หรือ น้ำตกทับช้าง สวนนายดำ หาดอรุณทัย ศาลกรมหลวงชุมพร หาดทุ่งวัวแล่น หาดทรายรี อ่าวทุ่งมะขาม

ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

1. บุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง คือข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนยุทธศาสตร์ เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัดชุมพร หัวหน้างานวางแผนยุทธศาสตร์จังหวัดชุมพร นายกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยให้ครอบคลุมเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
2. บุคลากรภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบอาชีพด้านธุรกิจ บริการ และท่องเที่ยว ได้แก่ ภัตตาคาร มัคคุเทศก์ บริษัทจัดนำเที่ยว
3. ประชาชนในท้องถิ่น ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนท้องถิ่นที่อยู่ใน แหล่งท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัดชุมพร 4 อำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดชุมพร ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอปะทิว อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวที่มายังแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆภายใน 4 อำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดชุมพร ได้แก่ ณ เกาะพิทักษ์ เขตอนุรักษ์สัตว์ป่าถ้ำเขาพลู หาดถ้ำธง-บางเบ็ด สวนนายดำ สวนส้มโชกุน ล่องแพคลองพะโต๊ะ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร อ่าวทุ่งมะขาม หาดทรายรี

ขอบเขตด้านพื้นที่

- แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดชุมพรในเขตพื้นที่ 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอปะทิว อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากทฤษฎีแนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ได้ศึกษาค้นคว้า รวมทั้งเก็บข้อมูลภาคสนามจากประชากรเป้าหมาย และการสำรวจภาคสนาม ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยของเรื่องนี้อย่างต่อไปนี้



ภาพ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การรวบรวมกระบวนการเรียนรู้ทางธรรมชาติเน้น การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนักและการ ปฏิบัติที่ถูกต้องสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดชุมพร

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการจัดการทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนเพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคตที่มีการจัดการในเขต จังหวัดชุมพร

แผนยุทธศาสตร์ หมายถึง แผนซึ่งเกี่ยวข้องกับวิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ที่ ต้องการบรรลุของจังหวัดชุมพรในอนาคต โดยมีทั้งแผนระยะสั้นระยะยาว ที่สามารถเปลี่ยนแปลง ตามสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น รวมถึงการปฏิบัติงานที่กระจายการใช้ทรัพยากรให้บรรลุถึง วัตถุประสงค์ของแผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดชุมพร

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม กิจกรรม และประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดชุมพร ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ทางด้าน กิจกรรม ด้านงานเทศกาลประเพณีและงานมหกรรมต่างๆ รวมถึงการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ในจังหวัดชุมพร

การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ให้มีมาตรฐาน และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ ทางลบต่อชุมชนท้องถิ่น

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐ (Strategic plan for provincial development) หมายถึง แผนพัฒนาจังหวัดที่แสดงทิศทางหรือแนวทางการพัฒนาจังหวัดในอนาคตด้วยงาน นโยบายหรือยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมทุกด้าน โดยองค์ประกอบคือการแสดงวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางหรือมาตรการการพัฒนา ให้สอดคล้องในทิศทาง เดียวกับนโยบายการพัฒนาประเทศ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนและรองรับการ เปลี่ยนแปลงในอนาคต ของจังหวัดชุมพร

บูรณาการ (Integration) หมายถึง การประสานกลมกลืนของแผน กระบวนการ สารสนเทศ การตัดสินใจเกี่ยวกับทรัพยากร การปฏิบัติการ ผลลัพธ์ การวิเคราะห์และการเรียนรู้เพื่อ สนับสนุนเป้าประสงค์หลักของทั้งองค์กร การบูรณาการที่มีประสิทธิผลจะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อ

องค์ประกอบแต่ละส่วนของระบบการจัดการดำเนินงานมีการดำเนินการที่เชื่อมต่อกัน ในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึงการบูรณาการมิติมุมมองของการพัฒนาควบคู่กันไปทั้งมิติด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ มิติด้านการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนมิติด้านจิตใจ และยังหมายถึงการบูรณาการแนวความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 4 กลุ่มได้แก่ ภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคเอกชนและนักท่องเที่ยว



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสารรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ได้แก่

1. แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว
 - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 1.3 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 1.4 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
 - 1.5 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
 - 1.6 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 1.7 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - 1.8 ทรัพยากรการท่องเที่ยว
 - 1.9 การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว
 - 1.10 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว
 - 1.11 ตลาดการท่องเที่ยว
2. แนวคิด ทฤษฎี การพัฒนาที่ยั่งยืนและการมีส่วนร่วม
 - 2.1 การพัฒนาที่ยั่งยืน
 - 2.2 การบูรณาการและการมีส่วนร่วม
 - 2.3 การพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
3. แนวคิด ทฤษฎีการวางแผนยุทธศาสตร์
 - 3.1 การวางแผนยุทธศาสตร์
 - 3.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว
 - 3.3 การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์ (SEA)
 - 3.4 การจัดการผลการประเมินด้านบริหารธุรกิจ
 - 3.5 แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 10

- 3.6 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- 3.7 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 3.8 แผนการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 3.9 แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ตอนบน
- 3.10 แผนยุทธศาสตร์จังหวัดชุมพร
4. บริบทพื้นที่ศึกษา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ประเสริฐ วิทยารัฐ (2530, หน้า 3) ได้ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น คือผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวต้องมาหาสินค้าด้วยตนเองแทนที่สินค้าจะไปหาผู้ซื้อสำหรับตัวสินค้าก็มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปคือ ผู้ซื้อไม่สามารถเก็บสินค้าไว้เป็นสมบัติได้ แต่ผู้ซื้อจะได้รับความรื่นรมย์ ความพึงพอใจ ความแปลกใหม่ ประเพณีปัญญา พักผ่อน สนุกสนาน ความคุ้มค่าของผู้ซื้อจึงอยู่ที่ความรู้สึกพอใจ ประทับใจและมีการบอกเล่าถึงความประทับใจแก่ผู้อื่น เพื่อชักชวนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

ไพฑูรย์ พงศะบุตร และวิลาสวงศ์ พงศะบุตร (2536, ไม่มีเลขหน้า) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง “การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งมิใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลและเป็นการไปเยือนชั่วคราว โดยมิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพรายได้”

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 29-30) ได้อ้างถึงคำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ (1) ต้องมีการเดินทาง (2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และ (3) ต้อง มีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง และได้อธิบายเพิ่มเติมของจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่าง ดังต่อไปนี้

1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
2. เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
3. เพื่อการศึกษา
4. เพื่อการกีฬาและการบันเทิง

5. เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
6. เพื่องานอดิเรก
7. เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
8. เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
9. เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

นิคม จารุมณี (2545, หน้า 1) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึงการเดินทาง จากที่หนึ่งที่มีจุดหมายที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการ ปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

จากความหมายของการท่องเที่ยวซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ตามแต่ทัศนคติของตนจากหลักการและเหตุผลต่าง ๆ มากมาย ผู้วิจัยได้ศึกษาพบว่าเมื่อการ พัฒนา การท่องเที่ยวเจริญถึงจุด ๆ หนึ่งว่าการท่องเที่ยวได้ถูกพัฒนารูปแบบและแนวคิดสู่การ ท่องเที่ยวที่พยายามจะรักษาสมดุลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของมวลมนุษยชาติเพื่ออนุรักษ์คนรุ่น หลังจะได้มีธรรมชาติที่สวยงามต่อไปในอนาคต เป็นการเปลี่ยนมือจากคนรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง จึง เป็นเกิดแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ดังเช่นในปัจจุบัน

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

โสภภาพร สุทธิศักดิ์ (2539, หน้า 82) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นช่องทางยกระดับ มาตรฐาน การครองชีพให้สูงขึ้น ไซ้แต่ในด้านการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเท่านั้น ยังทำให้ บทบาทของเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยของการมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย และทำให้อาชีพใหม่ ๆ เกิดขึ้น ซึ่งการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออก เพราะเป็นการซื้อด้วย เงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุนซึ่ง ผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศ และช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนงเกิดการหมุนเวียน ทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียดพร้อม ๆ กับการได้รับรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไป

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539, หน้า 9-10) ได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประเด็น คือ

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ มากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของ

เงินตราต่างประเทศ จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศเกิดดุลเกินด้วย

1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบต่อทวิคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 3 เท่าตัว

1.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคเมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาคนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้าสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายๆ รูปแบบทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างกว้างขวางเป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรคความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่นทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

2.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติก่อให้เกิดความรู้จักหวงแหนและรักแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

2.4 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการหลังไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

2.5 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือนเป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

3. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

3.1 การเดินทางท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคงปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

3.2 การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะ รู้จัก ทำความเข้าใจกันการเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก ค้นเคย รู้ปัญหา พึ่งพาอาศัยกัน เป็นการสร้างความรักสามัคคี สมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การเดินทางท่องเที่ยวระหว่าง

ประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกจะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธ์ไมตรี และความสงบสันติสุขในโลก การท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อประเทศในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นต่อบุคคล เศรษฐกิจ การเมืองและประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประเทศพัฒนาก้าวหน้า ต่อไป

3.3 การท่องเที่ยว มีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าที่ระลึกตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ

3.4 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลา สุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

3.5 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้น ให้เกิดการผลิต เป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดว่าเป็นแหล่งจ้างงานที่ใหญ่ที่สุด เนื่องจากเกี่ยวข้องกับสัมพันธกันหลาย ๆ อาชีพ เป็นต้นว่า อาชีพเกี่ยวกับการขนส่ง อาชีพให้บริการด้านที่พัก อาชีพจัดบริการสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยว อาชีพผลิตของที่ระลึก และอาชีพเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลทางการท่องเที่ยว เป็นต้น เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

รูปแบบของการท่องเที่ยว

จิราภรณ์ อัมพรพรวดี (2552) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างในการจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ของการจัดแบ่ง ในที่นี้สามารถรวบรวมรูปแบบของการท่องเที่ยว 3 รูปแบบใหญ่ คือ รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง และรูปแบบของการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทาง รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว

การจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เป็นการจัดแบ่งเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวและการศึกษาผลทางเศรษฐกิจที่จะเกิดจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักต่างกัน โดยทั่วไปแล้วสามารถจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ คือ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) และการท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism)

1. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปในต่างประเทศ โดยมีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้นๆ ทั้งนี้การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างจากจากประเทศของตน จะต้องผ่านพิธีการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น พิธีการตรวจคนเข้าเมือง พิธีการศุลกากร เป็นต้น

รูปแบบของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของการจัดนำเที่ยวใน 2 รูปแบบ คือ

1.1 การท่องเที่ยวขาออก (Outbound tourism) การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตนเพื่อไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทย (Thai traveler) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreign traveler) ซึ่งมีถิ่นพำนักในประเทศไทย เดินทางออกไปท่องเที่ยวยังประเทศมาเลเซีย นักท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จัดเป็นนักท่องเที่ยวขาออก (Outbound tourist) ของประเทศไทย และประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่จัดส่งนักท่องเที่ยวออกไป (Generating country)

1.2 การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound tourism) คือ การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของบุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้นเช่นนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติมาเลเซีย (Malaysian tourist) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreign traveler) ที่มีถิ่นพำนักในมาเลเซียเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทย นักท่องเที่ยวมาเลเซียจัดเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย (Inbound tourist) และประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่ได้รับนักท่องเที่ยวหรือเป็นแหล่งจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Destination)

2. การท่องเที่ยวในประเทศ

การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal tourism) คือ การท่องเที่ยวที่มีภูมิศาสตร์เฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้นๆ โดยหมายรวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลทั้งที่มีถิ่นพำนักถาวรและมีถิ่นพำนักถาวรภายในประเทศนั้น

จากนิยามดังกล่าว จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เกิดขึ้นจากการเดินทางของบุคคล 2 กลุ่ม คือ

2.1 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourist) คือ บุคคลที่เดินทางอยู่ภายในประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตน เช่น คนไทยที่มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย และเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

2.2 นักท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound tourist) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่งซึ่งครอบคลุมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว

ชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวผิวพื้นทะเล และนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักชั่วคราวในต่างประเทศที่ไม่ใช่ถิ่นฐานเดิมของตนเองแล้วเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ตามที่ได้อธิบายแล้วข้างต้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539, หน้า 7) ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวไว้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบต่าง ๆ 8 ประการ ดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง (ซึ่งหมายถึง ทั้งการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ)
2. ที่พัก
3. ร้านอาหาร และภัตตาคาร
4. บริการนำเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ รวมทั้งประเพณีวัฒนธรรมและโบราณสถาน (กล่าวคือ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มียู่แล้วในธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้)
6. ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง
7. ความปลอดภัย
8. การเผยแพร่และโฆษณา

แนวคิดและหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต (2538, หน้า 25-28) ได้ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คือ วิถีสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) แต่จะมากขึ้นเรื่อยๆ ไปด้วยความรู้ความเข้าใจของผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้สุรเชษฐ์ ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่ามีอยู่ 4 ประการ คือ

1. การมีจิตสำนึก หรือมีความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ (Ecologically Sensitive) ของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด อันได้แก่ ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยว และชุมชนเจ้าของพื้นที่
2. การมีผลกระทบในเชิงลบต่อสภาพแวดล้อมและทรัพยากรท่องเที่ยว น้อยหรือต่ำ (Low Impact) ซึ่งเป็นไปในทางตรงข้ามกับการท่องเที่ยวแบบมวลชน
3. การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว (Educational)
4. การกระจายรายได้สู่คนท้องถิ่น (Local Benefit) ไม่ให้ผลประโยชน์ตกอยู่กับนายทุนหรือกลุ่มคนเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

ศรียพร สมบุญธรรม (2536, หน้า 25) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่ามีความหมายลึกซึ้งกว่าการเสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวแบบใหม่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่เป็นแนวคิดที่มุ่งประสานผลประโยชน์ และความต้องการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เข้ากับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตอบสนองของความต้องการทางเศรษฐกิจ จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

Elizabeth (อ้างอิงใน ศูนย์วิจัยป่าไม้, 2538, หน้า 3/2) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแลรักษาพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่น และการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542, หน้า 2) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544, หน้า 2) ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ แหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรม เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

เสวี เวชบุษกร (อ้างอิงใน สถุขภูมิจิต , 2552) ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า "การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ใน ท้องถิ่นด้วย"

จากการให้ความหมายและคำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ไม่ก่อให้เกิด การรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชม ศึกษา เรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทาง

วัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาส ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นด้วย

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต (2538, หน้า 14-16) ได้กำหนดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วยหลักการ 4 ประการ คือ

1. Ecologically sensitive หมายถึง จิตสำนึกหรือความรับผิดชอบต่อที่มีต่อระบบนิเวศซึ่งผู้ที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อ ได้แก่ ผู้ประกอบการ หน่วยงานที่รับผิดชอบต่อพื้นที่นักท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงต้องนำส่วนประกอบ (Component) ในเรื่องความรับผิดชอบต่อและจิตสำนึกเข้ามาเป็นแนวทางในการจัดการ
2. Low Impact หมายถึง ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมน้อยที่สุด ซึ่งตรงกันข้ามกับการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ (Mass tourism) ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันซึ่งมีโอกาสที่จะเกิดผลกระทบต่อคนข้างสูง ดังนั้นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องคำนึงถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อคนข้างสูง ทั้งนี้รวมถึงไม่ควรจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดใหญ่ถาวรหรือมีปริมาณค่อนข้างมาก ควรจะเน้นสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็ก มีความสะดวกสบายพอสมควร สอดคล้องผสมผสานกลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อม
3. Education หมายถึง จะต้องมีบริการข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เกิดการศึกษา ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ไปใช้ประโยชน์ เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ คู่มือศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น นอกจากนั้นควรจัดให้มีมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพ โดยจะต้องฝึกอบรมมัคคุเทศก์เฉพาะทางที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนิเวศวิทยา ระบบนิเวศ และธรรมชาติให้มากขึ้น
4. Local benefit หมายถึง การกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม คือ เปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการให้บริการทางการท่องเที่ยวเช่น ที่พัก ผู้นำทาง รวมทั้งการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นด้วย

หลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วรรณพร วณิชชานุกร (2540, หน้า 13) กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมทางสภาพแวดล้อม ไม่ว่าจะป็นน้ำเสียขยะ ตลอดจนการคมนาคม
2. ก่อให้เกิดประโยชน์ในระยะยาวแก่ทรัพยากรชุมชนในท้องถิ่นและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเองส่วนหนึ่งของรายได้ควรย้อนไปสู่การอนุรักษ์

3. การเสริมสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อม สภาพสังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ควรสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรมและพฤติกรรมของคนที่ต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ชุมชนในที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

4. ในการสร้างหรือการจัดการใดๆ ควรยอมรับในข้อจำกัดของสภาพแหล่งท่องเที่ยว ตามลักษณะที่เป็นอยู่ หากมีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงควรเป็นไปเพื่อให้ทัศนียภาพของท้องถิ่นดีขึ้น ตลอดจนการลงทุนของต่างชาติ ซึ่งเป็นการลดการไหลออกของรายได้ไปยังต่างประเทศ

5. ในการวางแผนตัดสินใจและดำเนินงาน ตลอดจนการควบคุม ควรให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมมากที่สุด มิใช่เป็นเพียงเป้าหมายของการท่องเที่ยวและให้บุคคลภายนอกมาคิดและตัดสินใจแต่เพียงฝ่ายเดียว เพราะจะไม่เป็นไปตามความต้องการของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

6. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ในการอนุรักษ์การท่องเที่ยวให้มีคุณภาพยั่งยืนหรือไม่เพียงใด การทำธุรกิจโดยมุ่งทำกำไรสูงสุดในระยะสั้นเป็นการทรมานตัวเอง อย่างไรก็ดีตามบริษัทนำเที่ยวก็สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้ตราบนานเท่านาน ถ้ามีการจัดทำธุรกิจที่ถูกต้องเหมาะสม นับตั้งแต่การซื้อวัสดุที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ การมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ในระบบนิเวศ และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง การให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางก่อนที่จะไปถึง ทั้งในรูปของภาพยนตร์ในเครื่องบิน เทปบันทึกเสียง และเอกสารเผยแพร่

7. มีการจัดการและควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและไม่เกินความสามารถของชุมชนท้องถิ่น และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวจะรองรับได้ อีกทั้งมีนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ไม่ใช่มีเฉพาะฤดูกาล เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539, หน้า 8) กล่าวถึง หลักการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมี 8 ประการ ดังนี้

1. มีพื้นฐานอยู่บนธรรมชาติ วัฒนธรรม และชุมชน
2. มีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน
3. คำนึงถึงสังคมวัฒนธรรม
4. ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น
5. คนท้องถิ่นได้รับประโยชน์

6. คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม
7. แหล่งท่องเที่ยวต้องเป็นแหล่งของแท้ดั้งเดิม
8. นักท่องเที่ยวมีความพอใจ

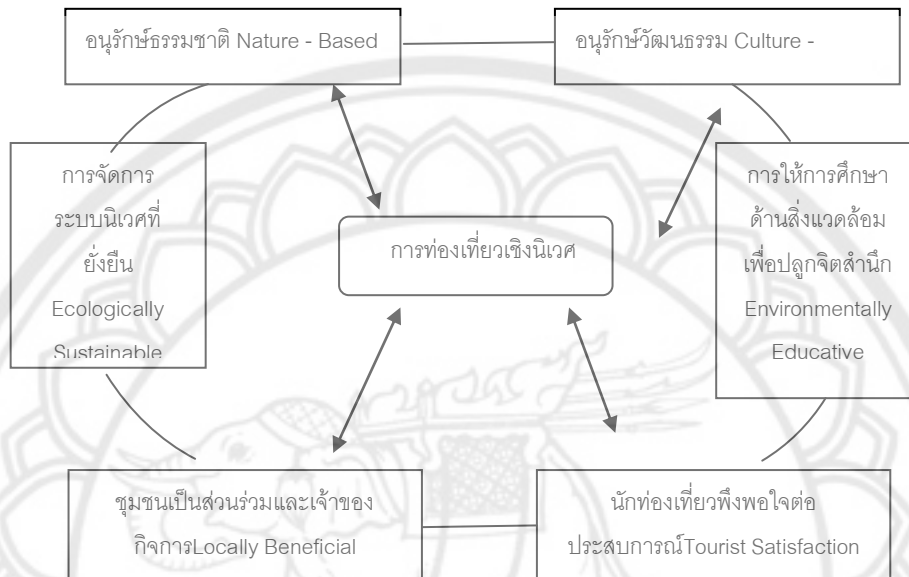
กองทุนแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช (2538, หน้า 19) ได้กล่าวถึงหลักสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในนิทรรศการวันอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของชาติ เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2538 ดังนี้

1. มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด หรือไม่มีเลย (Less impact)
2. ได้รับความรู้จากการท่องเที่ยว (Education)
3. เกิดการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น (Local participation)
4. ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเกิดแก่คนท้องถิ่นนั้นๆ (Local benefit)

วรรณ วลัยวานิช (2539, หน้า 76-77) ได้กำหนดหลักสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวแบบ Ecotourism ว่ามีดังนี้

1. การกำหนดเขตของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว (Zoning of the various activities) โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วย เช่น ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographical Information System -GIS)
2. การควบคุมนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบนิเวศที่มีความเปราะบางทางธรรมชาติ (Fragile Ecosystem) โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่
3. การจัดเตรียมข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งในแง่การอนุรักษ์ธรรมชาติและประสบการณ์ท่องเที่ยว เช่น การเล่าประวัติย่อๆ ของชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวก่อนหรือระหว่างการเดินทางไปถึง ตลอดจนลักษณะที่สำคัญๆ ของพื้นที่นั้นๆ หรืออาจจัดตั้งศูนย์ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ซึ่งอาจมีทั้งภาพนิ่ง วิดิทัศน์ หรือแผ่นพับ เพื่อให้ภาพรวมหรือข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกำลังจะไปเยือน
4. ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพิ่มขึ้น เพื่อช่วยลดความแออัดให้กับพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก
5. การนำกฎหมายมาบังคับใช้อย่างจริงจังสำหรับผู้กระทำผิด เช่น การตัดต้นไม้ทำลายป่า การลักลอบเก็บหรือมีปะการังและพันธุ์สัตว์น้ำที่หายากไว้ในครอบครอง การล่าสัตว์ในเขตหวงห้าม ฯลฯ

6. การควบคุมสิ่งก่อสร้างต่างๆ ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมรวมทั้งการควบคุมระบบกำจัดขยะสิ่งปฏิกูลและน้ำเสียจากสิ่งก่อสร้างต่างๆ จากแนวคิดหลักการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพ 3 หลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ที่มา: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, 2547

จากแนวคิดและหลักการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศทั้งหมดที่รวบรวมมาผู้วิจัยได้สรุปหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของธรรมชาติ วัฒนธรรม และชุมชน
2. มีการบริหารจัดการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพพื้นที่เพื่อการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรท่องเที่ยวได้มีการอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน
3. สามารถศึกษา ให้ความรู้ แก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นได้
4. คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวภายในชุมชนของตน
5. นักท่องเที่ยวได้รับผลประโยชน์และความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

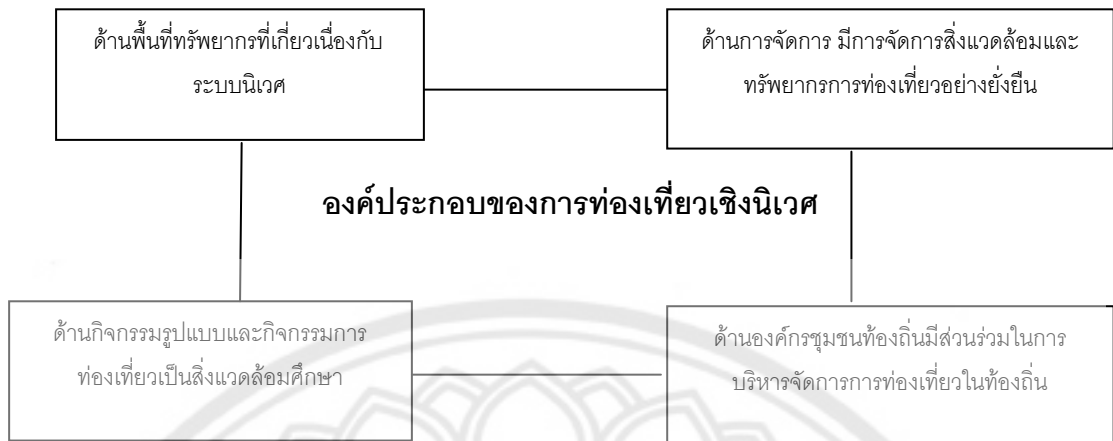
บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 272) จากหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นำไปสู่ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญอยู่ 8 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมทั้งสิ่งแวดล้อมด้านชีวภาพ ภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรมประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือให้กระทบน้อยที่สุด เพื่อส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย
4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวพร้อมทั้งมีจิตสำนึกในอันที่จะทะนุถนอมไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว
5. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและมีผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การกระจายรายได้
6. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าจะต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ทุกๆ ด้านทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ชุมชน และสภาพแวดล้อมโดยรอบ
7. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ
8. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ต้องการเข้ามาท่องเที่ยวหรือกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้กิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544, หน้า 2-3) ได้กำหนดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco system) ในพื้นที่นั้นๆ องค์ประกอบด้านพื้นที่ จึงเป็นการท่องเที่ยวพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ
2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อมการป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable managed tourism)
3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยให้มีการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจเพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า สิ่งแวดล้อมศึกษา (Environment education - based tourism)
4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยว ที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of local community or people participation) มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ติดตามตรวจสอบตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่น และกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมขอชุมชน (Community participation - based tourism)



ภาพ 4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, หน้า 3

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

พยอม ธรรมบุตร (2540, หน้า 58-59) ได้อธิบายถึงข้อกำหนดของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องประกอบไปด้วยลักษณะ 8 ประการดังนี้

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สนับสนุนให้มีบรรยากาศด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพยายามอบรมป้มนิสัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีพฤติกรรมและความพึงพอใจในการทำกิจกรรมเชิงอนุรักษ์
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่ทำให้ทรัพยากรเสื่อมโทรม ไม่ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติจนเกิดความเสียหาย เช่น การล่าสัตว์ การตกปลา ไม่เหมาะสมที่จะเป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ความสำคัญกับการคงไว้ซึ่งคุณค่าที่แท้จริงของทรัพยากรธรรมชาติ และพึงประสงค์มิให้มีการดึงทรัพยากรไปใช้จนทำให้เกิดความเสียหาย ความสะดวกสบายและบริการใดๆ ควรเกิดขึ้นจากการเคารพซึ่งคุณค่าของทรัพยากร
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่จะเกิดขึ้นบนพื้นที่ต้องมุ่งเน้นความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมของป่าและไม่ใช่ต่อคนที่เข้าไปบนพื้นที่ นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะยอมรับสภาพแวดล้อมอย่างที่เป็นอย่างอยู่ และไม่มุ่งหวังที่จะเข้าไปเปลี่ยนแปลง หรือดัดแปลงสภาพแวดล้อมเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่ตนเอง

5. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อชีวิตและสภาพแวดล้อมของป่า ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะต้องสามารถประเมินและวัดได้ในเชิงสังคม เศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์ การจัดการ และนโยบาย อย่างน้อยที่สุดสิ่งแวดล้อมบริเวณนั้นควรได้รับผลประโยชน์ซึ่งจะนำมาใช้ในการดูแลรักษาให้ยั่งยืน และเพื่อให้สามารถคงสภาพไว้อย่างสมบูรณ์ในเชิงนิเวศวิทยา

6. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นครั้งแรก ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่พบบนพื้นที่นั้นๆ ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวจะเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ต่อเมื่อเป็นก้าวแรกที่น่าไปสู่การสัมผัสธรรมชาติครั้งแรก

7. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่อเมื่อเป็นเกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่น ซึ่งอยู่ในกระบวนการของการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน ซึ่งในที่สุดก็จะก่อให้เกิดทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณค่ายิ่งขึ้นบนท้องถิ่น

8. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ สามารถวัดและประเมินได้โดยวัดจากความชื่นชม และการได้รับการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ จากธรรมชาติ **แนวคิดและหลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**
ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545, หน้า 93) ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนหมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้สามารถรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศ ตลอดจนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ประเวศ วะสี (อ้างอิงใน ศรัณย์ เลิศรักษมงคล, 2540, หน้า 12) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีลักษณะของการถ่ายทอดวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่ดี ได้เข้าใจคุณค่าอันสูงส่งของวัฒนธรรมนั้นจะเป็นสิ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย ทำให้คนไทยมีความรู้มากขึ้น ได้รายได้จากความรู้ และนักท่องเที่ยวได้อรรรถประโยชน์จากพุทธศาสนา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้มีคุณภาพของการพัฒนาเกิดขึ้น”

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2543, หน้า 3) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่าหมายถึง การพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดกาลยาวนานที่สุด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวของกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลยอย่างยั่งยืน

จากนิยามความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการ ดังต่อไปนี้ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภททั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถานวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
6. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย

รูปแบบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 48) กล่าวว่าประเทศต่างๆ พยายามหารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวใหม่ที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จึงเป็นเหตุให้เกิดการจัดประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The United Nations Conference on Environment and Development) หรือที่เรียกว่า ประชุม Earth Summit ขึ้นที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิลเมื่อเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1992 (พ.ศ. 2535) หรือที่เรียกอีกชื่อว่า Rio Summit (ปริญญาริโอ) และได้ร่วมนามรับรองเอกสารสำคัญ 5 ฉบับคือ

1. ปฏิญญาริโอว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The Rio Declaration on Environment and Development) ประกอบด้วยหลักการ 27 ประการเกี่ยวกับสิทธิและความรับผิดชอบของประชาชาติในการดำเนินงานพัฒนา เพื่อปรับปรุงความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น

2. แผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) เป็นแผนแม่บทของโลกสำหรับการดำเนินงานที่จะทำให้เกิดการพัฒนาย่างยั่งยืนทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

3. คำแถลงเกี่ยวกับหลักการเรื่องป่าไม้ (Statement of Principles on Forests) เป็นแนวทางในการจัดการ การอนุรักษ์และการพัฒนาย่างยั่งยืนสำหรับป่าไม้ทุกประเภท อันเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจและการรักษาไว้ซึ่งสิ่งมีชีวิตในทุกรูปแบบ

4. กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UN Framework Convention on Climate Change) มีวัตถุประสงค์ที่จะรักษาระดับก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Cases) ในบรรยากาศที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสภาวะอากาศทั่วโลก โดยลดปริมาณการปล่อยก๊าซบางชนิดขึ้นสู่อากาศ เช่นคาร์บอนไดออกไซด์ซึ่งเกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงเพื่อใช้เป็นพลังงาน เป็นต้น

5. อนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ (Convention on Biological Diversity) เพื่อให้ประเทศต่างๆ ยอมรับเอาวิธีการที่จะอนุรักษ์ความหลากหลายชนิดพันธุ์ของสิ่งมีชีวิต (Living Species) และเพื่อให้เกิดการแบ่งปันผลตอบแทนอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกันจากการใช้ประโยชน์ความหลากหลายทางชีวภาพ

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องรวมเอาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเข้าไปด้วย เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ให้สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้ ในขณะที่เดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ จึงต้องหันมาพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวแบบยั่งยืนโดยเริ่มทำการศึกษาประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

การพัฒนาย่างยั่งยืนอาจจะต้องการทฤษฎีและแบบจำลองจำนวนมากไม่ใช่อาศัยเพียงทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่ง คำตอบของการพัฒนาย่างยั่งยืนอาจอยู่ที่ความหลากหลายหรือพหุลักษณะ (Pluralism) ซึ่งต้องการวิธีการศึกษาและการเข้าใจปัญหาอย่างหลากหลาย การยอมรับความจริงว่าโลกมีหลากหลายและมีความแตกต่าง การยอมรับความสัมพันธ์ทางสังคมหลายรูปแบบ การมี

วัฒนธรรมย่อยจำนวนมากมีอัตลักษณ์และตัวตนหลากหลาย การยอมรับความแตกต่างทางสังคม – วัฒนธรรม และการตัดสินใจทางการเมือง เป็นต้น ในแต่ละประเทศที่ต่างกันไปทำนองเดียวกับระบบนิเวศที่ยิ่งอุดมสมบูรณ์ก็ยิ่งมีความหลากหลายมาก

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมพร้อมกันไป ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม และได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน (2552)

ยูวดี นิรันดร์ตระกูล (2539, หน้า 103-106) ได้กล่าวถึงแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สรุปได้ 4 ประการ คือ

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอยู่ภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชนชนบทธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต
2. ต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน
3. ต้องมีการกระจายรายได้อันเกิดจากกิจกรรมท่องเที่ยวไปสู่ประชาชนทุกส่วน
4. ต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่น ที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการสนับสนุนให้มาตรฐานการบริโภคที่ไม่ฟุ่มเฟือย อยู่ในขอบเขตการรองรับของระบบนิเวศ คำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลักและมีชุมชนเป็นรากฐานของการพัฒนา

Edmonds John and Leposky (Tourism in Southeast Asia,page 40) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ว่าเป็นการบูรณาการสิ่งที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสุขภาพความปลอดภัย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การใช้พลังงานและสิ่งแวดล้อมอย่างรู้คุณค่า รวมถึงการรักษาไว้ซึ่งลักษณะวิถีชีวิต รูปแบบของชุมชนท้องถิ่นให้คงอยู่และปลอดภัยจากผลกระทบที่อาจเกิดจากสังคมภายนอก

แนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนพอสรุปได้ 3 มิติดังต่อไปนี้คือ

1. มิติด้านการสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมีแนวคิดที่จะให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายในการปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก เพื่อให้คงไว้ซึ่งความสวยงามและคุณค่าทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งวิธีการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ เช่นการเน้นวิธีการจัดทำ

โปรแกรม สื่อความหมายธรรมชาติหรือวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว การจัดให้มีนิทรรศการ/ แผ่นป้ายบรรยายตามบริเวณหรือจุดท่องเที่ยวต่างๆ การจัดให้มีเส้นทางเดินเท้าหรือเส้นทางเดินป่าที่ให้ประสบการณ์ในการเรียนรู้ธรรมชาติหรือวัฒนธรรมแก่ผู้มาเยือน รวมถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวพบเห็น เป็นต้น

2. มิติด้านการสร้างควมพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมีแนวคิดให้นักท่องเที่ยวที่มีความปรารถนาหรือสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่นการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการจัดให้มีสื่อความหมายธรรมชาติหรือวัฒนธรรม เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการเพิ่มพูน ความรู้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจกลับไป เป็นต้น

3. มิติด้านการสร้างควมมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมีแนวคิดในการมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น ด้วยการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่นการลงทุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็ก การเป็นมัคคุเทศก์ การนำสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านมาขาย การจ้างงานในธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น

องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 21 -22) ได้กำหนดองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่ามี 5 ด้านดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือน โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย

2. องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3. องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย

4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ

5. องค์ประกอบด้านการพัฒนามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเองและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(GLOBE '90, 1990) จากกระแสความคิดในการที่จะปรับกระบวนการและวิถีทัศน์ของการท่องเที่ยวเสียใหม่ และกระแสเรียกร้องให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ทวีความรุนแรงและต่อเนื่อง มีการโจมตีการท่องเที่ยวมากขึ้นว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อผลเสียต่อสภาพแวดล้อมทั้งของแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม และชุมชน เป็นเหตุให้มีการจัดประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาแบบยั่งยืนขึ้น ณ เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา หรือที่เรียกกันว่า GLOBE '90 Conference การประชุมในครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนที่จะเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) จากผลการประชุมในครั้งนี้ได้ให้คำจำกัดความของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไว้ว่า “เป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน ในขณะเดียวกันก็ปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง จึงมีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพพร้อมทั้งรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศได้ด้วย”

จากคำจำกัดความดังกล่าวสามารถนำมาแปลเป็นหลักการเบื้องต้นและแนวทางปฏิบัติของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ 10 ประการ คือ

1. มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังก่อน แล้วจึงพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไปภายหลัง เพื่อให้เหมาะสมกับระบบสาธารณสุขปโภคที่รองรับเป็นสำคัญ

2. มุ่งให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการท่องเที่ยวต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

3. มุ่งพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขอบเขตที่เหมาะสมของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของทุกๆ ด้าน ทั้งนี้ควรพยายามผลักดันให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้นๆ

4. มุ่งให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

5. มุ่งใช้วัสดุและผลผลิตในท้องถิ่น เพื่อช่วยลดดุลการค้ากับต่างประเทศได้ทางหนึ่ง และเป็นการเพิ่มรายได้กับคนในท้องถิ่นนั้นๆ ด้วย

6. มุ่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นเพื่อนำรายได้เข้าท้องถิ่นนั้นให้มากที่สุด อันจะเป็นประโยชน์ในระยะยาวของชุมชนท้องถิ่น

7. มุ่งจ้างงานในท้องถิ่น โดยส่งเสริมรูปแบบของงานที่น่าสนใจ และมีผลตอบแทนสูงให้แก่ชุมชนท้องถิ่นนั้น

8. มุ่งพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น อันจะช่วยยกระดับการบริการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

9. มุ่งรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้อยู่รอดในระยะยาว เพื่อเป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยวตลอดไป

10. มุ่งทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคระหว่างภาคธุรกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐบาล บนหลักการพื้นฐานที่กล่าวมาข้างต้น

หลักการการพัฒนาท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

Tourism Concern (อ้างอิงใน ภราเดช พยัฆวิเชียร, 2539, หน้า 4) ได้กล่าวถึงหลักการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Principles of Sustainable Tourism) ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainably) ควรคำนึงถึงการใช้อย่างเหมาะสม ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางสังคม และทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่างเหมาะสม เนื่องจากสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญ และเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจระยะยาว

2. การลดการบริโภคที่มากเกินไปและความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over-Consumption and Waste) ทำให้มีทรัพยากรเหลือเก็บไว้ใช้ได้อย่างยาวนานขึ้น และเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย หรือฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลาย

3. การรักษาและการส่งเสริมความหลากหลายทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintaining Diversity) สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และยังช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อีกด้วย

4. การประสานการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบการวางแผนพัฒนา (Integrating Tourism into Planning) ทั้งในระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น รวมทั้งการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวในระยะยาว

5. การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Supporting Local Economies) โดยการสนับสนุนการซื้อขายสินค้าที่ผลิตโดยชุมชนในท้องถิ่นและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนอยู่ในท้องถิ่นนั้น

6. การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น (Involving Local Communities) การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นจะทำให้เกิดคุณภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่น และเป็นการลดความขัดแย้งของประชาชนในท้องถิ่นด้วย

7. การปรึกษากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนในท้องถิ่น (Consulting Stakeholders and the Public) ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต้องร่วมมือกันทำงานไปในทิศทางเดียวกัน ร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งของประชาชนในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

8. การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อบุคลากรในท้องถิ่นทุกระดับ ซึ่งจะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยวได้

9. การทำการตลาดด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Marketing Tourism Responsibility) การตลาดเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการก็ต้องทำการตลาดให้ลูกค้าทราบถึงจริยธรรมของบริษัท ความรับผิดชอบต่อสังคม การตลาดนี้ผู้ประกอบการจะต้องสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวด้วยการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

10. การดำเนินการวิจัย (Undertaking Research) เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการช่วยแก้ไข ปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) (อ้างอิงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547) ได้กล่าวถึงหลักการสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. มีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ (Carrying Capacity) ในการทดแทนฟื้นฟูให้สามารถผลิตและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดไป โดยไม่ลดถอยหรือเสื่อมโทรมลง ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Local Participation) และความต้องการของชุมชน (Local Needs)

2. มีการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น (Equity)

3. ให้ประสบการณ์ันทนาการที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว (Quality of Experience)

4. ให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ ทรัพยากร และวิถีชีวิต (Education and Understanding)
5. เน้นการออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และใช้วัสดุในท้องถิ่น (Local Architecture and Local Material)
6. เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนพัฒนาระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศ (Integration of Sustainable Tourism to Local, Regional and National Plans)
7. เน้นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นฐานการตัดสินใจ และการติดตามตรวจสอบ (Information and Monitoring) (World Tourism Organization, 1997)

ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นำหลักการขององค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) มากำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เหมาะสมกับสภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับสภาพทางกายภาพ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต
2. ต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชน วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิต
3. ต้องก่อให้เกิดการกระจายรายได้ (ผลประโยชน์) อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่ได้เกิดจากการกระจุกตัวเฉพาะผลประโยชน์ที่เป็นรายได้เพียงแค่งกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเท่านั้นการจัดการพื้นที่ต้องเป็นไปด้วยความยินดีของประชาชนในชุมชนที่อยู่อาศัยในพื้นที่นั้น

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความหมายของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545, หน้า 19) ได้ให้ความเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมในปัจจุบันและในอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและธรรมชาติไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

องค์ประกอบของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี (2552) ได้ให้ แนวคิดของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถพิจารณาจากองค์ประกอบ 4 ประการคือ

1. การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติชุมชนชนบทธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. ตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชน ชนบทธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน
3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน ชนบทธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว
4. การประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

หลักการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี (2552) ได้ให้หลักการในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว คือการ จัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจและสังคม พร้อมไปกับการรักษาสุนทรียภาพเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และกระบวนการทางนิเวศวิทยา โดยเป้าหมายสูงสุดของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ความยั่งยืน

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว มีเป้าหมายซึ่งมุ่งเน้นไปที่การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสมที่สุดยาวนานที่สุด และสามารถรักษาหรืออนุรักษ์สภาพดึงดูดใจของทรัพยากรท่องเที่ยวไว้ได้มากที่สุด ขณะเดียวกันก็สามารถตอบรับกับกระแสในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน คือ

1. ความต้องการพัฒนาคน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน อันจะเป็นหลักประกันที่จะให้การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม และมีการกระจายได้ที่เป็นธรรม
2. ความต้องการให้มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมีขอบข่ายกว้างขวาง โดยเฉพาะการอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อให้คงไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545, หน้า 19) ได้กล่าวไว้ว่าการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประกอบด้วยหลักการ 10 ประการคือ

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustain ably) หมายถึงธุรกิจท่องเที่ยวและผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิมทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ดั้งเดิมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดให้คุ้มค่า โดยคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย

1.1 การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมายถึง ส่งเสริมรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตที่ดี รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูนและเสริมสร้างไว้ให้มีมากเพียงพอต่อการใช้ในการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม

1.2 การปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและเหมาะสมนั้นจะเป็นแนวทางให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและลดการก่อของเสีย (Reducing Over-consumption and Waste) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องร่วมกันวางแผนกับผู้เกี่ยวข้องจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพหรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติ มีคุณภาพเหมือนกัน ใช้ทดแทนกันได้เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก เช่น สิ่งก่อสร้างที่ใช้ไม้จากธรรมชาติหากลดการใช้ไม้ลง โดยใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติคล้ายไม้สร้างเสริมประกอบ จะเป็นการช่วยลดการตัดไม้ลงได้ หรือกรณีที่สร้างอาคารเพื่อบริการนักท่องเที่ยวอาจใช้วัสดุโปร่งแสงเพื่อรับแสงสว่างจากธรรมชาติเพื่อลดแสงสว่างจากการใช้ไฟฟ้า เป็นต้น การลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดการใช้พลังงานไฟฟ้ามีส่วนช่วยในการลดค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการสามารถนำเงินงบประมาณที่เหลือไปใช้ในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้

ส่วนการลดการก่อของเสีย เช่น ขยะปฏิภูลต้องหาวิธีการจัดการโดยการแยกประเภทขยะ ขยะแห้งอาจนำระบบหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำ และการแปรรูปมาใช้ประโยชน์ใหม่ ส่วนขยะเปียกอาจนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์ได้

3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม (Maintaining Diversity) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่า และมาตรฐานการ บริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่นานขึ้น หรือกลับไปเที่ยวซ้ำ อีก เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก อาจเพิ่มกิจกรรมการดูนก การปีนหน้าผา หรือหมู่บ้าน วัฒนธรรมและแหล่งโบราณคดีอาจเพิ่มกิจกรรมการนั่งเกวียนเทียมวัวหรือควาย เป็นต้น

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำงานตามแผนที่วางไว้ จะต้องประสานงานการ พัฒนาการท่องเที่ยวกับแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ แผนพัฒนาของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองท้องถิ่น แผนพัฒนาของสำนักนโยบายและแผน สิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จะช่วย ขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5. ต้องนำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจท้องถิ่น (Supporting Local Economics) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยว จะต้องประสานงานกับองค์กรปกครองท้องถิ่น และหน่วยงาน ราชการที่เกี่ยวข้องส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากร ในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไป เที่ยวให้มากขึ้น เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น การ ส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อขยายฐาน สร้างรายได้เสริมให้กับท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับชุมชน (Involving Local Communities) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยว ร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์รวมโดยเข้า ร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เป็น หน่วยงานร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ปัญหา เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องประสานงานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่นเพื่อยกระดับคุณภาพ ของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. ประชุมปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and the Public) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานงานกับ ประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบัน ศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ร่วมประชุมปรึกษาหารือทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับ

แหล่งท่องเที่ยว ประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด โดยจัดประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่ต่างกัน เช่น การใช้สาธารณะประโยชน์ การใช้น้ำดื่มเพื่อบริโภคจากแหล่งเดียวกัน การจัดการขยะ การบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

8. การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ ให้ความรู้ มีแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อนับเป็นการช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

9. จัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม (Marketing Tourism responsibly) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับผู้เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสาร ข่าวสารการบริการการชายให้พร้อม เพื่อพื่อต่อการเผยแพร่ อาจจัดทำในรูปแบบสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาด การท่องเที่ยวที่เป็นเอกสารแผ่นพับ หนังสือคู่มือวิดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบและวิจัย (Undertaking Research) ความจำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่า คุณภาพต่อแหล่งท่องเที่ยวต่อการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินผลการตรวจสอบผลกระทบ การศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามจากผู้ใช้บริการโดยตรง จากใบประเมินผล หรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงแก้ไขการจัดการการบริการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้

แนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี (2552) ได้กล่าวว่า เพื่อให้การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความเหมาะสมในแต่ละบริบทของแหล่งท่องเที่ยว และด้วยกระบวนการจัดการความรู้ของผู้เกี่ยวข้องโดยตรงกับแหล่งท่องเที่ยว ได้กำหนดให้มีแนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 5 ระดับ ตามประสบการณ์ในการปฏิบัติจริง ที่ประสบการณ์ในการปฏิบัติจริงที่ประสบความสำเร็จ

1. การให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว โดยการจัดประชุมคณะกรรมการในชุมชนจัดอบรมให้ความรู้ จัดให้มีวิทยากรและนำสถานที่ท่องเที่ยวพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว จัดทำหลักสูตรให้ความรู้สู่ผู้เรียน นักศึกษา

2. กำหนดรูปแบบการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชน จัดศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน จัดรูปแบบโฮมสเตย์ให้มีมาตรฐานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชน

3. จัดระบบการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว ปกป้องป่าเพื่อการท่องเที่ยว ปกป้องป่าฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว จัดเส้นทางการศึกษาทรัพยากรตามธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว จัดแบ่งเขต ภูมิทัศน์ให้เหมาะสมและปลูกจิตสำนึกเยาวชนในการอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว

4. จัดกิจกรรมด้านการรักษาความสะอาด จัดให้มีเจ้าหน้าที่เฝ้าระวังดูแลและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนจัดให้มีการคัดแยกขยะอย่างมีระบบ มีการนำทรัพยากรธรรมชาติที่เหลือใช้มาใช้ประโยชน์ เช่น ทำปุ๋ยน้ำชีวภาพเพื่อการบำบัดน้ำ

5. การประชาสัมพันธ์ จัดให้มีป้ายประชาสัมพันธ์ จัดทำแผ่นพับ วารสาร เชิญสื่อมวลชนร่วมทำข่าว ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น จัดทำ Website แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

นิยามและหลักการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

นิยามการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

เคค ลิงเบอร์ก (อ้างอิงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545, หน้า 148) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติว่า จะต้องมียุคเด่นที่มีสิ่งดึงดูดใจตามธรรมชาติ และจะต้องตัดขาดจากโลกภายนอก ซึ่งนักท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสที่บ้าน

แม็กนี บรูอัน (อ้างอิงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545, หน้า 148) กล่าวถึงทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งสัมผัสกับธรรมชาติ และชื่นชมทัศนียภาพ ทั้งนี้ครอบคลุมถึงเรื่อง การท่องเที่ยวธรรมชาติ และนันทนาการกลางแจ้ง

คุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2545, หน้า 148) กล่าวว่าจากความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น สามารถสรุปเป็น คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติได้ ดังนี้

1. เป็นแหล่งธรรมชาติที่มีการเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลง และฟื้นฟูคืนสู่สภาพเดิมได้โดยระบบของตัวเอง เช่น อุทยานแห่งชาติ ป่าไม้ ทุ่งหญ้า สัตว์ป่า แหล่งธรรมชาติดังกล่าวจะปรากฏอยู่บนพื้นผิวโลกเป็นแห่งๆ ถ้าหากมีการบำรุงรักษาให้ถูกต้องตามหลักวิชาแล้ว ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเหล่านี้ สามารถดำรงอยู่ และมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

2. เป็นแหล่งธรรมชาติที่ไม่สามารถเคลื่อนไหว ฟื้นฟูคืนสู่สภาพเดิมได้เมื่อถูกทำลายก็จะหมดสภาพไป เช่น เกาะ แก่ง ภูเขา ถ้ำ น้ำตก ทะเลสาบ แม่น้ำ หนอง คลองบึง และชายหาด เป็นต้น

3. เป็นแหล่งธรรมชาติที่มีโครงสร้างธรรมชาติที่ดี หายาก และมีทัศนียภาพที่สวยงาม เช่น บริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ 4 จังหวัด คือ นครนายก ปราจีนบุรี สระบุรี และนครราชสีมา เป็นพื้นที่ที่มีโครงสร้างธรรมชาติที่ดี หรืออุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จังหวัด พิษณุโลก มีลานหินปุ่ม รวมถึงการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการ

4. มีประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ ภูมิศาสตร์ รวมถึงการใช้ประโยชน์ ด้านนันทนาการ

5. มีเอกลักษณ์ หรือสัญลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ป่าพรุสสิริธร จังหวัดนราธิวาส หรือป่าที่ราบต่ำ เขานอจู้จี้ จังหวัดกระบี่ เป็นต้น

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545, หน้า 149) กล่าวว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และปรากฏการณ์ตามธรรมชาติ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

พิจารณาในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติก็สามารถจำแนกย่อยได้ตามลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ อุทกวิทยา สัตว์ป่า พืชพรรณ ที่ตั้ง และพื้นที่คุ้มครอง หรือพื้นที่อนุรักษ์ดังนี้

1. จำแนกตามลักษณะภูมิประเทศ (Topography) เป็นการพิจารณาจากลักษณะทางกายภาพ และศักยภาพในการดึงดูด แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่พิจารณาจากลักษณะทางภูมิประเทศ เช่น ภูเขา ชายหาด ที่ราบสูง เกาะ หุบเขา หุบเขาลำธาร เนินทรายหน้าผา ถ้ำ ภูเขาไฟ และซากฟอสซิลและหินประดับ

การจำแนกโดยใช้ลักษณะทางภูมิศาสตร์จะทำให้เข้าคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่ชัดเจนมาก กล่าวคือ ภูมิประเทศที่แตกต่างกันจะสร้างสรรค์ให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันหลาย มีความน่าสนใจที่จะท่องเที่ยวและศึกษาเรียนรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวนิยม มักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวประเภทถ้า น้ำตก ชายหาด เกาะ เป็นต้น

1.1 ถ้ำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มีจุดสนใจเกี่ยวกับลักษณะทางธรณีวิทยาที่เป็นหินงอก หินย้อย และเสาหิน บางถ้ำอาจมีลำน้ำใต้ดินไหลผ่าน

นอกจากลักษณะพิเศษทางธรณีวิทยาแล้ว ถ้ำยังมีจุดสนใจเรื่อง สิ่งมีชีวิตที่หายากภายในถ้ำ ซึ่งแปลกพิเศษไปจากสัตว์ชนิดอื่น กล่าวคือ สัตว์ที่อาศัยในถ้ำจะไม่มีดวงตา เนื่องจากภายในถ้ำปราศจากแสงสว่าง ทำให้ดวงตาไม่มีการพัฒนา หรือไม่มีตาเลย แต่จะมีการพัฒนาประสาท

ส่วนอื่นขึ้นมาแทน เช่น ประสาทรับเสียง รับกลิ่น หรือ ประสาทสัมผัส ที่จะมีความสามารถสูงกว่า สัตว์อื่นทั่วไปที่อาศัยอยู่ภายนอกถ้า ยกตัวอย่าง เช่น ค้างคาว ปลา กุ้ง แมลงต่างๆ

ในวิชาการที่ว่าด้วยถ้ำ ระบุว่า ถ้ำคือ ช่องหรือโพรง ที่ลึกเข้าไปในแผ่นดิน ต้องเกิดขึ้นเอง ตามธรรมชาติ และต้องมีขนาดของโรงใหญ่พอที่คนจะเข้าไปได้ ถ้ำแบ่งตามลักษณะพื้นที่ได้สอง ชนิดคือ

1.1.1 ถ้ำชายฝั่ง คือถ้ำหรือโพรง ที่เกิดจากการผุกร่อนของหน้าผาชายฝั่ง ทะเล เนื่องจากถูกคลื่นกัดเซาะ ปกติถ้ำชายฝั่งจะอยู่ในแนวระดับน้ำทะเล หือเหนือระดับน้ำทะเล เล็กน้อย มักเกิดบริเวณหน้าผาหินชายฝั่งทะเลที่จมตัวลง น้ำจะซัดลูกคลื่นและกวาดทรายเข้า กระทบหน้าผาให้ผุกร่อน จนกลายเป็นโพรงหรือเกิดจากการอัดตัวและขยายตัวของอากาศในรอยแตกของหิน เนื่องจากการขึ้นลงของลูกคลื่น อากาศอัดแน่นเมื่อลูกคลื่นซัดขึ้นมาและขยายตัวเมื่อ คลื่นถอยลง หารถและขยายตัวของอากาศในรอยแตก และโพรงของหิน ทำให้หินแตกตัวมากขึ้น และจะค่อยๆพังลงทีละน้อยจนกลายเป็นถ้ำ

1.1.2 ถ้ำบนแผ่นดินภายใน มักเกิดได้หลายแบบ ได้แก่ ถ้ำหินปูนเป็นถ้ำที่พบมากที่สุด และสำคัญมากที่สุดเกิดบริเวณที่เป็น หินปูนมีเนื้อแน่นซึ่งน้ำฝนที่มีส่วนผสมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ มีคุณสมบัติอ่อนๆคือ กรด คาร์ บอนิก ที่ไหลซึมจำกัดอยู่เฉพาะตามแนวชั้นหิน หรือตามรอยแยกหิน สามารถกัดกร่อนหินปูนลงไปที ละน้อยจนกลายเป็นโพรงโตและเป็นถ้ำในที่สุดภายในถ้ำหินปูน มักมี หินงอก หินย้อย เกิดขึ้น

หินงอก คือคราบหินปูนที่งอกจากพื้นถ้ำหินปูนขึ้นไปหาเพดานถ้ำ น้ำ ที่หยอดจากเพดานถ้ำหรือปลายล่างของหินจะมีส่วนประกอบของหินปูนอยู่ด้วย

หินย้อย คือ คราบหินปูนที่ย้อยลงมาจากเพดานถ้ำ หินปูนมีลักษณะ เป็นแท่งเป็นกรวย หรือเป็นแผงมาลงมา หินงอกและหินย้อยนานเข้าจะมาบรรจบกัน จน กลายเป็นรูปเสา รองรับเพดานถ้ำ ซึ่งเรียกว่า เสาหิน

ถ้ำภูเขาไฟ คือโพรงที่เกิดจากหินลาวาที่แข็งตัวแล้ว เกิดจากการที่ ลาวาบนผิวหน้าแข็งตัวอย่างรวดเร็ว เมื่อลาวาตอนที่ยังคงสภาพถึงของเหลวอยู่ไหลออกไปทำให้เกิด เป็นโพรงขึ้น

ถ้ำน้ำแข็ง เกิดในบริเวณธารน้ำแข็ง เกิดจากการที่น้ำที่ละลายได้ไหล ออกมาตามรอยแตกในธารน้ำแข็ง กลายเป็นโพรงอยู่ในธารน้ำแข็งและละลายบริเวณที่น้ำไหลผ่าน ทำให้กลายเป็นโพรงถ้ำ

1.2 น้ำตก เป็นปรากฏการณ์ตามธรรมชาติ ที่เกิดจากธารน้ำไหลผ่านภูมิประเทศที่มีความลาดชัน ซึ่งทำให้มีการเปลี่ยนระดับหรือเกิดความแตกต่างกันของระดับธารน้ำ ทำให้ลักษณะการไหลของธารน้ำเปลี่ยนแปลงไป มีลักษณะตกลงมาจากที่สูง หรือไหลลดหลั่นกันมาเป็นชั้นๆ ลักษณะของน้ำตกก็จะมี ความแตกต่างของขนาด ความสูง และบางพื้นที่อาจจะมีการนำมา ผนวก พื้นที่ที่เป็นฝายน้ำล้น แก่ง รวมในความหมายของน้ำตกด้วย

1.3 ชายหาด คือพื้นที่ระหว่างขอบฝั่งกับแนวน้ำลงเต็มที่ พื้นที่นี้ โดยทั่วไปมัก เรียกว่า ฝั่งทะเล หรือชายทะเล ลักษณะของหาดแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.3.1 หาดหน้ากว้าง เป็นหาดเรียบ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือหาดส่วนหน้า และหาดส่วนหลัง

1.3.2 หาดหน้าแคบ เป็นหาดเรียบตั้งแต่ขอบฝั่งลงไปถึงแนวน้ำโดยไม่มี หาดส่วนหลัง มีแต่หาดส่วนหน้าเท่านั้น ลักษณะของหาดมีความลาดชันมาก

1.3.3 หาดสองชั้น เป็นหาดไม่สู้เรียบ มีทั้งหาดส่วนหน้าและหาดส่วนหลัง มีที่ราบเป็นชานยื่นออกไปเป็นชั้น บางชั้นก็อยู่แนวน้ำลงเต็มที่ ลักษณะหาดค่อนข้างชัน

2. จำแนกตามลักษณะภูมิอากาศ การจำแนกประเภทโดยใช้มิติทางภูมิอากาศนั้น เป็นการจำแนกโดยกำหนดจากพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการเดินทางแปรผัน ตามสภาพอากาศอุณหภูมิ และความชื้น สามารถจำแนกได้ 4 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 จากสภาพอากาศจากร้อนไปหนาว คือการเดินทางจากประเทศต้นทางของ นักท่องเที่ยวที่มีสภาพอากาศร้อนไปสู่จุดหมายปลายทางที่มีอากาศหนาวเย็น การเดินทางลักษณะ นี้ก่อให้เกิดความพึงพอใจและเป็นการพักผ่อนหย่อนใจของชีวิต

กลุ่มที่ 2 จากสภาพอากาศหนาวไปร้อน ในกรณีกลับกันนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ใน ประเทศที่มีสภาพอากาศหนาวเย็น ก็จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศที่มีอากาศร้อน โดยเฉพาะ ในช่วงฤดูกาลของประเทศต้นทาง ซึ่งพฤติกรรมท่องเที่ยวลักษณะนี้ อาจพัฒนาจนกลายเป็น ฤดูกาลท่องเที่ยวได้

กลุ่มที่ 3 จากสภาพอากาศหนาวไปหนาว อย่างไรก็ตาม สำหรับสภาพอากาศของ ประเทศต้นทางและประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางที่ไม่แตกต่างกัน ก็อาจมีการเดินทางท่องเที่ยว สู่กันได้

กลุ่มที่ 4 จากสภาพอากาศหนาวไปอบอุ่น เป็นการเดินทางจากนักท่องเที่ยวที่อาศัย อยู่ในประเทศที่มีอากาศหนาวเย็น จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศที่มีอากาศอบอุ่นกว่า

การจำแนกโดยยึดเกณฑ์ทางภูมิอากาศนั้น สามารถจะนำไปสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวได้ อาทิ การเล่นสกีในประเทศที่มีอากาศหนาวเย็น หรือการนอนอาบแดดในประเทศที่มีอากาศร้อน อย่างไรก็ตาม ในเรื่องภูมิอากาศแบบนี้ จะต้องพิจารณาปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ เช่น ความชื้นของอากาศ ความแรงของลม รวมถึงปริมาณฝนที่ตกด้วย

3. จำแนกตามลักษณะอุทกวิทยา การจำแนกโดยใช้หลักเกณฑ์ทางอุทกวิทยา สามารถจัดแบ่งประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติได้เป็น ทะเล แม่น้ำ ลำคลอง หนอง บึง เขื่อน อ่างเก็บน้ำ น้ำตก หิมะ และน้ำแร่ น้ำพุร้อน

จะเห็นได้ว่า การจำแนกโดยใช้คุณลักษณะทางอุทกวิทยา จะสามารถแจกแจงนักท่องเที่ยวได้อีกกลุ่มหนึ่งเกิดจากกิจกรรมทางการท่องเที่ยวขึ้นมารองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบัน มีความนิยมเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมาก และแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับความต้องการได้ คือ น้ำพุร้อน ซึ่งหมายถึง ที่ไหลขึ้นมาจากใต้ดินและอุณหภูมิสูงกว่าอุณหภูมิของร่างกายมนุษย์ อาจจะมีความอุ่น จนถึงเดือด อาจบริสุทธิ์หรือมีแร่ธาตุ รวมทั้งก๊าซ ละลานอยู่ด้วย ทำให้มีรสและกลิ่นต่างๆ น้ำพุในธรรมชาติ จะขึ้นสู่ผิวดินได้ 2 ลักษณะด้วยกัน คือ การไหลออกมาจากหลืบ ซึ่งเรียกว่า การซึมและขับ และไหลโดยมีความเร็วของกระแส น้ำพุออกมา

4. จำแนกตามลักษณะสัตว์ป่า การจำแนกชนิดของสัตว์ป่า ตามพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2503 จะแบ่งออกได้ 2 กลุ่ม คือ

4.1 สัตว์ป่าสงวน หมายถึงสัตว์ป่าหายาก มีทั้งหมด 15 ชนิดคือ แรด กระซู่ กูปรี ควายป่า ละองหรือละมั่ง เนื้อสัตว์ กวางผา นกเจ้าฟ้าสิรินธร (นอกแต่แล้วท้องดำ) นกกระเรียน แมวลายหินอ่อน สมเสร็จ เก้งหม้อ และพะยูนหรือหมูน้ำ

4.2 สัตว์ป่าคุ้มครอง มี 2 ประเภท คือสัตว์ป่าคุ้มครองประเภทที่ 1 หมายถึง สัตว์ป่าที่ปกติคนจะไม่ใช้เนื้อเป็นอาหาร หรือล่า เพื่อการกีฬา หรือสัตว์ป่าที่หายสัตว์ดุพิษหรือขจัดสิ่งปฏิกูล หรือสงวนไว้เพื่อประดับเป็นความงามตามธรรมชาติ หรือสงวนไว้ไม่ให้มีจำนวนลดลง สัตว์ป่าคุ้มครองประเภทนี้ ห้ามล่า เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากทางราชการ สัตว์ป่าคุ้มครองประเภทที่ 2 หมายถึง สัตว์ป่าที่คนนิยมใช้เนื้อมาปรุงเป็นอาหาร หรือล่าเพื่อการกีฬา

อย่างก็ตาม เมื่อพิจารณาด้านการท่องเที่ยวและนันทนาการที่ได้จากสัตว์ป่าจะออกมาในรูปของการเลี้ยงสัตว์ป่าไว้ดูเล่นตามบ้านเรือนหรือที่พักผ่อน สอนสัตว์ทั้งแบบเปิดและแบบปิดการออกไปชมความงามของสัตว์ป่าตามเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และการนำสัตว์ป่ามาฝึกการแสดง

5. การจำแนกตามลักษณะพืชพรรณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เมื่อพิจารณาด้านพืชพรรณ ครอบคลุมเรื่องระบบนิเวศป่า ซึ่งมีความหลากหลาย เช่น ป่าเบญจพรรณ ป่าพุ่ม ป่าดิบแล้ง ป่าสนเขา ป่าชายเลน และครอบคลุมเกี่ยวกับต้นไม้ ดอกไม้ และรวมไปถึงสวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติด้วย

6. จำแนกตามลักษณะพื้นที่คุ้มครองหรือพื้นที่อนุรักษ์ การพิจารณาเรื่องพื้นที่คุ้มครองหรือพื้นที่อนุรักษ์ ในแง่มุมด้านการท่องเที่ยวมีเหตุผลสนับสนุนดังนี้

6.1 ตามทฤษฎีแล้ว ในพื้นที่อนุรักษ์หรือพื้นที่คุ้มครองมีความเป็นธรรมชาติอยู่สูง ซึ่งเป็นธรรมชาตินี้สามารถจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมได้

6.2 ในสถานการณ์ปัจจุบัน สัดส่วนของที่ดินได้รับการบุกรุกทำลายมีสูง ดังนั้นเพื่อไม่ให้ที่ดินถูกบุกรุกทำลายมากกว่านี้ จึงก่อให้เกิดการประกาศเป็นพื้นที่อนุรักษ์หรือพื้นที่คุ้มครอง

6.3 พื้นที่บางพื้นที่มีลักษณะพิเศษ มีพืชพันธุ์ รวมถึงสัตว์ป่าหายาก ดังนั้นจึงมีความพยายามในการป้องกันรักษา โดยประกาศพื้นที่ให้เป็นพื้นที่อนุรักษ์หรือพื้นที่คุ้มครอง

6.4 พื้นที่อนุรักษ์หรือพื้นที่คุ้มครองบางแห่ง ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลกด้วย ดังนั้น จึงก่อให้เกิดความคาดหวังถึงความพิเศษดังกล่าว จึงเป็นเหตุจูงใจให้คนต้องการเดินทางไปเที่ยวชม

เนื่องจากนั้นมีความหมายครอบคลุมคำว่า พื้นที่คุ้มครอง ป่าอนุรักษ์หรือ ป่าเพื่อการอนุรักษ์ โดยป่าอนุรักษ์ หมายถึง พื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครองถูกต้องตามกฎหมายโดยทั่วไปอยู่ในความดูแลของกรมป่าไม้ ป่าอนุรักษ์ในระดับสากล แบ่งออกเป็น 10 ประเภท ส่วนในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 11 ประเภท ดังนี้

1. อุทยานแห่งชาติ หมายถึง พื้นที่ดินโดยทั่วไป และที่ชายทะเลที่รัฐสงวนไว้เพื่อคุ้มครองรักษาทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะป่าไม้และสัตว์ป่า ตลอดจนทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงาม สงวนไว้เพื่อคุ้มครองรักษาทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะป่าไม้และสัตว์ป่า ตลอดจนทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงาม สงวนไว้เพื่อให้สภาพธรรมชาติดั้งเดิม เพื่อรักษาสมบัติทางธรรมชาติให้อนุชนรุ่นหลังได้ชม ศึกษาค้นคว้า โดยพื้นที่ที่ได้รับการประกาศให้เป็นอุทยานแห่งชาติ มีคุณสมบัติ ดังนี้

- 1.1 เป็นสถานที่ที่มีธรรมชาติเป็นที่โดดเด่นน่าสนใจและงดงาม
- 1.2 มีได้อยู่ในสิทธิของบุคคลได้
- 1.3 ต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 20 ตารางกิโลเมตร

พื้นที่ที่ได้รับการประกาศให้เป็นอุทยานแห่งชาติ จะสงวนไว้เพื่อประโยชน์แก่ การศึกษาและเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน

2. วนอุทยาน หมายถึงพื้นที่ที่มีทิวทัศน์ธรรมชาติสวยงาม มีความโดดเด่นใน ลักษณะท้องถิ่น จัดไว้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน มีพื้นที่ขนาดเล็กกว่าอุทยานแห่งชาติ

3. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า หมายถึง พื้นที่ที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ ป่าโดยปลอดภัย รวมถึงแหล่งสืบพันธุ์ที่ปลอดภัยของสัตว์ป่า การใช้ประโยชน์ในพื้นที่อนุญาติให้ เฉพาะการศึกษาวิจัยและการศึกษาธรรมชาติเฉพาะบริเวณที่กำหนดให้เท่านั้น

4. เขตห้ามล่าสัตว์ป่า หมายถึง พื้นที่ที่กำหนดให้เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าบาง ชนิด ห้ามมิให้มีการล่าสัตว์ที่ระบุไว้ในรายชื่อ แต่อนุญาติให้มีการใช้ประโยชน์ ในพื้นที่ในลักษณะ อื่นๆ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการและการท่องเที่ยว

5. สวนพฤกษศาสตร์ หมายถึง สถานที่รวบรวมพันธุ์ไม้ทุกชนิด ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ ที่มีคุณค่าด้านเศรษฐกิจ ทางด้านความงาม และหายาก โดยมาปลูกไว้โดยแยกเป็น หมอฉุ่มและตระกูล เพื่อการศึกษาวิจัยและเผยแพร่ขยายพันธุ์

6. สวนรุกขชาติ หมายถึง สวนเล็กๆที่มีพื้นที่น้อยกว่าสวนพฤกษศาสตร์ สร้างไว้ เพื่อรวบรวมพันธุ์ไม้ โดยเฉพาะไม้ยืนต้นที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ และไม้ดอกซึ่งมีอยู่ในท้องถิ่น การ ปลูกไม่มีการจัดหมอฉุ่มเหมือนสวนพฤกษศาสตร์

7. พื้นที่สงวนชีวลัย หมายถึง พื้นที่อนุรักษ์สังคมพืช และสัตว์ ในสภาวะของ ระบบนิเวศที่เป็นธรรมชาติ เพื่อรักษาความหลากหลายทางพันธุกรรม และเพื่อใช้เป็นแหล่ง ศึกษาวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์ โดยเฉพาะข้อมูลพื้นฐาน ทั้งในสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติและ ที่ถูกเปลี่ยนแปลงไป

8. พื้นที่มรดกโลก หมายถึง พื้นที่นี้ได้รับประกาศจาก UNESCO และเป็นพื้นที่ ตัวแทนทรัพยากรธรรมชาติ หรือปรากฏการณ์ตามธรรมชาติที่มีความโดดเด่นในระดับโลก รวมถึง พื้นที่ที่เป็นแหล่งวัฒนธรรมด้วย ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีแหล่งมรดกโลก 4 แห่ง คือเขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย – ศรีสัชนาลัย อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และบ้านเชียง

9. ป่าชายเลนอนุรักษ์ หมายถึง ป่าชายเลนที่หวงห้ามมิให้มีการเปลี่ยนแปลง สภาพการใช้ประโยชน์ใดๆ นอกจากปล่อยให้สภาพธรรมชาติ เพื่อรักษาไว้ซึ่งสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศ เป็นแหล่งเพาะพันธุ์พืชและสัตว์น้ำที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ พื้นที่ถ่ายทอดการถูก ทำลายและการพังทลายของดิน

10. พื้นที่อนุรักษ์ธรรมชาติ หมายถึง พื้นที่ธรรมชาติที่ประกอบด้วย เกาะ แก่ง ภูเขา หนอง บึง ทะเลสาบ ชายหาด ซากดึกดำบรรพ์ และธรณีสัณฐาน ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ เพื่อประโยชน์แก่สังคม และเศรษฐกิจ

7. จำแนกตามลักษณะที่ตั้ง การพิจารณาที่ตั้ง ถือว่าอยู่ในเรื่องสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งบางครั้ง บางกรณี พื้นที่ที่มีความพิเศษด้านที่ตั้ง เช่น ปีนแผ่นดินปลายสุด เป็นต้น

ปรากฏการณ์ตามธรรมชาติ การพิจารณาเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ นอกจากจะพิจารณาในเรื่อง แหล่งแล้ว จะต้องพิจารณาในเรื่อง ปรากฏการณ์ตามธรรมชาติด้วย ซึ่งปรากฏการณ์ตามธรรมชาติดังกล่าวไม่ได้ขึ้นอยู่กับที่ตั้ง หรือพื้นที่ ได้กลายเป็นจุดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะเดินทางเข้าเยี่ยมชม ได้แก่

1. การเกิดสุริยุปราคา จันทรุปราคา ซึ่งจัดเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการโคจรของโลก ดวงอาทิตย์ และดวงจันทร์
2. ปรากฏการณ์ดวงตก
3. การระเบิดของภูเขาไฟ
4. กลุ่มดาวหาง
5. การเกิดคลื่นยักษ์

ปรากฏการณ์ธรรมชาติดังกล่าว เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกันว่า พื้นที่ใดเกิดปรากฏการณ์ธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ย่อมก่อให้เกิดผลต่อการท่องเที่ยว ด้วยการเกิดปรากฏการณ์ตามธรรมชาติที่กล่าวไว้แล้ว เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการลงทุนในเรื่องการบริการท่องเที่ยวต่างๆ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545, หน้า 155) การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยว จะต้องพิจารณาจากปัจจัยทางคุณลักษณะของทรัพยากรของทรัพยากรโดยเฉพาะอย่างไรก็ตาม สำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาตินั้น ถือว่ามีความหลากหลายและมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวมี 5 กิจกรรมหลักคือ

1. การเดินศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมเดินศึกษาธรรมชาติในพื้นที่ต่างๆ อาทิ ป่า ป่าชายเลน ถ้ำ น้ำตก อาจก่อให้เกิดกิจกรรมย่อยได้เช่น การถ่ายรูป การบันทึกเสียง การบันทึกภาพโดยการวาด การศึกษาชีวิตสัตว์ ประเภท ผีเสื้อ แมลง การดูรอยเท้าสัตว์ และการสำรวจมูลสัตว์ เป็นต้น

2. การเล่นเกมกีฬา กิจกรรมกีฬาในพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จะมุ่งเน้นในส่วนที่เป็น กีฬากลางแจ้ง เช่น พายเรือ การเล่นเรือ การเล่นกระดานโต้คลื่น การดำน้ำ การไต่หน้าผา การล่า สัตว์ กาช้างจักรยานเสือภูเขา เป็นต้น กิจกรรม เป็นนันทนาการกลางแจ้งอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ ความสนใจ ซึ่งนอกจากจะเป็นการผ่อนคลายจิตใจแล้ว ยังมีผลต่อสุขภาพร่างกายด้วย รูปแบบการ เล่นกีฬาได้มีการพัฒนาไปมากมาย เพื่อเป็นการจูงใจนักท่องเที่ยว

3. การพักผ่อน กิจกรรมการพักผ่อน มีลักษณะที่หลากหลาย เช่น การปิกนิกที่ กลางแจ้ง การปิกนิก การใช้รถคาราวาน เป็นต้น กิจกรรมการพักผ่อน นอกจากการพักผ่อนในพื้นที่ ท่องเที่ยวธรรมชาติแล้ว ยังมีพื้นที่ธรรมชาติอื่นๆ ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว เช่น พื้นที่ริมอ่าง เก็บน้ำ เขื่อน แหล่งน้ำพุร้อน เป็นต้น

4. การดูดาวหรือปรากฏการณ์บนท้องฟ้า เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความ สนใจจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มที่สนใจเฉพาะทาง

5. กิจกรรมอื่นๆ การสร้างกิจกรรมท่องเที่ยว สามารถดำเนินการได้อย่างหลากหลาย ตามจินตนาการและความสนใจส่วนตัวรวมถึงการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักธุรกิจ ที่เล็งเห็นความเป็นไปได้ในการลงทุนมีกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว มีพื้นที่ที่มีศักยภาพพอเพียง กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถจะเปิดตลาดใหม่ๆ ได้ แต่สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะต้องให้ ความสำคัญคือ กิจกรรมนั้นจะต้องมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืน ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ หรือเกิดใน อัตราน้อยที่สุด สำหรับกิจกรรมที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ก็จะต้องมีการทบทวนและแก้ไขโดย กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและหลักการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545, หน้า 370) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตร กรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมี ส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการ ดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิด ประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะเป็นการอนุรักษ์ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผล กระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวน เกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มี จิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545, หน้า 370) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 ส่วน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตผลผลิตทางการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น แสงแดด ดิน น้ำ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ เป็นต้น หรือการจัดการโดยมนุษย์ เช่น เครื่องมือทางการเกษตรต่างๆ เทคโนโลยีการเกษตร เป็นต้น

2. ตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ จึงทำให้การจัดการด้านการตลาดมีลักษณะที่เจาะจงเฉพาะกลุ่ม โดยต้องเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจกิจกรรมทางการเกษตร ต้องการที่จะเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น นักการตลาดจึงจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และทำการตลาดเจาะเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจด้านนี้

3. บริการการท่องเที่ยว ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การบริการนำเที่ยวให้ความรู้ต่างๆ

ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545, หน้า 371) กล่าวเกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ว่า

1. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายในที่พัก ร้านอาหาร ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมต่างๆ เป็นรายได้ที่เป็นผลพลอยได้ให้แก่เกษตรกรในท้องถิ่น เป็นกายกระจายเม็ดเงินสู่ท้องถิ่น

2. ความสำคัญต่อสังคม เมื่อเกษตรกรมีรายได้ที่เป็นผลพลอยได้จากการท่องเที่ยว นอกจากรายได้ จากการประกอบเกษตรกรรม ทำให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในอาชีพ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของตน ช่วยลดการละทิ้งถิ่นฐาน และเป็นการอนุรักษ์อาชีพเกษตรกรรม นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และเป็นการช่วยอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติของท้องถิ่น

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) จะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ของบุคคลทั้ง 3 กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกัน คือ เจ้าของสวน ผู้จัดนำเที่ยวรวมถึงมัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยวที่ต่างกลุ่มจะต้องรู้วิธีการจัดการอย่างมีระบบเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืน ดังนี้

1. แนวทางบริหารจัดการของเจ้าของสวน

1.1 เตรียมสถานที่ที่เยี่ยมชมควรเป็นเส้นทางวงรอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็น

1.2 หากมีมุมสาธิตได้ ควรจัดเจ้าหน้าที่เตรียมการสาธิตให้ชม

1.3 มีมัคคุเทศก์นำชมสวน สามารถอธิบายได้ดีเท่ากับหรือมากกว่าเจ้าของสวน

(มีเกร็ดความรู้ มีการเปรียบเทียบ)

1.4 จัดมุมสถานที่พักผ่อน จัดมุมบริการอาหารและเครื่องดื่มจำหน่าย (โดยอาจขอให้เพื่อนบ้านบริการแทน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น) มุมนี้จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกด้วย ทั้งของในสวนและของเพื่อนบ้านใกล้เคียง

1.5 จัดเตรียมอุปกรณ์ที่ทิ้งขยะ แยกเปียกและแห้ง

1.6 มีบริการห้องสุขาที่สะอาด (อาจมีกล่องรับเงินบริการ เพื่อให้ผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลได้รับผลประโยชน์)

2. แนวทางบริหารจัดการของผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์

2.1 ต้องรอบรู้สถานที่/สวนแห่งนั้นอย่างละเอียด เพื่อให้ข้อมูลในการตัดสินใจและการเตรียมตัวแก่นักท่องเที่ยวได้

2.2 รู้ข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามในการเที่ยวสวนเกษตร และถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจก่อนเดินทาง

2.3 หลังจากนำเที่ยวชมแล้ว ควรหาเวลาให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สัก 15-20 นาที ระหว่างการเดินทางกลับ หรือเป็นการประเมินผลการชมสวนนั้น ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงได้

3. แนวทางการเตรียมตัวไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว

3.1 เป็นผู้ที่สนใจการทำสวนเกษตรแต่ละสาขาที่จะไปชม

3.2 มีการเตรียมตัวเดินทาง และเตรียมอุปกรณ์ของที่ใช้ตามที่ผู้จัดรายการนำเที่ยวแนะนำ

3.3 หากมีความชอบถ่ายภาพเป็นที่ระลึกแล้ว ควรเตรียมกล้องและฟิล์มไปให้มากพอ เหลือใช้ดีกว่าไม่พอ

3.4 ปฏิบัติตามข้อแนะนำและข้อห้ามของแต่ละสถานที่ เพราะต้นพืชและธรรมชาติรอบด้านนั้นมีความอ่อนไหวและเปราะบาง มีโอกาสติดเชื้อโรคจากผู้ที่ไม่เยือนได้ ในทำนองเดียวกันหากนักท่องเที่ยวบางคนเป็นภูมิแพ้ต่อยาฆ่าแมลงง่ายก็ควรต้องระมัดระวังเช่นกัน ในช่วงที่เจ้าของสวนฉีดยาป้องกันแมลงและเชื้อราที่สามารถทำลายต้นพืชได้

3.5 มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือนมีสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด และสวยงาม (2552)

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้

1. แบบกิจกรรมรายบุคคล ได้แก่ การนำเที่ยวชมสวนของเกษตรกรรายบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ เช่น สวนทุเรียน มังคุด สวนไม้ดอกไม้ประดับ หรือแม้แต่ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ ทั้งนี้ผู้เยี่ยมชมจะได้รับความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิต การจัดการ การตลาดแล้วยังสามารถซื้อผลผลิตต่าง ๆ ที่ทางสวนจัดขึ้นอีกด้วย
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น การจัดงานวันทุเรียนโลก งานวันเงาะโรงเรียนทุ่งทานตะวันบาน ทุ่งดอกปทุมมา ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้จะมีขึ้นเฉพาะในช่วงที่มีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการเกษตรเท่านั้น
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวตามชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกร ซึ่งเกษตรกรในชุมชน ร่วมกันจัดตั้ง บริหาร และจัดการท่องเที่ยว โดยกรมส่งเสริมการเกษตรให้ความร่วมมือสนับสนุนในการจัดทำโครงสร้างทางกายภาพ การจัดภูมิทัศน์ การให้แนวความคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่และความสามารถของเกษตรกรในชุมชน (2552)

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งจะมีกิจกรรมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กิจกรรม แล้วแต่สภาพจุดท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง ได้แก่

1. ประเภทนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมระยะสั้น ได้แก่ การเข้าชมสวนเกษตร โดยนักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตในสวนหรือซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บได้ และทำกิจกรรมที่บ้านระยะสั้น ร่วมกับชาวบ้าน เช่น ซึ่ควาย นั่งเกวียน และอื่น ๆ
2. ประเภทให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนในหมู่บ้าน การให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนในหมู่บ้านเพื่อศึกษาและสัมผัสกับชีวิตของชาวชนบทเกษตรโดยนักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะดวกและสะอาด
3. ประเภทอบรมให้ความรู้เกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน การทำการเกษตรแผนใหม่ เช่น การปลูกและการดูแลรักษา การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร อาจมี

การให้ใบประกาศนียบัตรด้วย การเรียนภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การศึกษาแมลงที่มีประโยชน์
พืชผักพื้นเมืองที่กินได้ การทำน้ำตาลมะพร้าวและน้ำตาลโตนด ฯลฯ

4. ประเภทจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านของเกษตรกร
ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผลไม้สด ดอกไม้สด เมล็ดพันธุ์พืชที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อไปปลูก

5. ประเภทให้ลู่ทางธุรกิจ ช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาจากธุรกิจตกต่ำ ให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อหาลู่ทางในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตร เพราะเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนเร็ว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้นอกจากจะช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่เกษตรกรแล้วยังเป็นหนทางที่ช่วยภาคเอกชนที่รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอีกด้วย (2552)

แนวคิดและหลักการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540, หน้า 1-10) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่างๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพา ไม่สามารถแยกออกจากกันได้

Irish Tourists Board (อ้างอิงใน Richards, 1995, หน้า 23) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองของความตั้งใจและความสนใจทั้งหมดหรือบางส่วน อันเป็นการเพิ่มความพึงพอใจของคนที่มาต่อแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม

World Tourism Organization (อ้างอิงใน Richards, 1995, หน้า 23) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเอาไว้ว่า เป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study Tour) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล การเข้าเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติ หรือศึกษาขนบธรรมเนียม ความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา

พลอยศรี โบราณานนท์ (2539, หน้า 94) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ว่า “เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวได้มองเห็นถึงความหลากหลายทางชีวภาพและมิติทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น”

จากการศึกษาการให้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน สามารถสรุปนิยามความหมายได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ที่อยู่อาศัยประจำ ไปยังท้องถิ่นอื่น เพื่อมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว แสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมเอกลักษณ์ ความงดงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้านของ ศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญ กระตุ้นให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น

วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถดึงดูดให้คนกลุ่มต่างถิ่นเดินทางมาเยือนเพื่อสัมผัสและชื่นชมสิ่งที่ไม่ใช่ในท้องถิ่นของตน จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกัน การท่องเที่ยวได้ใช้วัฒนธรรม

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 287) กล่าวว่า ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญอยู่ 9 ประการ

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง
2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าด้วยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือกระทบให้น้อยที่สุด
3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย
4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์อนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าจะต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกโดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับพื้นที่ในทุกๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Sugar (อ้างอิงใน พลอยศรี โบราณานนท์, 2539, หน้า 94) กล่าวถึงส่วนประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ งานหัตถกรรม กิจกรรมทางประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรี ศาสนา สถาปัตยกรรม การศึกษา ลักษณะการแต่งกาย เทคโนโลยีของชุมชนท้องถิ่น และกิจกรรมยามว่าง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 288) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตัวเองอย่างเข้าใจในสรรพสิ่งของโลกที่ไม่สามารถแยกตัวออกจากกันได้ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ฉะนั้นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจึงควรมี 6 ด้านอิงตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนดังต่อไปนี้คือ

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจอยู่ 10 ประการ

1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น

1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ

1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมทั้ง
ซากปรักหักพัง

1.4 ศิลปะ ทัศนกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก

1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา

1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ

1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา

1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร

อาหาร

1.9 ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่างๆ

1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการ
ศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทาง
วัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการ
ท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการ
ท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้
ผลตอบแทนในกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับ
สิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาด
ท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว
ทางวัฒนธรรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึง
การมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการ
พัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายราย
ได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการ
ท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยมี

การให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

The European Center for Traditional and Regional Cultures หรือ ECTARC (อ้างอิงใน Richards, 1995, p 22) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อันได้แก่

1. โบราณคดี และพิพิธภัณฑสถานต่างๆ
2. สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมถึงซากปรักหักพังของสิ่งปลูกสร้างในอดีต
3. ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่างๆ
4. ความน่าสนใจในเรื่องของเสียงดนตรี ไม่ว่าจะเป็นในรูปของดนตรีคลาสสิก ดนตรีพื้นบ้าน หรือดนตรีร่วมสมัย

5. การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ
6. ภาษาและวรรณกรรม
7. ประเพณีและความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา
8. วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย

จากการศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน สามารถ ผู้วิจัยขอสรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า ประกอบด้วยโบราณคดี และพิพิธภัณฑสถานต่างๆ สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมถึงซากปรักหักพังของสิ่งปลูกสร้างในอดีต ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่างๆ ความน่าสนใจในเรื่องของเสียงดนตรี ไม่ว่าจะเป็นในรูปของดนตรีคลาสสิก ดนตรีพื้นบ้านหรือดนตรีร่วมสมัย การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ ภาษาและวรรณกรรม ประเพณีและความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา และวัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย องค์ประกอบต่างๆเหล่านี้ควรมีการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 288) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นต่างๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่างๆ และมีความเข้าใจวัฒนธรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวด้วย เราอาจแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็นประเภทย่อยได้ 5 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว โดยได้รับความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ และศึกษาความเชื่อการยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยววิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษโดดเด่น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้านอีกทั้งมีความเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันการกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันการกีฬา ในขณะเดียวกันก็ได้ไปท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางรายการกีฬา ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว ไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว การนวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกกายบริหาร การฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

แนวคิดและหลักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กมลวัลย์ กี่สุวรรณ และ ยวดี นิรัตน์ตระกูล (อ้างอิงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 35) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการไปพร้อมกับการพักผ่อนเพื่อให้มีสุขภาพกายและใจที่ดี

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2548, หน้า 316) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่ผสมผสานการเดินทางไปยังสถานที่พักผ่อนควบคู่ไปกับการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพด้านร่างกายและจิตใจ โดยผ่านการบำบัดหรือปฏิบัติตามข้อกำหนด ทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ในขณะเดียวกันก็ช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

จากแนวคิดความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพโดยผู้เชี่ยวชาญดังกล่าว ผู้วิจัยใคร่ขอสรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวในลักษณะการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ดูแลรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจ พร้อมทั้งได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ตามข้อปฏิบัติเงื่อนไขในการดูแลสุขภาพ ในขณะเดียวกันก็ช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะหลัก ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวโดยมีโปรแกรมการทำกิจกรรมบำบัดรักษาโรค หรือรักษาสุขภาพด้านต่าง ๆ ที่หลากหลายโดยกิจกรรมการบำบัดรักษาสุขภาพมี ดังนี้

1.1 การผ่าตัดเสริมความงาม หรือทำศัลยกรรมพลาสติก

1.2 การลดน้ำหนัก

1.3 การตรวจสุขภาพเบื้องต้น (Medical Check Up) เช่น การตรวจระบบหัวใจ ระบบเลือดและความดัน

1.4 การทำฟัน และรักษาสุขภาพฟัน

1.5 การทำเลสิก (Lasik)

1.6 การเข้าคอร์ส ทำ D-Tox หรือการล้างพิษในร่างกายโดยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ให้บริการ ได้แก่ ศูนย์บริการทางสุขภาพ

2. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวโดยมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพ หรือการจัดกิจกรรมที่เน้นการดูแลสุขภาพอย่างชัดเจน โดยกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ มีดังนี้

- 2.1 การนวดแผนไทย
- 2.2 การอบ / ประคบสมุนไพรไทย
- 2.3 สุคนธ์บำบัด (Aroma Therapy)
- 2.4 วารีบำบัด (Water Therapy)
- 2.5 การบริการอาบน้ำแร่ (Spa)

โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ให้บริการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ สถานบริการในรูปแบบสปา และสถานบริการนวดแผนไทยและสมุนไพรไทย (2552)

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2548, หน้า 317) กล่าวว่า ประเทศไทยได้จัดรูปแบบกิจกรรมการให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อให้ธุรกิจนำเที่ยวไปเสนอขายให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่ต้องการส่งเสริมสุขภาพ อันได้แก่

1. การนวด (Massage) การนวดที่สำคัญมี 8 ชนิดดังต่อไปนี้คือ
 - 1.1 การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aromatherapy Massage)
 - 1.2 การนวดแผนไทยโบราณ (Thai Massage)
 - 1.3 การนวดแบบสปอร์ตหรือการนวดเพื่อการกีฬา (Sport Massage)
 - 1.4 การนวดแบบสวีดิชหรือสวีเดน (Swedish Massage)
 - 1.5 การนวดแบบบาห์ลีหรือการนวดแบบอินโดนีเซีย (Bali or Indonesian Massage)
 - 1.6 การนวดแบบกดจุด (Acupressure Massage)
 - 1.7 การนวดฝ่าเท้า (Reflexology)
 - 1.8 การนวดแบบชิอัตซึ (Shiatsu Massage)
2. การอบสมุนไพร (Herbal Steam)
3. การประคบสมุนไพร (Herbal Compress)
4. วารีบำบัด (Hydro Therapy)
5. น้ำทะเลบำบัด (Thalassic Therapy)

การส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ ททท.

ททท. ได้ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน กิจกรรมการตลาดต่างๆ ของสำนักงาน ททท. สาขาในและต่างประเทศ ตั้งแต่ปี 2547-2551 โดยมีกิจกรรมหลักๆ ที่โดดเด่น ดังนี้

1. การสร้างเครือข่าย

1.1 การจัดประชุมสัมมนาสร้างเครือข่ายระหว่างธุรกิจโรงพยาบาลกับธุรกิจ นำเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงและพัฒนาให้เกิดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม ในปี 2548 โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมด 105 คน

1.2 การจัด Product Orientation และโปรแกรมเยี่ยมสินค้าการบริการสุขภาพ ณ โรงพยาบาลต่าง ๆ ให้กับผู้อำนวยการและผู้ช่วยผู้อำนวยการ ททท. สำนักงานสาขาต่างประเทศ ในปี 2550 จำนวน 18 สำนักงาน และในปี 2551 จำนวน 21 สำนักงาน

1.3 การประชุมผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาล เพื่อรวบรวมข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่พร้อมเสนอขายเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปี 2549-2551

1.4 การจัดทำโครงการส่งเสริมสปาและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยร่วมมือกับสมาคมโรงพยาบาลเอกชน และสมาคมสปาไทย จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการ Thai Spa Invitation 2006 ระหว่างเดือนธันวาคม 2548 – เดือนธันวาคม 2549 ในพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ กรุงเทพฯ เกาะสมุย (สุราษฎร์ธานี) ประจวบคีรีขันธ์ และภูเก็ต โดยมีผลการจัดงานเป็นที่น่าพึงพอใจ และทางสมาคมสปาภูเก็ตได้ดำเนินการจัดกิจกรรม Thai Spa Invitation 2nd: Botanic Spa เมื่อวันที่ 24-26 มกราคม 2551 เนื่องจาก ในปี 2549 ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และ ททท. ได้ให้การสนับสนุนการจัดงานที่ผ่านมา

1.5 การคัดเลือกสินค้าการท่องเที่ยว โดยร่วมกับโรงพยาบาลที่มีศักยภาพและสมาพันธ์สปาไทย เพื่อนำเสนอ Theme “Health and Wellness” ในแคมเปญประเทศไทย “7 Amazing Wonders” เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปทั่วโลก โดยมีโรงพยาบาลที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 40 แห่ง และสปาที่ได้รับมาตรฐานกว่า 200 แห่ง

1.6 การจัด FAM Trip ในปี 2550 โดยความร่วมมือระหว่างกระทรวงการต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกับคณะตัวแทนบริษัทประกัน และสื่อมวลชนจากประเทศสวีเดน จำนวน 6 คน มาเยี่ยมชมโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดภูเก็ต (2552)

2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

2.1 การผลิตภาพยนตร์สปอตโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเทศไทยและแคมเปญ Amazing Thailand ผ่าน BBC World ควบคู่กับการตอกย้ำจุดแข็งของภาพลักษณ์ประเทศไทย คือ

หาดทรายชายทะเล วัฒนธรรมไทย อาหารไทย ความมีอัธยาศัยไมตรี การเป็นเจ้าของที่ดี ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

2.2 การเชิญชวนสื่อมวลชนต่างประเทศแขนงต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ที่เดินทางมาทำข่าวในประเทศไทย ให้เพิ่มกำหนดการเดินทางไปสำรวจสินค้าการท่องเที่ยว ที่เป็นจุดแข็งของประเทศไทย เช่น หาดทราย ชายทะเล สปา ศิลปวัฒนธรรมไทย ฯลฯ เพื่อนำมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับรู้ในเวทีโลก

2.3 การเชิญชวนสื่อมวลชนต่างประเทศ จำนวน 100 รายจากทั่วโลก ที่มาร่วมงานThailand Travel Mart Plus 2007 ให้เดินทางไปสำรวจสินค้าทางการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลยันฮี และบางกอก เนเชอรัล สปา

2.4 การนำเสนอกิจกรรมที่แสดงเอกลักษณ์ของประเทศไทยในโอกาสต่างๆ ที่ ททท. เข้าร่วมงาน หรือให้การสนับสนุน เช่น ในงานส่งเสริมการขายระดับโลก งาน Consumer Fair และ TravelFair ในต่างประเทศอย่างน้อย 5 งาน ททท. ได้จัดกิจกรรมต่างๆ ไปนำเสนอ เช่น สาธิต การนวดแผนไทย การทำร่ม การแกะสลักผักผลไม้ การแสดงรำไทย เป็นต้น

2.5 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นที่ขนาด 1,600 ตาราง เมตรในงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย กำหนดจัดขึ้นวันที่ 5-8 มิถุนายน 2551 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี มุ่งเน้นให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ ควบคู่กับการนำเสนอวัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละภูมิภาค และกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นเขตพื้นที่ อาทิ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และ กิจกรรมท่องเที่ยวสินค้าหัตถกรรม

2.6 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกระแสตลาดภาวะโลกร้อน ด้วยการจัดรายการนำเที่ยวเน้นวิถีไทย และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และประหยัดพลังงาน ลดปัญหาภาวะโลกร้อน ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้กับสื่อมวลชนจากต่างประเทศ จำนวน 20 คน ที่เข้าร่วมงาน PATA CEO Challenge 2008 เมื่อวันที่ 29-30 เมษายน 2551 โดย 1 ใน 3 ของรายการนำเที่ยวเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ การตรวจสุขภาพที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และบริการด้าน Spa ที่ศูนย์บริการสุขภาพตริย์ยา

2.7 การร่วมมือกับผู้ประกอบการภาคเอกชนร่วมดูแลและรับผิดชอบต่อธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม โดยจัดประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 7 กำหนดการแถลงข่าว เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2551 รางวัลแบ่งเป็น 6 ประเภท ประกอบด้วย ประเภทแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่พักนักท่องเที่ยว ประเภทรายการนำเที่ยว ประเภทองค์กรสนับสนุนและส่งเสริม

แหล่งท่องเที่ยว ประเภทการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กำหนดการมอบรางวัลในวันที่ 27 กันยายน 2551

2.8 การผลิตเอกสารเสนอขายสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Product) จัดทำเอกสารสนับสนุนการขายสินค้าแก่กลุ่มความสนใจพิเศษ ได้แก่ 20 Things to Do in Thailand, โครงการ Royal Initiative, โรงแรมใบไม้เขียว , Health Tourism, Diving, Eco tourism, Wedding, Spicy ใน 5 ภาษาหลัก คือ ภาษา

2.9 การจัดเก็บข้อมูลการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว พื้นที่ริมแม่น้ำโขงและชายแดน ในระบบ GISสานต่อการจัดทำฐานข้อมูลด้วยระบบการกำหนดค่าพิกัด (GIS) เก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่พัก สปาและสนามกอล์ฟ ในพื้นที่ดังกล่าว เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพื่อดำเนินกิจการด้านการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

2.10 สนับสนุนสมาพันธ์สปาไทย และสมาคม สปาไทย จัดทำคู่มือภาษาอังกฤษเกี่ยวกับบริการสปาที่ได้รับมาตรฐาน แจกจ่ายให้แก่บริษัทนำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในปี 2549จัดทำคู่มือ “Thailand Spa Directory” จำนวน 2,000 เล่ม และในปี 2550 จัดทำคู่มือ “Thai Spa inMind 2007-2008” จำนวน 5,000 เล่ม

2.11 สนับสนุนบริษัท อันซีน แพลนเน็ต จำกัด จัดทำโครงการ “Best Paradise in Thailand” เพื่อกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทย โดยนำเสนอโรงแรม และรีสอร์ทที่หรูหรา มีเอกลักษณ์ที่จัดแบ่งได้เป็น 10 กลุ่ม ได้แก่ Best Luxury, Best Small Luxury, Best Nature, Best Romantic, Best Beach, Best Boutique, Best Hip, Best Spa & Wellness, Best Golf และ Best Culture โดยได้รับมอบคู่มือภาษาอังกฤษ จำนวน 1,550 เล่ม และซีดี จำนวน 21,000 แผ่น เพื่อเผยแพร่ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบน ผ่าน สำนักงาน ททท. ต่างประเทศ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2552)

3. การประชาสัมพันธ์

3.1 การนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในงานไทยเที่ยวไทย ครั้งที่ 12 โดยร่วมกับบริษัท พี.เค.เอ็กซิซิชั่น จำกัด สมาคมโรงแรมไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่างวันที่ 6-9 มีนาคม 2551

3.2 สนับสนุนการสร้างการรับรู้เอกลักษณ์ของพื้นที่ ด้วย คู่มือ “กิน-เที่ยววันหยุด สุดสัปดาห์ หรือ Weekend Route” โดยร่วมกับบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ และบริษัท ไทโยต้า มอเตอร์(ประเทศไทย) จำกัด มอบสิทธิส่วนลดสูงสุด 60% จากโรงแรม ร้านอาหาร สปา และสนามกอล์ฟอังกฤษ จีน เกาหลี เยอรมัน และญี่ปุ่นรวม 200 แห่ง สำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์

และเป็นผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ทุกประเภท ได้สัมผัสและสัมผัสกับบรรยากาศและกลิ่นอายอันเป็นเอกลักษณ์ของ แต่ละพื้นที่ (2552)

4. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

ด้วยแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องและโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะสร้างความเชื่อมั่นให้นานาชาติได้เชื่อถือความเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพของเอเชีย จึงควรมีแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย ดังนี้

4.1 ส่งเสริมประเทศไทยโดยรัฐบาลมีนโยบายให้ดำเนินการโครงการ One Stop Service ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อดำเนินการบริหารและส่งเสริม “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย” เช่น การบริการให้คำปรึกษาและข้อมูลแก่ผู้ป่วยชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลในประเทศไทย การจัดระบบนัดหมายแพทย์ให้ผู้ป่วย การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การอำนวยความสะดวกด้านวีซ่า การบริการจัดหาที่พักสำหรับผู้ป่วยการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ป่วยหลังจากรับการรักษา ฯลฯ

4.2 ส่งเสริมกิจกรรมการตลาดให้เข้มข้นและกว้างมากขึ้น ด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเช่น อินเทอร์เน็ต และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของ ททท. ในการเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ และมีความนิยม ชื่นชอบกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดยุโรป

4.3 สนับสนุนและร่วมมือกับเครือข่ายในแวดวงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น สมาคมสหพันธ์ โรงพยาบาล และผู้ประกอบการรักษาและบำบัดสุขภาพให้ก้าวสู่เวทีตลาดการท่องเที่ยวโลก ในกิจกรรมการเสนอขายมากยิ่งขึ้น (2552)

แนวคิดและหลักการทรัพยากรการท่องเที่ยว

ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว

จิราภรณ์ อัมพรพรวดี (2552) กล่าวว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวนับเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอย่างมาก หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเลยทีเดียว หากไม่มีสินค้าทางการท่องเที่ยว หรือสินค้าทางการท่องเที่ยวไม่ดี ไม่มีคุณภาพ หรือไม่งดงามสมบูรณ์ ธุรกิจการเดินทางท่องเที่ยวก็คงจะไม่เกิดขึ้น หรือไม่มีการเติบโตเช่นในทุกวันนี้

คำว่า “ทรัพยากร” อาจให้ความหมายได้ว่า หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้โดยไม่จำกัดเฉพาะสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ สำหรับคำว่า “ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)” หรือ “ทรัพยากรนันทนาการ (Recreation Resource)” นั้น หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น และหลักฐานทางทางโบราณคดีหรือร่องรอย

ของสิ่งมีชีวิตในยุคนั้นๆ ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและประกอบกิจกรรมนันทนาการ อันนำมาซึ่งความพึงพอใจและความสุขในรูปแบบต่างๆ ได้

ความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว

จิราภรณ์ อัมพรพรวดี (2552) กล่าวว่าทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism resource) เป็นองค์ประกอบหนึ่งของระบบการท่องเที่ยว นอกเหนือไปจากบริการการท่องเที่ยว (tourism service) และตลาดการท่องเที่ยว (tourism market) ดังภาพ องค์ประกอบเหล่านี้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน และแต่ละองค์ประกอบก็มีส่วนประกอบย่อยๆ อีกมากมาย ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันระหว่างองค์ประกอบเหล่านี้ได้ก่อให้เกิดความแตกต่างในรูปแบบของการท่องเที่ยว

การที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางยังสถานที่ ตำบล เมือง ภาค รัฐ หรือประเทศต่างๆ ทำให้ท้องถิ่นที่มีผู้เดินทางไปท่องเที่ยวได้รับผลกระทบทางบวกหลายประการนั้น นับได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยอาจสรุปได้ดังนี้

1. เป็นสิ่งดึงดูดใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวนับเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญมาก เพราะเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ ตำบล เมือง ภาค รัฐ หรือประเทศนั้นๆ
2. เป็นที่มาของรายได้ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ ตำบล เมือง ภาค รัฐ หรือประเทศนั้น คนในพื้นที่นั้นๆ ก็จะมีอาชีพและมีรายได้จากการจัดธุรกิจและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว รัฐบาลเองก็สามารถเก็บภาษีอากรจากการค้าและภาษีเงินได้ ทำายสุดเงินจำนวนนั้นนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยรวม เพราะรัฐบาลนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศแล้ว ยังเป็นเงินส่วนที่นำไปช่วยเหลือชดเชยภาวะการขาดดุลการค้ากับต่างประเทศอีกด้วย
3. ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตและทำให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวอุดมสมบูรณ์จะมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น เพราะสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในท้องถิ่นของตน ช่วยให้ประชาชนสามารถผ่อนคลายจากภาวะจำเจ ตึงเครียดจากการประกอบกิจการ ทำให้สามารถประกอบกิจกรรมนันทนาการได้ ส่งผลให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่สมบูรณ์ เป็นประชากรที่มีคุณภาพ ที่สำคัญคือคนที่ผู้คนมีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ย่อมมีรายได้ และสามารถซื้อหาสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการต่างๆ ให้กับตนเองได้ ซึ่งจะช่วยเหลือเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและทำให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไปด้วย

นอกจากนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นยังมีส่วนช่วยเปิดโลกทัศน์ให้กับประชาชนด้วย เพราะสถานที่ท่องเที่ยวเปรียบได้กับห้องปฏิบัติการที่ผู้คน โดยเฉพาะเยาวชน สามารถเรียนรู้

ได้จากของจริง เช่น เด็กนักเรียนที่เรียนรู้เกี่ยวกับพืชและสัตว์ในห้องเรียน หากได้มีโอกาสไปสัมผัส ผืนป่า ได้เรียนรู้จากของจริง ได้เห็นต้นไม้และสัตว์ชนิดต่างๆ ในป่าจริงๆ นอกจากจะทำให้เข้าใจในเรื่องพืชและสัตว์ได้ดียิ่งขึ้นแล้ว ยังอาจจะเสริมสร้างให้เยาวชนเกิดความรักและความห่วงใย ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านั้นด้วย

4. สร้างความภาคภูมิใจให้แก่ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและยอมรับของคนทั่วโลก ย่อมจะนำมาซึ่งความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่ เช่น ประเทศไทยมักได้รับคำชมจากชาวต่างประเทศเสมอว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวสวยงาม น่าสนใจ หลากหลาย ซึ่งนำความภาคภูมิใจมาสู่คนไทยทุกคน

5. สะท้อนให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาบรรพชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวนมาก ได้สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาของบรรพชนที่ล้ำลึก เป็นความรู้ที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำรงชีวิตของคนในรุ่นปัจจุบัน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีที่แสดงถึงการมีวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมอันประณีตงดงาม เป็นต้น

6. ก่อให้เกิดการอนุรักษ์และพัฒนา ประโยชน์มากมายที่ผู้คนได้รับจากทรัพยากรการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม ไม่สูญหายไป หากมีการนำไปใช้ ก็จะมีการจัดการและใช้อย่างระมัดระวัง มีการบริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก โดยคำนึงถึงอนุชนคนรุ่นต่อไปด้วย

องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 28) องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นได้มีนักวิชาการได้กล่าวถึงองค์ประกอบไว้อย่างหลากหลาย พอสรุปได้ว่าองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนสถานที่นั้นๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวจะสนใจสิ่งดึงดูดใจของทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละประเภทแตกต่างกันไป เช่นนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งอาจจะสนใจด้านความสวยงามของธรรมชาติ ก็ชอบที่จะไปเที่ยวภูเขาหรือหาดทราย หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านศิลปวัฒนธรรม ก็ชอบที่จะไปเที่ยวชมวิถีชีวิตของชาวเขา หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านโบราณสถาน ก็ชอบที่จะไปเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนั้นภาพลักษณ์และราคาค่าเข้าชมของทรัพยากรการท่องเที่ยวก็มีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยว

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรการท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียง อีกทั้งต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าเรือหรือท่าอากาศยาน เพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าไปยังทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมทรัพยากรการท่องเที่ยวที่นั้น ให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะทำท่องเที่ยววนวันขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวหมายถึงสรรพสิ่งทีรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเหล่านี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเอง แล้วถือเป็นผลพลอยได้ในกาให้บริการนักท่องเที่ยว

คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว

จิราภรณ์ อัมพรพรวดี (2552) กล่าวว่าคุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource attributes) มีหลากหลายและแตกต่างกันไปตามสภาพทางภูมิศาสตร์โลกหรือสถานที่ตั้ง โดยอาจใช้เกณฑ์ (Criteria) 10 ประการ ในการกำหนดดังนี้

1. กรรมสิทธิ์/การถือครอง (Ownership) กรรมสิทธิ์/การถือครองทรัพยากรการท่องเที่ยวที่นั้นๆ นับเป็นคุณลักษณะหนึ่งที่สำคัญซึ่งจะต้องคำนึงถึงในการจัดการและการวางแผน กล่าวคือ หากเป็นกรรมสิทธิ์/การถือครองโดยรัฐ (Public ownership) เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และดอยอินทนนท์ในประเทศไทย และอุทยานแห่งชาติลามิงตัน (Lamington national park) ที่โกลด์โคสต์ (Gold coast) ประเทศออสเตรเลีย รัฐต้องเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณในการจัดการและวางแผน หรืออีกนัยหนึ่ง รัฐมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจหรือกำหนดนโยบาย ซึ่งมักคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก มากกว่าที่จะเห็นความสำคัญกับเรื่องผลกำไรหรือผลตอบแทนที่จะได้รับจากพื้นที่ดังกล่าว การวางแผนจึงเน้นระยะยาวมากกว่าที่จะเป็นการมองการณ์หรือหวังผลในระยะสั้นๆ

2. ทิศทางการดำเนินการ (Orientation) ความมุ่งหวังจากการดำเนินการโดยส่วนใหญ่ มักจะเกี่ยวพันกับเรื่องของผลตอบแทน หากทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นอุทยานแห่งชาติ การดำเนินการอาจเป็นในลักษณะการจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้ามาใช้พื้นที่ (User Fees) เพื่อนำ

ค่าธรรมเนียมที่ได้รับใช้ในการดูแลรักษา (Maintenance) หรือการให้สัมปทานเอกชนเข้าไปดำเนินการ (Private Concession) เช่น นครวัดในประเทศกัมพูชา หรือเขาเขียวในประเทศไทย เป็นต้น

3. ลักษณะพื้นที่ท่องเที่ยว (Special configuration) ลักษณะทางภูมิศาสตร์และขนาดของพื้นที่นั้นว่ามีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งมีทั้งที่เป็นพื้นที่กว้าง เช่น อุทยานหรือวนอุทยาน เป็นต้น หากเป็นพื้นที่ลักษณะนี้ อาจมีการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นสวนๆ และมีการกำหนดจุดท่องเที่ยวที่ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อควมมีประสิทธิภาพในการควบคุมดูแลและจัดการ อย่างไรก็ตามมีบางแห่งที่ถูกกำหนดให้เป็นจุดท่องเที่ยวเฉพาะ เช่น ดิสเนย์แลนด์ที่ประเทศสหรัฐอเมริกาและฝรั่งเศส ดริมเวิลด์ที่ประเทศไทย สิงคโปร์ และฮ่องกง และโอเชียนเวิลด์ที่ประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น

4. ลักษณะความเป็นของแท้/ดั้งเดิม (Authenticity) “ลักษณะความเป็นของแท้ ” ยังคงเป็นประเด็นที่เคลือบแคลง ก้าวร้าว และมีการโต้แย้งกันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในการพิจารณาว่าเป็นของแท้หรือของเลียนแบบ ตัวอย่างเช่น ภาพวาดสมัยหินที่ลาสโคว์ (Lascaux) บริเวณใกล้ถ้ำแห่งหนึ่งในประเทศฝรั่งเศส ซึ่งถูกจำลองขึ้นเกือบเหมือนจริงเพื่อให้นักท่องเที่ยวชมได้สะดวกมากขึ้นนั้น ก็ทำให้นักท่องเที่ยวมีความกังขา และหวั่นกลัวความเหมือนจริงนี้เป็นอย่างมาก การจำลองภาพวาดในกรณีนี้มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการศึกษาและการชี้แจง/ให้เหตุผล หากนักท่องเที่ยวได้รับการชี้แจงเหตุผลว่า การจำลองภาพวาดดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์และปกป้องภาพวาดดั้งเดิม (Original painting) นักท่องเที่ยวก็จะเห็นว่าการสร้างหรือการลอกเลียนแบบเป็นสิ่งที่ดี

5. ความหายากในโลก/ภูมิภาค/ประเทศ (Scarcity: International/ Regional/ National) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เพียงหนึ่งเดียว หรือมีจำนวนน้อย หายาก ไม่ซ้ำกับใครที่ไหน จะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยี่ยมชมได้เป็นอย่างมาก เช่น ทะเลสาบเดดซี ซึ่งเป็นทะเลสาบที่มีน้ำเค็มที่สุดในโลก (Dead sea lake) อยู่ทางทิศตะวันออกของปาเลสไตน์ บึงบอระเพ็ด ซึ่งเป็นบึงน้ำจืดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย “เหนือสุดแดนสยามสามเหลี่ยมทองคำ ผาแต้ม ภูกระดึง ” ในประเทศไทย และอ่าวชิดนีย์ในประเทศออสเตรเลีย หรือเส้นแวง (Longitude) ที่ 0 องศา ซึ่งใช้เป็นมาตรฐานในการนับเวลาของโลก เมืองกรีนิชในอังกฤษ เป็นต้น อย่างไรก็ตามทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งพิเศษ/มีเพียงหนึ่งเดียวบางอย่างจะมีความเสี่ยงต่อการสูญสลายหรือถูกทำลายได้ง่ายมากกว่าสิ่งที่มีอยู่ทั่วไปอย่างดาษดื่น

6. สถานภาพ (Status) ทรัพยากรการท่องเที่ยวหลัก (Primary tourism resources) นับเป็นปัจจัยมีความสำคัญเป็นอันดับแรกที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยี่ยมชม เช่น ปิรามิดของประเทศอียิปต์ น้ำตกไนแอการาในประเทศสหรัฐอเมริกา-แคนาดา และ พระบรมมหาราชวังของประเทศไทย เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอาจจะมีมากกว่าหนึ่งแห่ง เช่น ในปารีส มีทั้งหอไอเฟลและพิพิธภัณฑ์ลูฟร์ซึ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต้องไปเยี่ยมชมทั้งสองแห่ง ในซิดนีย์ซึ่งมีทั้งโอเปร่าเฮาส์และอ่าวซิดนีย์ เป็นต้น ความสามารถในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวของทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักนับเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้รัฐบาล หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบ และผู้เกี่ยวข้องพิจารณาให้ความสำคัญกับทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักเป็นอันดับแรก เมื่อเทียบกับกลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวอันดับรอง (Secondary tourism resources) มักจะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจถัดไป หลังจากที่เดินทางไปเยี่ยมชมทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักแล้ว

7. ความสามารถในการรองรับ (Rarrying capacity) ทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละประเภทอาจมีความสามารถในการรองรับในแต่ละด้านและในแต่ละช่วงเวลา (Particular point of time) แตกต่างกันไป กล่าวคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวบางประเภทอาจมีความสามารถในการรองรับในแง่ของการบริการด้านการท่องเที่ยวในระดับต่ำ เช่น ไม่มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร และไม่มีม้านั่ง เป็นต้น แต่ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้อาจมีความสามารถในการรองรับในแง่ของการจัดการ คือป้องกันนักท่องเที่ยวมิให้เข้าไปเหยียบย่ำหรือทำลายทรัพยากรล้ำค่าในบริเวณนั้นได้เป็นอย่างดี โดยมีรั้วรอบขอบชิดและมีระบบการกำจัดขยะที่เหมาะสม เป็นต้น

8. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (Accessibility) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวมักเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการคมนาคมขนส่ง และการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมและ/หรือประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว ณ พื้นที่ สถานที่ หรือจุดท่องเที่ยว เช่น การมีถนนเพียงเส้นเดียวที่ใช้เพื่อเดินทางไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ หรือการที่ต้องเข้าแถวยาวเหยียดเพื่อเข้าประกอบกิจกรรมในสวนสนุกแห่งใดแห่งหนึ่ง ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวต้องเสียเวลารอนานเกินไป ซึ่งแสดงว่าการเข้าถึงยังไม่สะดวก เป็นต้น

9. ตลาด (Market) ทรัพยากรการท่องเที่ยวบางแห่งนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปอาจสนใจเดินทางไปเยี่ยมชม และ/หรือประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว แต่ทรัพยากรการท่องเที่ยวบางแห่งอาจมีนักท่องเที่ยวเพียงบางกลุ่มเท่านั้นที่สนใจ เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวกลุ่มโบราณคดีในประเทศเคนยา เป็นต้น แม้ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้จะสามารถดึงดูดความสนใจได้มากกว่า เป็นต้น นอกจากนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจจะเหมาะสมและต้องรสนิยมของคนท้องถิ่นหรือ

คนในประเทศเท่านั้น แต่บางกลุ่มอาจจะเหมาะและต้องรสนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยเช่น อาหารไทย เป็นต้น

10. ภาพลักษณ์ (Image) ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว ล้วนมีผลอย่างมากที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือก หรือไม่เลือกที่จะบริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้รวมถึงภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งอาจจะเป็นประเทศ เมือง หรือพื้นที่ก็ได้ เช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มสตรี อาจมีภาพลักษณ์ว่า “สิงคโปร์เป็นแหล่งช้อปปิ้ง” ฉะนั้นจึงตัดสินใจเลือกเดินทางไปสิงคโปร์แทนที่จะเลือกไปกัมพูชา หรืออาจมีภาพลักษณ์ต่อประเทศอินโดนีเซียว่า “เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ปลอดภัย” ก็อาจตัดสินใจไม่เดินทางไปประเทศอินโดนีเซีย แต่จะเลือกเดินทางมาประเทศไทยแทน เป็นต้น ภาพลักษณ์จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกเดินทางท่องเที่ยว (One of the major pull factors) ดังนั้นการตรวจสอบภาพลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญมากเช่นเดียวกัน

ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

จิราภรณ์ อัมพรพรวดี (2552) กล่าวว่า การจำแนกประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถทำได้ใน 2 ลักษณะ คือ จำแนกตามลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว และจำแนกตามพื้นที่และลักษณะของทรัพยากร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การจำแนกประเภทตามลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural tourism resources) หมายถึง ทรัพยากรทั้งทางด้านชีวภาพและกายภาพ ได้แก่ พื้นที่ป่า สัตว์ป่า น้ำตก ถ้ำ ชายหาด เกาะ แก่ง และปะการัง เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้มีความงดงามโดดเด่น เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการพักผ่อนหย่อนใจ และการศึกษาธรรมชาติ

1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ (Archeological and Historical resources) หมายถึง พื้นที่ หลักฐาน และร่องรอยทางกายภาพที่เหลืออยู่ ซึ่งอาจบ่งบอกถึงสภาพความเป็นมาและพัฒนาการของสิ่งมีชีวิตทั้งในยุคก่อนประวัติศาสตร์ และยุคประวัติศาสตร์ ทั้งนี้รวมถึงวัตถุต่างๆที่มนุษย์สร้างหรือประดิษฐ์ขึ้นด้วย ตัวอย่างของทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ในจังหวัดสุโขทัย พระพุทธรูป และเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

1.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม รวมถึงสิ่งที่ตกทอดตามประเพณีโบราณมาสู่ชนรุ่นหลัง มีอาทิ ศิลปะการแสดง การแต่งกายแบบโบราณ

ภาษาพื้นเมือง ความเชื่อเรื่องวิญญาณ กิจกรรมการยังชีพแบบดั้งเดิมของชนเผ่าที่อาศัยอยู่ในพื้นที่
แห่งใดแห่งหนึ่ง และมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ทั้งนี้ยังรวมถึงสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น
เพื่อการท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก หรือพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น และสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นโดย
วัตถุประสงค์ดั้งเดิมที่สร้างขึ้นนั้นอาจไม่ใช่เพื่อการท่องเที่ยว แต่เป็นที่ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถ
เดินทางไปท่องเที่ยวได้ เช่น เขื่อน โรงงานผลิตเบียร์ โรงงานเครื่องปั้นดินเผา สวนองุ่น และหมู่บ้าน
ของชาวนาชาวไร่ เป็นต้น

2. การจำแนกตามพื้นที่และลักษณะของทรัพยากร “พื้นที่” ในที่นี้ หมายถึง ที่ตั้งของ
ทรัพยากรนั้นๆ และ“ลักษณะ” หมายถึงลักษณะที่เป็นธรรมชาติ หรือมนุษย์สร้างขึ้น เมื่อพิจารณา
เกณฑ์ทั้ง 2 นี้ ประกอบกัน สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เน้นผู้ใช้ประโยชน์ (User-oriented areas)
ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้ชุมชน การเข้าถึง (Accessibility) เพื่อ
ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวจึงกระทำได้ง่ายสะดวก เพราะมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
ขึ้นมารองรับกิจกรรมการใช้ประโยชน์ และสนองความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มรูปแบบ
แต่ส่วนใหญ่แล้วจะสร้างขึ้นเพื่อรองรับกิจกรรมเฉพาะอย่าง เช่น สวนสาธารณะในเขตเมือง สนาม
เด็กเล่น สนามกีฬา และสวนสนุก เป็นต้น

2.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวกึ่งธรรมชาติ (Intermediate areas) มักตั้งอยู่ห่างไกล
จากชุมชนมากกว่าประเภทแรก แต่มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เปิดโอกาสให้เดินทางเข้าถึงได้
สะดวก ตัวอย่างทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ที่ อาทิ รีสอร์ท อุทยาน และวนอุทยาน

2.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติ (Resource-based areas)
ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะมีลักษณะเด่นแตกต่างจากทรัพยากรในสองกลุ่มข้างต้นตรงที่มี
ความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมมากกว่า และนักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะประกอบกิจกรรมนันทนาการที่
หลากหลายมากกว่า เช่น การดูนก (Bird watching) และการเดินป่า (Trekking) ความหลากหลาย
ในการประกอบกิจกรรมนี้จะขึ้นอยู่กับทรัพยากรพื้นฐานว่าเป็นลักษณะใด หากทรัพยากรพื้นฐาน
เป็นพื้นที่ชายทะเล ก็เหมาะสมสำหรับกิจกรรมเล่นน้ำ ว่ายน้ำ อาบแดด หรือดำน้ำ เป็นต้น หากเป็น
พื้นที่ป่า ก็เหมาะกับกิจกรรมเดินป่า/ศึกษาธรรมชาติ หรือกิจกรรมพักค้างแรมโดยการใช้เต็นท์
เป็นต้น อย่างไรก็ตามทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบเน้นธรรมชาตินี้ส่วนใหญ่จะอยู่ห่างไกลจากเขต
ชุมชน และบางแห่งการเดินทางเข้าถึงยังไม่สะดวกเท่าที่ควร

ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวม

จิราภรณ์ อัมพรพรวดี (2552) กล่าวว่าประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและมีความหลากหลายน่าสนใจ ทั้งนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนที่เป็นธรรมชาติ และ 2) ส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้นและหลักฐานทางโบราณคดี ซึ่งรวมถึงร่องรอยของสิ่งมีชีวิตในยุคต่างๆ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นธรรมชาติของประเทศไทย ทรัพยากรการท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นธรรมชาติของประเทศไทย อาจจำแนกออกเป็น 6 ประเภท ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ในความดูแลของกรมป่าไม้ ได้แก่

1.1 อุทยานแห่งชาติ (national park) เป็นพื้นที่ที่ได้รับการประกาศให้เป็นแหล่งสงวนและคุ้มครองสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ เพื่อการใช้ประโยชน์ด้านการค้นคว้า วิจัย นันทนาการ และการท่องเที่ยว (คณะวนศาสตร์, 2530) โดยกรมป่าไม้ประกาศจัดตั้งอุทยานแห่งชาติในประเทศไปแล้วทั้งสิ้น 81 แห่ง เป็นอุทยานแห่งชาติทางบก 63 แห่ง และเป็นอุทยานแห่งชาติทางทะเล 18 แห่ง ส่วนพื้นที่ที่อยู่ระหว่างการเตรียมการประกาศจัดตั้งมีไม่น้อยกว่า 40 แห่ง อุทยานแห่งชาติทางบก มีอาทิ เขาใหญ่ ภูกระดึง ภูหลวง และแม่วงก์ สำหรับอุทยานแห่งชาติทางทะเล มีอาทิ หมู่เกาะสุรินทร์ หมู่เกาะอ่างทอง และอ่าวพังงา

1.2 วนอุทยาน (Forest park) เป็นพื้นที่นันทนาการที่มีขนาดเล็กและมีความโดดเด่นน้อยกว่าอุทยานแห่งชาติ หากแต่ยังคงมีความสำคัญในแง่ของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับประชาชนในท้องถิ่น ปัจจุบันประเทศไทยมีวนอุทยานในประเทศไทยทั้งสิ้น 46 แห่ง กระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ วนอุทยานทั้งหมดอยู่ในความดูแลของกรมป่าไม้ โดยบางส่วนอยู่ในสังกัดของสำนักงานอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และบางส่วนอยู่ภายใต้การดูแลของกรมป่าไม้เขต วนอุทยานที่น่าสนใจ มีอาทิ วนอุทยานน้ำตกโดนไพร จังหวัดภูเก็ต

1.3 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า (Wildlife sanctuary) ตามพระราชบัญญัติ คือ พื้นที่ซึ่งถูกกำหนดให้สงวนและรักษาไว้ให้ปลอดภัยจากกิจกรรมต่างๆของมนุษย์ที่อาจรบกวนถิ่นที่อยู่อาศัย และการดำรงชีวิตของสัตว์ป่า รวมทั้งกิจกรรมนันทนาการต่างๆด้วย แต่เนื่องจากพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าหลายแห่งมีองค์ประกอบของทรัพยากรธรรมชาติที่มีความโดดเด่นและมีคุณค่าทางด้านนันทนาการสูง กรมป่าไม้ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบ จึงอนุญาตให้ประชาชนเข้าไปพักผ่อนหาความรู้ในพื้นที่ได้ แต่ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบันประเทศไทยมีเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทั้งสิ้น 37 แห่ง เช่น ห้วยขาแข้ง เป็นต้น

1.4 เขตห้ามล่าสัตว์ป่า (Non-hunting area) เป็นพื้นที่ที่รัฐบาลประกาศขึ้นเพื่อคุ้มครองสัตว์ป่าบางชนิดที่กำหนด แต่ไม่หวังห้ามการใช้พื้นที่เพื่อกิจกรรมอื่นๆ (คณะวนศาสตร์ , 2530) ปัจจุบันกรมป่าไม้ประกาศห้ามล่าสัตว์ไปแล้ว 49 แห่ง

1.5 สวนพฤกษศาสตร์ (Botanical garden) เป็นสถานที่ที่มีการจัดรวบรวมพันธุ์ไม้ชนิดต่างๆที่มีคุณค่ามาปลูกไว้เป็นลำดับตามหมวดหมู่และตระกูล เพื่อการศึกษาวิจัยและเผยแพร่ขยายพันธุ์ให้แก่ประชาชน โดยปกติมักมีการจัดตกแต่งพื้นที่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนควบคู่ไปด้วย สวนพฤกษศาสตร์จึงจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอีกประเภทหนึ่งของประเทศ ปัจจุบันกรมป่าไม้จัดให้มีสวนพฤกษศาสตร์ทั้งสิ้น 13 แห่ง ซึ่งกระจายอยู่ทั่วทุกภาค เช่น สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

1.6 สวนรุกขชาติ (Arboretum) เป็นพื้นที่ธรรมชาติแต่มีขนาดเล็กกว่าสวนพฤกษศาสตร์ สร้างขึ้นเพื่อรวบรวมพันธุ์ไม้ต่างๆ โดยเฉพาะไม้ยืนต้นที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจและไม้ดอกที่อยู่ในท้องถิ่น แต่ไม่ได้มีการปลูกเป็นหมวดหมู่อย่างสวนพฤกษศาสตร์ ปกติมักมีการตกแต่งบริเวณและเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจและศึกษาพันธุ์ไม้ในพื้นที่ได้ กรมป่าไม้จัดสร้างสวนรุกขชาติในทุกภาคของประเทศ รวม 44 แห่ง เช่น สวนรุกขชาติถ้ำจอมพล จังหวัดราชบุรีสวนรุกขชาติสมเด็จพระปิ่นเกล้าฯ เขาหินร้อน จ. ฉะเชิงเทรา เป็นต้น

นอกจากพื้นที่นั้นหนาकारทั้ง 6 ประเภทแล้ว ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติยังรวมไปถึงพื้นที่ต้นน้ำ พื้นที่ชายหาด ชายฝั่ง เกาะแก่ง และอื่นๆที่ไม่ได้รับการประกาศเป็นพื้นที่อนุรักษ์ตามกฎหมายอีกจำนวนมาก

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวในส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้นซึ่งรวมถึงร่องรอยของสิ่งมีชีวิตในยุคต่างๆไทยเป็นประเทศหนึ่งในโลกที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ แต่ทรัพยากรการท่องเที่ยวในส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้นรวมถึงร่องรอยของสิ่งมีชีวิตในยุคต่างๆนี้ ไม่ได้หมายถึงสิ่งซึ่งเกิดจากน้ำมือของมนุษย์แบบปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงร่องรอยและสิ่งซึ่งเกิดจากมนุษย์ในยุคก่อนประวัติศาสตร์ด้วย หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ รวมถึงร่องรอยและหลักฐานทางโบราณคดีทั้งในยุคก่อนประวัติศาสตร์และยุคประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวนี้มีทั้งที่เป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์โบราณ ชุมชนโบราณ ศาสนสถาน โบราณวัตถุ โบราณสถาน กำแพงเมือง คูเมือง เข็มืองแร่ ศิลปวัฒนธรรม งานประเพณี วิถีชีวิต/ความเป็นอยู่ (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าและหัตถกรรมพื้นเมือง เป็นต้น บางส่วนอยู่ในความดูแลของกรมศิลปากร บางส่วนกระจายอยู่ในพื้นที่อนุรักษ์และอยู่ในความดูแลของกรมป่าไม้และหน่วยงานอื่นๆของรัฐ

การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

แนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

อุดม เศษกิจวงศ์ (2548, หน้า 74) กล่าวว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่ยอมรับของทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีคุณค่าแก่การอนุรักษ์ มีระบบนิเวศที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมที่มีความงดงาม และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีการปฏิบัติสืบต่อกันมายาวนาน และแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานที่ไม่แสดงถึงความรุ่งเรืองในอดีต แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ได้ถูกนำมาใช้เป็นทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว กลายเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญที่ทำรายได้ให้กับประเทศ ในลำดับต้นๆ โดยมีกลยุทธ์ในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1: ให้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นนโยบายหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1. การส่งเสริมและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ต้องอยู่ภายใต้กรอบของการอนุรักษ์และมีแผนจัดการสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป มีการกำหนดทิศทางและมาตรการส่งเสริมและพัฒนาที่สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งป้องกันและควบคุมปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนที่จะเกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. การวางแผนการจัดการที่เกิดจากความร่วมมือของชุมชนท้องถิ่น ประชาชนและภาคเอกชนในพื้นที่เพื่อคุ้มครองดูแลรักษาพื้นที่ที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์หรือมีคุณค่าทางธรรมชาติ
3. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยว ต้องรายงานผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยวต่อคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

กลยุทธ์ที่ 2: การพัฒนาจะต้องคำนึงถึงศักยภาพความสามารถในการรองรับพื้นที่และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

1. จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงสมรรถนะและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับได้ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอ่อนไหวของระบบนิเวศ เช่น การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว การกำหนดระยะเวลา และการจัดให้มีทางเลือกต่างๆ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟู
2. แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดการสภาพแวดล้อมให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ดี มีการบริการการจัดการน้ำเสีย ขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลที่ถูกต้องลักษณะ รวมทั้งควบคุมสภาพภูมิอากาศและเสียง

3. ให้มีการจัดทำแผนและผังการใช้ที่ดิน รวมทั้งให้องค์กรปกครองท้องถิ่นออกข้อบังคับในการจัดระเบียบของธุรกิจและกิจกรรมบริการนักท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแผนและผังที่กำหนด โดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนในพื้นที่ร่วมกันจัดทำ
4. ให้มีการกำหนดสัดส่วนรายได้ ที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวมาใช้ในการดูแลรักษา ฟื้นฟู บูรณะ จัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยแก้ไขปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
5. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวจะต้องดูแลรักษาเอกลักษณ์และคุณค่าดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวไว้ โดยกำหนดมาตรการควบคุมไม่ให้เกิดการดัดแปลงสภาพแวดล้อม รวมทั้งควบคุมการก่อสร้างบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กลมกลืนไม่ลดคุณค่าความสำคัญและเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
6. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยว ประสานงานกับหน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมาย ให้มีการบังคับใช้อย่างเข้มงวดและต่อเนื่อง โดยเฉพาะการบุกรุกที่สาธารณะประโยชน์และกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมและโบราณสถาน

กลยุทธ์ที่ 3: สร้างศักยภาพการบริหารและจัดการด้านการท่องเที่ยวให้ท้องถิ่นและประชาคมมีการจัดการที่มีมาตรฐาน

1. ให้ทรสนับสนุนสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะประชาชนในท้องถิ่นให้มีความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. จัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและท้องถิ่นในระดับชุมชน ให้เป็นศูนย์กลางในการสนับสนุน และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม
3. สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ในการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับประชาชนในท้องถิ่นประกอบอาชีพที่ต่อเนื่อง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นมีรายได้เพียงพอและพึ่งตนเองได้ในระยะยาว

การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

ขั้นตอนการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2548, หน้า 77 - 79) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวสรุปได้ดังนี้

1. การทำความเข้าใจทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยการแยกประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยทรัพยากรหลักที่เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และทรัพยากรสนับสนุนที่ใช้ใน

การสนับสนุนทรัพยากรหลักเพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งทำความเข้าใจกับชนิดทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง 5 ชนิดคือ

- 1.1 ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ พืช สัตว์ ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ น้ำ
- 1.2 ทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ ศาสนา มรดกวัฒนธรรมชาติพันธุ์
- 1.3 ทรัพยากร เหตุการณ์สำคัญ ได้แก่ งานมหกรรม งานประเพณีการแข่งขันกีฬา การแสดงโชว์ต่าง ๆ และงานที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อทางธุรกิจ
- 1.4 ทรัพยากรกิจกรรม ได้แก่ นันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก
- 1.5 ทรัพยากรบริการ ได้แก่ การขนส่ง ที่พัก การต้อนรับ อาหาร บริการ

2. การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยการเขียนรายการทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และนำมาประเมินซึ่งการตั้งคำถามในการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวมีดังต่อไปนี้ เช่น มีอะไรที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวชมบนพื้นที่ มีสิ่งดึงดูดรูปแบบใดบ้าง นักท่องเที่ยวต้องการได้รับบริการใดบ้าง มีกิจกรรมอะไรให้นักท่องเที่ยวทำระหว่างมาพัก บนพื้นที่ ถ้าต้องค้างคืนมีที่พักแรมแบบใดให้นักท่องเที่ยวบ้าง เป็นต้น

3. หลักการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวมีหลักการดังต่อไปนี้

3.1 คุณภาพทรัพยากร โดยศึกษาจากโจทย์คำถามดังนี้ อะไรทำให้ทรัพยากรนี้เด่นกว่าหรือด้อยกว่าทรัพยากรอื่นในที่ต่าง ๆ และอะไรเป็นจุดอ่อน ตรงจุดไหนที่เสียหาย ทรัพยากรได้รับการดูแลรักษาดีหรือไม่ การบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอหรือไม่ จะปรับปรุงทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างไร อะไรจะเป็นผลเสียหายของการพัฒนาต่อไป

3.2 ความโดดเด่นของทรัพยากร ว่าในพื้นที่มีสิ่งใดที่ทำให้ทรัพยากรมีความโดดเด่นและมีองค์ประกอบใดที่ทำให้แตกต่างกับทรัพยากรที่อื่น ๆ อีกทั้งทรัพยากรดังกล่าวสะท้อนให้คิดถึงความภาคภูมิใจในสถานะนั้น ๆ ได้อย่างไร

3.3 อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นมีบทบาทอะไรในกิจกรรมปัจจุบันของนักท่องเที่ยว โดยให้มีการวัดระดับการใช้ การประเมินการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างไร และจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวนี้อัปเดตดึงดูดมากขึ้นได้อย่างไร

3.4 ฐานข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยทำการตรวจสอบว่าอะไรทำให้ทรัพยากรนั้นมีคุณค่าต่อแหล่งท่องเที่ยว ศึกษาว่าในปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทใดเหมาะสมเป็นที่น่าพึงพอใจ และถ้าจะให้บทบาทสำคัญยิ่งขึ้นในอนาคตจะต้องเพิ่มความดึงดูดอย่างไร นอกจากนี้ทรัพยากรนั้นมีลักษณะอะไรที่จะเป็นปัญหา อุปสรรค ต่อการพัฒนาท่องเที่ยวในอนาคต เช่น มีการตัดไม้ทำลายป่าเพิ่มขึ้นและอาจมีน้ำท่วมหรือแผ่นดินเสื่อมบนพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

4. การตั้งคำถามในการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละชนิดดังนี้

4.1 รายการทรัพยากรธรรมชาติ มีการตั้งคำถามว่าอะไรทำให้ทรัพยากรนี้โดดเด่นบนพื้นที่ สิ่งนั้นเป็นของที่มีทั่วไปในแหล่งอื่นไหม และสิ่งนั้นมีความสำคัญเพียงพอเพื่อดึงดูดในปัจจุบันหรือในอนาคตไหม

4.2 รายการทรัพยากรวัฒนธรรม มีการตั้งคำถามว่าอะไรทำให้สิ่งนี้โดดเด่น มีความรู้สึกดึงดูดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ วัฒนธรรมสังคมใหม่ มีน้ำหนักมากพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวไหม

4.3 รายการทรัพยากรเทศกาล งานประเพณี และเหตุการณ์สำคัญ โดยใช้คำถามว่าอะไรทำให้เหตุการณ์นั้นโดดเด่น สามารถดึงดูดผู้ที่ไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มาพร้อมใหม่ เหตุการณ์นั้นจะเสริมหรือเป็นคู่แข่งกับเหตุการณ์คล้าย ๆ กันในท้องถิ่นที่อื่น ๆ หรือไม่ และความถี่ของการเกิดเหตุการณ์ขึ้นนั้นเป็นอย่างไร

4.4 รายการทรัพยากรกิจกรรม มีลักษณะการตั้งคำถามว่ากิจกรรมนั้นโดดเด่นอย่างไรในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น สามารถดึงดูดผู้ใช้ซึ่งไม่ใช่คนท้องถิ่นใหม่ กิจกรรมนั้นอยู่ในช่วงเวลาใด มีระดับกิจกรรมอยู่ในระดับใด

4.5 รายการทรัพยากรการบริการ โดยใช้คำถามดังนี้ใครใช้ทรัพยากรการบริการใช้เวลาใดบ้าง มีคนใช้กี่คน เพื่อจุดประสงค์อะไร ซึ่งแบ่งเป็นการเก็บข้อมูลทรัพยากรการบริการเป็นการต้อนรับ การบริการด้านที่พักแรม และการบริการด้านอาหาร การบริการข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

5. การเก็บข้อมูล โดยทำแผนที่ทรัพยากรท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวมีวิธีการดังนี้

5.1 แสดงที่ตั้งทางกายภาพของทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรม

5.2 ที่จุดที่จะพบทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม เมื่อกิจกรรมนั้นต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรม

5.3 ที่จุดที่ตั้งทางกายภาพของบริการต่าง ๆ เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร และบริการที่สำคัญ ตลอดจนการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

ตลาดการท่องเที่ยว

คำจำกัดความตลาดการท่องเที่ยว

การตลาดท่องเที่ยว (Marketing of Tourism) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้อย่างต่าง ๆ กัน ดังนี้ ธรรมนุญ ประจวบเหมาะ (2529, หน้า 4-5) กล่าวถึงความหมายของการตลาดการท่องเที่ยวว่า “การศึกษาองค์ประกอบ (การผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการ) ทางการท่องเที่ยว

เพื่อใช้กำหนดเส้นทางในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิด demand) และอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply)”

วินิจ วีรียงกูร (2532, หน้า 83) ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวว่า ปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

จากความหมายของการตลาดท่องเที่ยวในทัศนะของนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญต่างๆ แล้วพอจะสรุปสาระสำคัญของการตลาดท่องเที่ยวได้ว่า เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตและผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ผลิต

ลักษณะของการตลาดการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548, หน้า 15-18) กล่าวถึงองค์ประกอบของตลาดท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะดังนี้

ผู้ซื้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนาจร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวที่มีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงสูงมาก เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ราคาท่องเที่ยว ฤดูกาล สมัยนิยม รสนิยม ทัศนคติ ประสบการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว และเหตุการณ์สำคัญอื่นๆ ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ แต่อาจสามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะมีผลกระทบอะไรบ้างต่อตลาดการท่องเที่ยว และทำให้การวางแผนการตลาดมีความลำบากมากขึ้น ผู้วางแผนงานจำเป็นต้อง

ผู้ขาย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาบริการการท่องเที่ยว (Travel Supplier) ผลิตวัตถุดิบในลักษณะการแปรรูปสินค้าและบริการ เช่น ที่พักในโรงแรม การเดินทางโดยเครื่องบินบริการอาหารและเครื่องดื่ม การเข้าชมการแสดงในสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และสินค้าและบริการอื่นๆ ในสายของสินค้าเดียวกันสินค้าและบริการ สินค้าในการตลาดท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. สินค้าที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างๆ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล เขตรักษาพันธุ์พืช และสัตว์ป่า ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ฯลฯ

2. สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกเป็นหลายชนิด ได้แก่

สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ทางประวัติศาสตร์ วัด โบสถ์ สถานที่สำคัญทางศาสนา ศิลปะ สถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ สวนสนุก ท่าเรือ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านคมนาคมขนส่ง ฯลฯ

สิ่งดึงดูดทางด้านวัฒนธรรมและสังคม ทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น ศาสนา ภาษา เทศกาลประเพณี ศิลปะหัตถกรรม สิ่งบันเทิงต่างๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม อาหาร การแต่งกาย ทัศนคติ ความเชื่อ ฯลฯ

สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สายการบินและขนส่ง ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม การจําหน่ายเที่ยว สินค้าและของที่ระลึก กิจกรรมท่องเที่ยววันบันเทิง และพักผ่อน ฯลฯ

ลักษณะเฉพาะของสินค้าการท่องเที่ยว แตกต่างจากสินค้าทั่วไปดังนี้

1. สินค้ามีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสก่อนการตัดสินใจซื้อได้ เช่น การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ลูกค้าจะซื้อจากอารมณ์ ความรู้สึกส่วนตัว
2. สินค้ามีเอกลักษณ์ มีเฉพาะแบบเดียวไม่เหมือนใคร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หรือสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man – Made Attraction)
3. การผลิตและบริโภคสินค้าที่เกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกัน เช่น การเดินทางโดยเครื่องบิน การเข้าพักในโรงแรม ลูกค้าจะสามารถบริโภคได้ในเวลาและสถานที่ที่กำหนดเท่านั้น
4. กระบวนการซื้อขายสินค้าและบริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้
5. สินค้ามีลักษณะเน่าเสีย ถ้าลูกค้าไม่มาบริโภคภายในเวลาที่กำหนด
6. สินค้าการท่องเที่ยวจะขายได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับฤดูกาล สภาพภูมิอากาศ เวลาของการบริโภค
7. การซื้อขายสินค้าการท่องเที่ยวมักเป็นการซื้อขายร่วมกันในคราวเดียวกัน ถึงแม้จะต่างเจ้าของกัน จึงต้องการความร่วมมือทางธุรกิจสูง

อุปสงค์การท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, หน้า 19-20) กล่าวว่า อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อและมีความเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, หน้า 21) กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวได้แก่

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การมีรายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่าง พัฒนาการทางด้านคมนาคมการสื่อสาร

5. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment) หมายถึง บรรยากาศขณะซื้อขายสินค้าและบริการและขณะที่ลูกค้าบริโภคสินค้า ซึ่งจะสามารถสร้างความพอใจหรือไม่พอใจได้
6. กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) เป็นการศึกษาข้อมูลการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยว การเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว
7. การจัดการรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) คือ การจัดรวมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวหลายๆ อย่างที่เหมาะสมเข้าด้วยกัน เพื่อตอบสนองของกลุ่มตลาดเป้าหมาย
8. ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership/ Participation) หมายถึง การประสานความร่วมมือกันทางธุรกิจ ในการเสนอขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2546, หน้า 60-62) กล่าวถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวดังนี้

1. ลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ผสม
2. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์บางส่วนเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องหรือทดลองใช้ก่อนได้ เช่น การบริการ ความสะดวกสบาย นักท่องเที่ยวต้องใช้ความรู้สึกส่วนตัว
3. อายุของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับฤดูกาล ลูกค้าต้องการบริโภคเมื่อต้องการเดินทางหรือหยุดพักผ่อนในสุดสัปดาห์
4. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีช่องทางการจำหน่าย
5. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวถูกลอกเลียนได้ง่าย ทั้งในส่วนของทรัพยากรการท่องเที่ยวและบริการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติเป็นสินมรดกของประเทศ ไม่มีคิดขึ้นอาจถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายเมื่อเห็นว่าสามารถสร้างความพอใจให้ลูกค้ามาแล้ว

การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง สินค้าและบริการหลักที่สร้างความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับเมื่อมาซื้อสินค้าและบริการ
3. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึง สินค้าและบริการเสริมที่ลูกค้าจะได้รับเพิ่มเติมควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า
4. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ (Potential Product) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต รูปแบบของการบริการใหม่ๆ ที่ลูกค้าไม่คาดหวังว่าจะได้รับหรือความพอใจ แปลงใจ ตื่นเต้นประทับใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

องค์ประกอบของตลาดการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2548, หน้า 15) กล่าวว่าองค์ประกอบของตลาดมีลักษณะดังนี้

1. ผู้ซื้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนอาจร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงสูงมาก เนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม ราคาการท่องเที่ยว ฤดูกาล สมัยนิยม รสนิยม ทัศนคติ ประสบการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว และเหตุการณ์สำคัญอื่นๆ ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ แต่อาจสามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าได้ว่าจะมีผลกระทบต่อตลาดการท่องเที่ยวและทำให้การวางแผนตลาดมีความลำบากมากขึ้น ผู้วางแผนงานจำเป็นต้องศึกษาความต้องการของตลาด (Market Demand) และเตรียมกิจกรรมทางการตลาด เพื่อแก้ไขสถานการณ์ทางการตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงไป

2. ผู้ขาย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคในการแปรรูปสินค้าและบริการ เช่น ที่พักโรงแรม การเดินทางโดยเครื่องบิน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การเข้าชมการแสดงในสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และสินค้าบริการอื่นๆ ในสายของสินค้าเดียวกัน และขายสินค้าให้แก่กลุ่มผู้ซื้อดังนี้

2.1 ขายตรงให้นักท่องเที่ยว

2.2 ขายให้แก่ผู้ผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

2.3 ขายให้แก่บริษัทตัวแทนจำหน่าย

ผู้ผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย และบริษัทตัวแทนจำหน่าย จะเป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในเวลาเดียวกัน จึงจำเป็นต้องศึกษาและวิจัยเพื่อทำความรู้จัก เข้าใจความต้องการ นักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นอย่างดี ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และจิตวิทยาในการบริโภค มีความรู้ถึงลักษณะและรูปแบบที่แตกต่างกันของการเดินทางท่องเที่ยว และสิ่งสำคัญที่สุด คือ ความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจเนื่องจากธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ผสมสินค้าและบริการสายเดียวกันและต่างประเภทเข้าด้วยกัน ความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจจะสร้างความมั่นคงให้แก่ธุรกิจในการลงทุน อำนาจการต่อรอง การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ และการเอื้อเพื่อซึ่งกันและกันในระยะยาวเช่น การกันที่นั่งของสายการบินไว้ให้แก่ลูกค้าของบริษัทสายการบินที่ร่วมมืออยู่ หรือการให้ห้องพักแก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีความร่วมมือกัน ซึ่งจะทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเจริญเติบโต ผู้ซื้อได้รับสินค้าและบริการที่ถูกต้องและยุติธรรม

3. สินค้าและบริการ สินค้าในตลาดการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. สินค้าที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างๆ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล เขตรักษาพันธุ์พืช และสัตว์ป่า ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ฯลฯ

2. สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกเป็นหลายชนิด ได้แก่

สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ทางประวัติศาสตร์ วัด โบสถ์ สถานที่สำคัญทางศาสนา ศิลปะ สถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ สวนสนุก ท่าเรือ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านคมนาคมขนส่ง

สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมและสังคม ทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น ศาสนา ภาษา เทศกาล ประเพณี ศิลปหัตถกรรม สิ่งบันเทิงต่างๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม อาหาร การแต่งกาย ทัศนคติ ความเชื่อ ฯลฯ

สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ สายการบินและการขนส่ง ที่พักแรม อาหารเครื่องดื่ม การจําหน่ายสินค้าและบริการที่ระลึก กิจกรรมการท่องเที่ยว บันทึกรายการและพักผ่อน ฯลฯ

ลักษณะของสินค้าการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548, หน้า 17) กล่าวว่าลักษณะของตลาดการท่องเที่ยวเป็นตลาดการบริการที่ลูกค้ามีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุดซึ่งแตกต่างจากสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไปอย่างชัดเจนดังนี้

1. สินค้ามีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้ หรือสัมผัสก่อนการตัดสินใจซื้อได้ เช่น การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ลูกค้าจะซื้อจากจินตนาการ อารมณ์ ความรู้สึกส่วนตัว และประสบการณ์

2. สินค้ามีเอกลักษณ์ มีเฉพาะแบบเดียวไม่เหมือนใคร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ หรือสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งอาจมีบางส่วนที่สร้างเลียนแบบจนดูเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันได้ แต่ผู้ขายก็ต้องพยายามเลือกสรรใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างในตัวสินค้าให้มีความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง และอยู่ในความนิยมของลูกค้าเพื่อรักษาตลาดไว้

3. การผลิตและบริโภคสินค้าเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกัน เช่น เกิดเดินทางโดยเครื่องบิน การเข้าพักในโรงแรม ลูกค้าจะสามารถบริโภคได้ในเวลาและสถานที่ที่กำหนดเท่านั้น

4. กระบวนการซื้อขายสินค้าและบริการ ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เช่น การซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ผู้ประกอบธุรกิจจําหน่ายเที่ยวต้องให้บริการตั้งแต่เริ่มออกเดินทางจนกลับถึงบ้าน หรือกลับมาถึงจุดเริ่มต้นของการเดินทาง กระบวนการซื้อขายจึงสิ้นสุดลง การเดินทาง

โดยเครื่องบิน และการเข้าพักในโรงแรมก็เช่นเดียวกัน ผู้ซื้อจะได้รับบริการตลอดเวลาการบริโภคสินค้านั้น

5. สินค้ามีลักษณะ เน่าเสีย ถ้าลูกค้าไม่มาบริโภคหรือใช้บริการในเวลาที่กำหนด เช่น การยกเลิกการเดินทางของกลุ่มทัวร์ สินค้าและบริการจะถูกทิ้งไปเฉยๆ เป็นลูกโซ่ ตั้งแต่การยกเลิกเที่ยวบิน โรงแรม ร้านอาหาร การนำชมสถานที่ต่างๆ ถ้าไม่มีลูกค้าอื่นมาซื้อสินค้าและบริการในเวลานั้นสินค้าและบริการนั้นก็เสียไปเลย รายได้สูญเปล่า ไม่มีโอกาสในการขายมากเหมือนสินค้าอื่น

6. สินค้าการท่องเที่ยวจะขายได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับฤดูกาล สภาพภูมิอากาศ เวลาของการบริโภค เช่น ที่พักแรมตามสถานที่ตากอากาศชายทะเลจะเต็มเฉพาะฤดูร้อน ในฤดูหนาวแทบไม่มีคนเข้าพัก ความต้องการเดินทางโดยเที่ยวบินวันจันทร์หรือวันศุกร์ จะมากกว่าเที่ยวบินวันอังคารถึงวันพฤหัสบดี

7. การซื้อขายสินค้าการท่องเที่ยวมักเป็นการซื้อขายร่วมกันในคราวเดียวกันถึงแม้จะต่างเจ้าของกัน จึงต้องการความร่วมมือทางธุรกิจสูง เช่น การซื้อขายตั๋วเครื่องบินและบริการเรือสำราญ และการซื้อขายสินค้าการท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง ก่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การเดินทางโดยเรือสำราญ ลูกค้าต้องการสินค้าและบริการอื่นๆ ที่ทำเรือที่แวะจอด เช่น การเที่ยวชมสถานที่ รถยนต์รับจ้าง ร้านขายสินค้าที่ระลึก

แนวคิด ทฤษฎี การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการมีส่วนร่วม

นิยามการพัฒนาที่ยั่งยืน

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ถึงคำจำกัดความของ “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” ไว้ดังนี้
ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2543, หน้า 92) ได้ให้คำจำกัดความของการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้สั้น ๆ คือ การพัฒนาที่อยู่ภายใต้ขีดจำกัดทางนิเวศ

พระธรรมปิฎก (2542, หน้า 68) ได้อธิบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีลักษณะที่เป็นบูรณาการ (Integrated) คือ ทำให้เกิดเป็นองค์รวม (Holistic) หมายความว่าองค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์ และมีลักษณะ อีกอย่างหนึ่งคือมีดุลยภาพ (Balance) หรือพูดเป็นอีกนัยหนึ่ง คือ การทำให้เกิดกิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ

อนุชา อาภาภิรม (2545, หน้า 43) ได้นิยามให้ความหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในแง่มุมมองทางเศรษฐกิจว่า เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองของความต้องการของประชากรและการค้า โดยไม่

ลดทอนความสามารถในการรองรับชีวิตของสิ่งแวดล้อมสำหรับคนรุ่นอนาคต หรือการพัฒนาที่ตอบสนองคุณภาพชีวิตของมนุษย์สูงสุดในคนรุ่นปัจจุบันที่ไม่เสื่อมถอยลงในคนรุ่นต่อไป กล่าวถึงความกัน การพัฒนาอย่างยั่งยืนก็คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน

สันติ บางอ้อ (2552) ได้กล่าวไว้ว่าการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สนองต่อความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมยอมลดทอนความสามารถในการที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง

จากแนวคิดสรุปได้ว่าการพัฒนาที่ยั่งยืน จะต้องเป็นการพัฒนาที่ก่อให้เกิดความสมดุล หรือมีปฏิสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกันในระหว่างมิติอันเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้ชีวิตมนุษย์อยู่ดี มีสุขคือ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม จิตใจ รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งต่อคนในรุ่นปัจจุบันและคนรุ่นอนาคต

ทฤษฎีและแนวทางการพัฒนา

ไพรัช เดชะรินทร์ (2516, หน้า 36-42) ได้กล่าวถึงทฤษฎีและแนวทางการพัฒนาไว้ ดังนี้

1. ทฤษฎีภาวะทันสมัย (Modernization Theory) เป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมและการสร้างสรรค์สังคมประชาธิปไตยแบบตะวันตก เน้นการสร้างเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และมุ่งหวังที่จะให้การเจริญเติบโตนั้นแพร่กระจายไปสู่ส่วนต่าง ๆ ของสังคม
 2. ทฤษฎีพึ่งพา (Dependency Theory) ภาวะเศรษฐกิจของสังคมด้วยพัฒนาจะอยู่ภายใต้เงื่อนไขการพึ่งพากับประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้นจุดมุ่งหมายของการพัฒนาแนวนี้ คือการปลดปล่อยพันธนาการพึ่งพา
 3. ทฤษฎีความจำเป็นพื้นฐาน คนเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนา โดยมุ่งตอบสนองต่อความจำเป็นพื้นฐานของประชาชนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะการมีคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่ดี
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544, หน้า 5) ได้กล่าวว่าการพัฒนาแบบยั่งยืนมีลักษณะเป็นการพัฒนาในรูปแบบ ดังนี้
1. แบบบูรณาการ คือ การทำให้เกิดองค์รวม (Holistic) หมายความว่า องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันอย่างครบองค์อย่างมีคุณภาพ
 2. แบบพึ่งพาตนเอง คือ คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาต้องช่วยกลุ่มคนที่ยากจนสุดให้พึ่งพาตนเองได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ภายใต้พื้นฐานความพอเพียง (Self-Sufficient Economy) และไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม
 3. แบบธรรมรัฐ (Good Governance) คือ การมีรัฐที่ดี มีประสิทธิภาพโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ มีประชาชนที่เข้มแข็ง สำนึกในการรับผิดชอบเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ และการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยส่งเสริมประชาคม (Civil Society)

การบูรณาการและการมีส่วนร่วม

แนวคิดการมีส่วนร่วม (Participation)

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนับได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญขององค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ประกอบกับในการประชุมเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนที่นครริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อปี พ.ศ. 2535 ตามระเบียบวาระที่ 21 (Agenda 21) มีการเรียกร้องให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน โดยการพัฒนาต่างๆ ให้คำนึงถึง สิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับประชาชน และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ได้วางรากฐานทางกฎหมายเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสิทธิของ ชุมชนท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร สิทธิของประชาชนในการมีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี สิทธิในการรับรู้ข่าวสาร สิทธิในการแสดงความคิดเห็นต่อโครงการหรือกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อตนเอง

นอกจากนั้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) ยังได้มุ่งเน้นให้เกิด ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแบบองค์รวมที่ยึด “คน” เป็นศูนย์กลางในการพัฒนา

องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายและแนวคิดการมีส่วนร่วม (Participation) ไว้ในมุมมองที่กว้างว่า เป็นการเข้าร่วมอย่างแข็งขันของประชาชนในการดำเนินการตัดสินใจในทุกระดับ และทุกรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง โดยเฉพาะใน บริบทของกระบวนการวางแผนที่มีการกำหนดรูปแบบแนวคิดการมีส่วนร่วม สัมพันธ์กับการเข้าร่วมของมวลชนอย่างกว้างขวางในการเลือก การบริการและการประเมินผลของแผนงาน และโครงการต่างๆ ที่จะนำมาซึ่งการยกระดับความเป็นอยู่ให้สูงขึ้น ซึ่งการมีส่วนร่วมจะประกอบด้วย ลักษณะ 3 ประการ คือ

1. การมีส่วนร่วมเป็นอิทธิพลของประชาชนต่อการตัดสินใจนโยบาย ที่เกี่ยวกับการจัดสรรและการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรเพื่อการผลิต
2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนต่อการวางแผนและดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ จะสร้างโอกาสด้านสังคมและเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับรายได้ การจ้างแรงงานและเพิ่มการ กินดีอยู่ดี
3. การมีส่วนร่วมเป็นการตัดสินใจของประชาชนที่สนองต่อความต้องการในการที่จะปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคน ฉะนั้นการมีส่วนร่วมทางการเมือง จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจและสังคม เพราะการมีส่วนร่วมทางการเมืองนำมาซึ่งการกระจายอำนาจทางการบริหารและทรัพยากรไปสู่ท้องถิ่น

ลักษณะการมีส่วนร่วม

ไพรัช เดชะรินทร์ (2516, หน้า91-95) ได้สรุปหลักการและแนวทางการพัฒนาให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมไว้ว่า

1. ต้องยึดหลักความต้องการและปัญหาของประชาชน เป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรม
2. กิจกรรมต้องดำเนินการในรูปกลุ่ม เพื่อสร้างพลังกลุ่มในการรับผิดชอบร่วมกัน
3. ให้คำนึงถึงขีดความสามารถของประชาชน ปลูกฝังให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ
4. กิจกรรมที่ต้องสอดคล้องกับสภาพสิ่งแวดล้อม ทรัพยากร วัฒนธรรมของชุมชน
5. การเริ่มต้นควรอาศัยผู้นำชุมชนที่ชาวบ้านเคารพนับถือ
6. ขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ควรให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้น

ปกรณีย์ ปริยากร (2527, หน้า49 – 64) ได้ให้แนวคิดว่าลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา คือ การที่ประชาชนจะเข้ามามีบทบาทในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไข และร่วมมือผลประโยชน์ซึ่งกันและกันได้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าอะไรคือความจำเป็นพื้นฐานของชุมชน
2. เป็นผู้ระดมทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็นพื้นฐาน
3. เป็นผู้ที่มีบทบาทในการปรับปรุงวิธีการกระจายสินค้า และบริการให้สมบูรณ์ขึ้น
4. เป็นผู้ที่มีความพึงพอใจและเกิดแรงจูงใจที่จะสร้างกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ต่อเนื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

ความหมายเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริชและแนวทางดำเนินชีวิตแก่ พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดยาวนานกว่า 30 ปี เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่ชี้ถึงแนวทางการดำเนินชีวิต และการปฏิบัติตนของประชาชนในทุกๆระดับ ครอบคลุมชุมชน จนกระทั่งถึงระดับชาติ ทั้งในการพัฒนาการบริหารประเทศให้ดำเนินต่อไป

ในทางสายกลางความพอเพียง หมายถึง ความประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่ร้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่มีพอควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงและภายนอก ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวัง เป็นอย่างยิ่งนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและดำเนินการทุกขั้นตอน ขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับให้มีจิตสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์ สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสมตลอดจนดำเนินชีวิตในความอดทน มีความพากเพียร มีสติ และมีความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับ

ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และกว้างขวาง ทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม จากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี “บางคนพูดบอกว่า เศรษฐกิจพอเพียงนี้ไม่ถูกทำไมดี ไม่ดี ได้ยินเค้าว่าส่วนใหญ่บอกว่าดี แต่พวกส่วนใหญ่ที่บอกว่าดีนี้เข้าใจแค่นั้นก็ไม่ทราบแต่ยังก็ทำตาม เศรษฐกิจ หรือความประพฤติที่ทำอะไรเพื่อให้เกิดผล โดยมีเหตุผล คือ เกิดผลมาจากเหตุ ถ้าทำเหตุที่ดีถ้าคิดดีให้ผลที่ออกมาคือ สิ่งที่ดีตามเหตุการณ์ กระทำก็จะเป็นการกระทำที่ดี และผลของการกระทำนั้นก็จะเป็นการกระทำที่ดี ดีแปลว่ามีประโยชน์ ดีแปลว่าทำให้มีความสุข” (2552)

หลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่ถือว่าเป็นนวัตกรรมที่มีคุณค่ายิ่ง และยังมี ความลึกซึ้งที่ก้าวหน้าและเหมาะสมสำหรับสังคมหลักการสำคัญ 5 ประการ ของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ

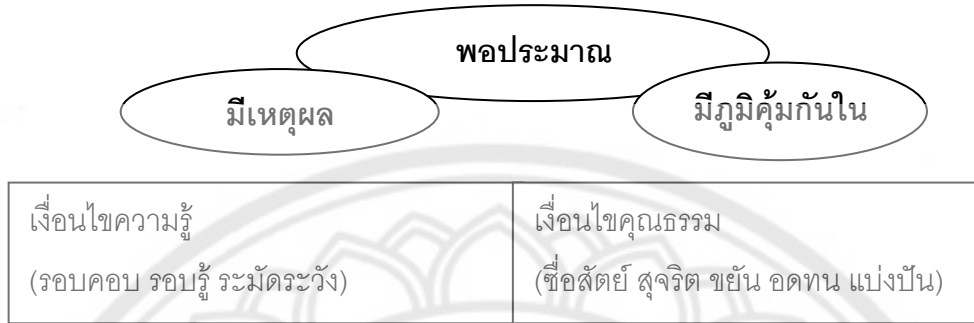
1. ความพอประมาณ คือ ความพอดี ๆ ไม่น้อยเกินไป ไม่มากเกินไป ไม่เติบโตเกินไป ไม่ช้าเกินไป และไม่โดดเด่นเกินไป
2. ความมีเหตุผล คือ ทุกอย่างต้องมีที่มาที่ไปอธิบายได้ การส่งเสริมกันในทางที่ดีสอง คำนึงกับหลักพุทธธรรม คือ ความเป็นเหตุเป็นผลเพราะสิ่งนี้ ทำให้เกิดทุกสิ่ง ทุกสิ่งที่เกิดขึ้นตาม เหตุผลปัจจัย
3. ความมีภูมิคุ้มกันที่ดี จะต้องปกป้องคุ้มครองไม่ให้เกิดความเสี่ยงที่ไม่ควรจะเป็น เช่น เกิดความเสี่ยงเพราะมีความโลภมากเกินไป
4. ความรอบรู้ ต้องมีความรอบคอบ มีการใช้ความรู้ใช้วิทยาการ ด้วยความระมัดระวัง มีการจัดองค์ความรู้ที่ดี ดำเนินการอย่างรอบคอบ ครบถ้วนรอบด้าน ครบทุกมิติ
5. คุณธรรมความดี เป็นพื้นฐานของความมั่นคงซึ่งประกอบด้วย ความซื่อสัตย์ สุจริต มานะ และพากเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต

กรอบความคิดเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง “เศรษฐกิจพอเพียง เป็นเสมือนรากฐานของชีวิต รากฐานความมั่นคง ของแผ่นดินเปรียบเสมือนเสาเข็มที่ตอกรองรับป้ายเรือนตัวอาคาร ใว้แน่นอนสิ่งก่อสร้างที่จะมั่นคง ได้ก็อยู่ที่เสาเข็มนั่นเองแต่คนส่วนมาก มองไม่เห็นเสาเข็ม และถือเสาเข็มเสียด้วยซ้ำ”

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ทางสายกลาง



ชีวิต เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม

สมดุล มั่นคง และยั่งยืน

ภาพ 6 หลักเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ

ที่มา: www.khorat.doae.go.th/KMkhorat/phrathongkham/km5.doc

หลักปฏิบัติตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

1. การพึ่งตนเองเป็นหลัก
2. การพิจารณาถึงความพอดี พอเหมาะ พอควร สมเหตุสมผล
3. การสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความสมดุล
4. ความครอบคลุมทั้งทางด้านจิตใจ สังคม เทคโนโลยี ทรัพยากรธรรมชาติ และ

สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจพอเพียง

หลักของความประมาณ (พอดี) 5 ประการ

1. พอดีด้านจิตใจ เข้มแข็ง มีจิตสำนึกที่ดี เอื้ออาทร ประนีประนอม นึกถึงประโยชน์ส่วนรวม
2. พอดีด้านสังคม ช่วยเหลือเกื้อกูล รู้รักสามัคคี สร้างความเข้มแข็งให้ครัวเรือนและชุมชน
3. พอดีด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รู้จักใช้และจัดการอย่างฉลาดและรอบคอบและเกิดความยั่งยืนสูงสุด

4. พอดีด้านเทคโนโลยี รู้จักใช้ เทคโนโลยีที่เหมาะสมและสอดคล้องต่อความต้องการ เป็นประโยชน์สภาพแวดล้อมและเกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมและพัฒนาจากภูมิปัญญาชาวบ้านก่อน

5. พอดีด้านเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย ดำรงชีวิตอย่างพอควรพออยู่ พอกิน สมควรตามอัตภาพและฐานะของตนเอง

หลักของควมามีเหตุผล

1. ยึดความประหยัด ตัดทอนค่าใช้จ่ายในทุกด้าน ลดความฟุ่มเฟือยในการดำรงชีพ

2. ยึดถือการประกอบอาชีพด้วยความถูกต้อง สุจริต แม้จะตกอยู่ในภาวะขาดแคลนในการดำรงชีพ

3. ละเลิกการแย่งผลประโยชน์ และแข่งขันในทางด้านการค้าขาย ประกอบอาชีพแบบต่อสู้กันอย่างรุนแรง

4. ไม่หยุดนิ่ง หาทงในชีวิตรให้หลุดพ้นจากความทุกข์

5. ปฏิบัติตนในแนวทางที่ดี ลด เลิก สิ่งชั่วกิเลสให้หมดสิ้นไป ไม่ก่อความชั่วให้เป็นเครื่องทำลายตัวเองทำลายผู้อื่น

หลักของการมีภูมิคุ้มกัน

1. มีความรอบคอบและระมัดระวัง

2. มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ สุจริต ขยัน อดทน และแบ่งปัน (2552)

การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง Self Sufficiency tourism Economy Tourism
กมล รัตนวิระกุล (2550) ได้กล่าวว่าการจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ยังไม่มีนิยามหรือ คำจำกัดความโดยเฉพาะ แต่ผู้เขียนอยากจะนำ แนวคิด เศรษฐกิจพอเพียง Sufficiency Economy ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาประยุกต์กับความหมาย คือ การทำงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้มีรายได้พอกินพออยู่ ไม่ทำให้ใหญ่โตเป็น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียงยังสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน Sustainable Tourism และการจัดการท่องเที่ยวชุมชนCommunity Based Tourism

การจัดการท่องเที่ยวทั้ง 3 อย่างมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด เพราะการจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียงนั้น ไม่ได้มุ่งหมายสร้างความร่ำรวย แต่เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ที่สามารถอาศัยประโยชน์จากการที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในชุมชนนั้น ปัจจัยสำคัญ คือ

การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ต้องเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยชุมชนเห็นด้วย เพื่อสร้างรายได้สำหรับเลี้ยงครอบครัวและเป็นประโยชน์ต่อชุมชน การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียงไม่ได้จำกัดเฉพาะในการสร้างรายได้ท่องเที่ยวเพียง แต่ยังหมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เติบโต มากจนไปทำลายสิ่งแวดล้อมหรือสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ หรือ วิถีชีวิตของชุมชน การจัดการท่องเที่ยว

อย่างชุมชน จึงเป็นธุรกิจระดับส่วนตัว ครอบครัว และอยู่ภายในชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ และทักษะของประชากรในพื้นที่ให้มีความรู้ความเข้าใจ

ในการให้ความรู้ที่ถูกต้องและอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาเยือนในแต่ละท้องถิ่น การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง คือ การประกอบอาชีพเสริมด้านการท่องเที่ยวจากอาชีพหลัก และทำให้ชุมชนสามารถประกอบอาชีพได้อย่างอิสระ เกิดความรักท้องถิ่น โดยไม่ต้องมุ่งไปขายแรงงาน ในจังหวัดใหญ่ การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างบุคลากรออกไปทำงานในธุรกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในสังคมเมือง การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง เหมาะสำหรับทำเป็นอาชีพอิสระเพราะไม่ต้องลงทุนมากแต่ต้องเรียนรู้ให้มาก การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง จึงเป็นลักษณะการประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก small enterprise โดยสมาชิกในครอบครัว หรือ กลุ่มบุคคลร่วมกันทำ และ ธุรกิจระดับจิ๋ว micro enterprise โดยส่วนตัวหรือกลุ่มบุคคล 2-3 คน อาชีพที่เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง เช่น

1. การจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ Homestay
2. การจัดที่พักแบบบ้านสวน Farmstay / Orchardlodge
3. ผู้ประกอบการนำเที่ยวท้องถิ่น Domestic Handling Agent
4. ผู้ผลิตสินค้าที่ระลึกสำหรับการท่องเที่ยว Souvenirs for tourists
5. มัคคุเทศก์ท้องถิ่น Domestic Tourist Guide

การจัดประเภทของการจัดนำเที่ยวอย่างพอเพียง

กมล รัตนวิระกุล (2550) ได้กล่าวถึงการจัดประเภทของการจัดนำเที่ยวอย่างพอเพียงไว้ ดังนี้

1. การจัดการนำเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Ecotourism) เป็นการนำเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซาบซึ้งกับความงาม ความยิ่งใหญ่หรือความพิศวงของธรรมชาติ เช่น การชมนก การเดินป่า เป็นต้น
2. การจัดการนำเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) เป็นการนำเที่ยวเชิงเกษตร อาทิ สวนผลไม้ ไร่่อ่งุ่น ฟาร์มโคนม ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ การทำนาทุ่ง การเลี้ยงปลา เป็นต้น
3. การนำเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational Tourism) เป็นการนำเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการการศึกษาเรียนรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การเยี่ยมชมศูนย์ทดลองด้านการเกษตร โครงการในพระราชดำริ หรือฝึกทักษะอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การเรียนภาษา หรือ การเรียนศิลปะหัตถกรรม เป็นต้น
4. การจัดการนำเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา (Health and Sport Tourism) เป็นการนำเที่ยวที่มุ่งเสริมสร้างความสมบูรณ์ทางร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมต่าง ๆ

เช่น การเล่นเกมกีฬา การบำรุงผิว การนวดตัว การฝึกสมาธิ การอาบน้ำแร่ การอบสมุนไพร เป็นต้น

5. การจําหน่ายเชิงศาสนาและวัฒนธรรม (Religious and Cultural Tourism) เป็นการนำเที่ยวที่มีจุดประสงค์ให้นักท่องเที่ยว ได้ทำบุญไหว้พระ ได้รับความรู้และความเพลิดเพลิน จากการชมและสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ศิลปะหรือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

6. การจําหน่ายเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และชีวิตวัฒนธรรมพื้นถิ่น (Ethnic Tourism) การนำเที่ยวประเภทนี้มุ่งตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างใกล้ชิด เช่น การไปท่องเที่ยวโดยอาศัยอยู่กับคนต่างวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง (Home stay)

การบริการที่การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง

กมล รัตนวิระกุล (2550) ได้กล่าวถึงการบริการที่การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียงสามารถเสนอได้ คือ

1. การบริการทัวร์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น (Lifestyle and cultural tours) เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ และความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรมพื้นบ้านให้แก่ลูกค้า โดยที่ลูกค้าสามารถพักอยู่ในหมู่บ้าน แบบ โฮมสเตย์ รับประทานอาหารพื้นบ้าน ได้ร่วมกิจกรรมกับชาวบ้าน หรือศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การได้ศึกษาการทำหัตถกรรมครัวเรือน เป็นต้น

2. การบริการทัวร์เชิงเกษตร (Farm or orchard Tours) เป็นการบริการสำหรับลูกค้าที่ต้องการเดินทางเพื่อศึกษาและเรียนรู้วิถี ชีวิตเกษตรกร การทำไร่ ทำสวนผลไม้ การเลี้ยงสัตว์โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น Domestic Handling Agent หรือ เจ้าของสวนจัดให้มี มัคคุเทศก์ท้องถิ่นเป็นผู้บรรยายให้ความรู้ และอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทางเยี่ยมชม และอาจจัดทำกิจกรรมพิเศษต่างๆ ได้ เช่น การรีดนมวัว ในฟาร์มโคนม การทดลองเก็บองุ่นในไร่ องุ่น หรือ เก็บผลไม้ ในสวนผลไม้ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ ความประทับใจ และความเพลิดเพลินให้กับลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย และ ต่างประเทศ

แนวคิด ทฤษฎีการวางแผนยุทธศาสตร์

การวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning)

นิยามยุทธศาสตร์ (Strategy)

คำว่ากลยุทธ์ในภาษาไทยนั้นหากเป็นคำศัพท์ที่ใช้ในทางทหาร หมายถึง แนวทางในการต่อสู้แข่งขัน ในบางแห่งก็มีผู้เข้าใจว่า ยุทธศาสตร์ อย่างไรก็ตามในทางธุรกิจมีความนิยมใช้คำว่า กลยุทธ์ มากกว่า ยุทธศาสตร์ ความหมายของกลยุทธ์มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ธงชัย สันติวงษ์ (2539, หน้า 73) กล่าวว่า กลยุทธ์ หมายถึง เป้าหมายต่างๆ และวัตถุประสงค์พื้นฐานทั้งหลายขององค์การรวมทั้งแผนงานหลักต่างๆ ที่ซึ่งได้มีการจัดทำขึ้นมาเพื่อจะนำมาปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ดังกล่าว ตลอดจนแบบวิธีการที่สำคัญเกี่ยวกับการแบ่งสรรทรัพยากรทั้งหลายที่นำมาใช้ เพื่อทำให้องค์การปรับตัวสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, หน้า 41) กล่าวว่า กลยุทธ์ (Strategy) เป็นรูปแบบของการกระทำซึ่งผู้จัดการใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ เป็นกลยุทธ์ที่เป็นจริง ซึ่งบริษัทได้วางแผนไว้ และใช้โต้ตอบต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์

สมยศ นาวิการ (2543, หน้า 3) กล่าวว่า กลยุทธ์ จะอธิบายถึงวิธีการที่องค์การจะดำเนินตามวัตถุประสงค์ขององค์การภายใต้อุปสรรคและโอกาส ภายในสภาพแวดล้อมภายนอกและทรัพยากร และความสามารถภายในขององค์การกลยุทธ์จะให้ความเข้าใจพื้นฐานว่าองค์การจะแข่งขันอย่างไร ตัวกำหนดกลยุทธ์ขององค์การมีอยู่ 3 อย่าง คือ สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน และวัตถุประสงค์ขององค์การ

กิ่งพร ทองใบ (2546, หน้า 4) ได้ให้ความหมายกลยุทธ์ไว้ว่า กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการที่องค์การเลือก เพื่อจะดำเนินการจากจุดที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปยังจุดหมายปลายทางในอนาคต तक ถึงแม้ในทางธุรกิจมีความนิยมใช้คำว่า กลยุทธ์ มากกว่า ยุทธศาสตร์ แต่ใน ขณะเดียวกันภาคราชการได้ใช้คำว่า ยุทธศาสตร์ แทนคำว่ากลยุทธ์ โดยมีบทบาทที่ครอบคลุม มากกว่าและรวมถึงความหมายที่เชื่อมโยงถึงกระบวนการการวางแผนที่ให้ความสำคัญกับการมอง ไปในอนาคตผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้ความหมายของคำว่าแผนยุทธศาสตร์แทนคำว่าแผนกลยุทธ์

นิยามการวางแผนยุทธศาสตร์

ธงชัย สันติวงษ์ (2539, หน้า 74 – 75) ได้ให้ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ในความหมายกว้าง ๆ ว่าเป็นการวางแผนที่มุ่งการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ กำลังจะเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม โดยการวางแผนพัฒนาให้องค์การปรับการทำงานเพื่อให้สามารถมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุดตลอดเวลาทุกขณะที่ก้าวไปในอนาคต การวางแผนกลยุทธ์มีกลไกหลายประการประกอบอยู่ คือ

1. เป็นการวางแผนปรับทิศทางขององค์กรไปสู่วัตถุประสงค์ใหม่ที่จะสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่กำลังเปลี่ยน

2. เป็นการวางแผนการใช้ทรัพยากรขององค์กรเพื่อพัฒนาระบบการทำงานต่าง ๆ ทั้งระบบการผลิตและการขาย การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ ตลอดจนการบริหารงานต่าง ๆ ให้เปลี่ยนแปลงไปเป็นรูปแบบและระบบการทำงานใหม่ ๆ ที่มีผลให้สภาพและระบบการทำงานเดิมต้องถูกปรับหรือยกเลิกไป แล้วทดแทนด้วยเครื่องจักร ระบบ และวิธีการทำงานใหม่ ๆ ที่นำเข้ามาทดแทน

3. เป็นการวางแผนที่มีกรณีวิเคราะห์พิจารณาในเชิงกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่มุ่งจะให้องค์กรประสบความสำเร็จมากที่สุด ดีที่สุด โดยประหยัดการใช้ทรัพยากรมากที่สุดด้วย

กึ่งพร ทองใบ (2546, หน้า 8) ได้กล่าวถึงการวางแผนกลยุทธ์ว่าเป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อการวางแผนกลยุทธ์และจะต้องมีขั้นตอนของการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ รวมถึงการควบคุมประเมินกลยุทธ์ด้วย ซึ่งเป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อให้ได้วิธีการที่ดีที่สุดสำหรับองค์กร

ดำรง วัฒนา (2552) ได้ให้ความหมายของแผนยุทธศาสตร์ว่า

1. เอกสารที่ระบุ วิสัยทัศน์ (Vision) ภารกิจ (Mission) และกลยุทธ์ (Strategies) ต่างๆ ในการดำเนินงานขององค์กรหนึ่งๆ

2. เป็นแผนระยะยาว ที่บอกถึงทิศทางการดำเนินงานขององค์กร สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการประสานงาน และกำกับติดตามดำเนินงานในส่วนงานต่าง ๆ ขององค์กรให้ เป็นไปในทิศทาง และจังหวะเวลาที่สอดคล้องกัน

3. เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นจากการวิเคราะห์สภาพการณ์ภายนอกและภายในขององค์กร เพื่อคาดคะแนแนวโน้มของสถานการณ์ และกำหนดแนวทางการดำเนินการขององค์กรให้สอดคล้องเหมาะสมกับแนวโน้มของสถานการณ์ดังกล่าว

จากการศึกษาการวางแผนยุทธศาสตร์ในประเทศไทยเริ่มขยายกรอบการนำไปปฏิบัติ ใ้กว้างขวางและแพร่หลายมากยิ่งขึ้น จากหน่วยงานของเอกชนเป็นหลักจนกระทั่งสู่ทุกหน่วยงานของภาครัฐ ต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์และกระบวนการทำงานของตนใหม่ เห็นได้จากรัฐบาลได้มีมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2546 เห็นชอบให้ทุกจังหวัดใช้รูปแบบการบริหาร แบบบูรณาการในคำของบประมาณปี พ.ศ. 2547 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546) เป็นต้นมา แต่ละจังหวัดต้องเรียนรู้ที่จะวางแผนในรูปแบบของการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Planning) และต้องพยายามพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนและแบบบูรณาการ สำหรับการท่องเที่ยวที่เน้นการวางแผน เชิง

ยุทธศาสตร์เป็นตัวแปรที่จะทำให้การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มสูงขึ้นด้วย อีกทั้งยังต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้เกิดความพัฒนาที่ยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนในท้องถิ่นนั้นโดยในการวางแผนกลยุทธ์นั้นประกอบไปด้วยกระบวนการต่างๆ คือ

กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์

การวางแผนยุทธศาสตร์มีกรอบแนวทางการดำเนินงานโดยละเอียดที่แตกต่างกัน ออกไปตามกรอบแนวทางของวิชาการ หรือของหน่วยงานแต่ละแห่ง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชไนน์ทอร์ ชูร์พันธร์กซ์ (2544, หน้า 15-17) ได้กล่าวถึงกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ไว้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เป็นการพิจารณาตรวจสอบและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรทั้งภายนอกและภายในอย่างรอบคอบ เพื่อค้นหาโอกาส (Opportunities) อุปสรรค (Threats) จุดเด่น (Strengths) และจุดด้อย (Weaknesses) ขององค์กรเพื่อที่ผู้บริหารจะสามารถกำหนดภารกิจและเป้าหมายของกิจการได้อย่างเหมาะสม หลังจากนั้นจะได้พิจารณากำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุผลตาม

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เป็นการกำหนดเป้าหมายกว้าง ๆ ของ องค์กรถึงสิ่งที่ต้องการในอนาคต โดยยังไม่ได้กำหนดวิธีการในการดำเนินการไว้ วิสัยทัศน์เป็นสิ่งที่ ทำให้ทราบถึงทิศทางขององค์กรในอนาคต นอกจากนี้จะเป็นแนวคิดที่ใช้เป็นแนวทางในการชี้แนะว่า องค์กรพยายามจะทำอะไรและจะเป็นอะไร

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดภารกิจ (Mission) เพื่อระบุขอบเขตการดำเนินงานของ องค์กร โดยมีการกำหนดไว้เป็นข้อความภารกิจ (Mission Statement) เพื่อกำหนดทิศทางของ องค์กรในอนาคต โดยทั่วไปข้อความภารกิจจะมุ่งเน้นประเด็นที่แสดงออกอย่างชัดเจน และมีความเฉพาะเจาะจงในคุณลักษณะของแต่ละหน่วยขององค์กรว่ามีอะไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดเป้าหมาย (Goals) เป็นการกำหนดผลลัพธ์ที่องค์กร คาดหวังไว้ หรือเป็นจุดมุ่งหมายที่องค์กรต้องการจะบรรลุ เป้าหมายจะเป็นสิ่งที่ทำให้ภารกิจของ องค์กรเป็นจริงยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives) วัตถุประสงค์ คือ สิ่งที่ต้องการที่บรรลุ แต่จะมีรายละเอียดที่มากกว่าเป้าหมาย วัตถุประสงค์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับ องค์กรที่จะใช้เป็นแนวทางขั้นพื้นฐานสำหรับการวางแผน การจัดองค์กร การจูงใจ และการ ควบคุม รวมทั้งเป็นตัวกำหนดแนวทางในการดำเนินงานให้บรรลุจุดมุ่งหมาย

ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดนโยบาย (Policies) เป็นการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน เพื่อให้กลยุทธ์ที่กำหนดไว้บรรลุผลตามที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 7 การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) การกำหนดกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ โดยทั่วไปกลยุทธ์จะมี 3 ระดับ ได้แก่ 1) กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) มักถูกกำหนดโดยผู้บริหาร ระดับสูง กลยุทธ์ระดับนี้ถูกกำหนดเพื่อบรรลุเป้าหมายโดยรวมขององค์กร มีการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทางขององค์กรนั้น กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้กลยุทธ์ระดับองค์กรบรรลุผล สิ่งสำคัญของกลยุทธ์ระดับนี้คือ เป็นการค้นหาวิธีการแข่งขันให้กับแต่ละธุรกิจที่องค์กรดำเนินงานอยู่และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ทางธุรกิจ (Functional Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ถูกกำหนดขึ้นมาตามหน้าที่ต่างๆขององค์กรเพื่อที่จะให้การดำเนินงานบรรลุตามกลยุทธ์ระดับธุรกิจ

การกำหนดแนวทางที่จะบรรลุสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการให้เกิดจะต้องเป็นระบบคือ แนวทางที่กำหนดขึ้นจะต้องดำเนินไปอย่างเป็นขั้นเป็นตอน การวางแผนยุทธศาสตร์จะต้องตอบคำถามหลัก 3 ประการ คือ

1. องค์กรกำลังจะก้าวไปทางไหน (Where are you going?)
2. สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร (What is the environment?)
3. องค์กรจะไปถึงจุดหมายได้อย่างไร (How do you get there?)

การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

กระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2546, หน้า 17) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีองค์ประกอบเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมกาสิโน อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมด้านนันทนาการตลอดจนอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าต่างๆ ทั้งสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและสินค้าทั่วไป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ตลอดจนภาคบริการ และระบบโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมาก การวางแผนและการจัดการอุตสาหกรรมนี้อย่างยิ่งยดยิ่งนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง การวางแผนด้านการท่องเที่ยวได้มีแนวความคิดที่หลากหลายในช่วงห้าทศวรรษที่ผ่านมา ในปัจจุบันเราจำเป็นต้องเพิ่มแนวความคิดในการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในโลกยุคใหม่ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงและมีอุปสรรค ภัยพิบัติรูปแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกเจริญเติบโตไปในทิศทางที่ยั่งยืน

การวางแผนพัฒนามีประวัติความเป็นมาดังนี้ หลังสงครามโลกครั้งที่สองในราว ค.ศ.1945 เป็นต้นมา ประเทศในกลุ่มสังคมนิยมได้ริเริ่มวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจระยะยาวสำหรับ ช่วงเวลา 5 ปี และกลุ่มประเทศทุนนิยมก็ได้นำแนวความคิดในการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจระยะ ยาว 5 ปี มาประยุกต์ใช้แทนการวางแผนพัฒนาระยะสั้นปีต่อปี สำหรับประเทศไทยนั้น จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้เป็นผู้ริเริ่มให้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจสำหรับระยะ 5 ปี และได้เริ่มทำ แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 (2505-2509) ในปัจจุบันได้มีการทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติรวม 9 ฉบับ ฉบับที่ 9 คือช่วง 2545-2509 และในวันที่ 23 มีนาคม 2548 คณะรัฐมนตรีซึ่งมีพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีได้แถลงต่อรัฐสภาว่าด้วยหลักการ 9 ยุทธศาสตร์ ที่จะปรับพื้นฐานและเป็นกรอบความคิดหลักในการดำเนินนโยบายสาธารณะใน 4 ปี แนวคิดด้านการวางแผนการท่องเที่ยวมี 5 แนวคิด ดังนี้

1. การวางแผนการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างเงิน (Boss tourism)

นักพัฒนาคือผู้คิดสร้างกำไร โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นโดยปราศจากความคิดเรื่อง อนุรักษ์ชุมชนชาวบ้านไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนา นักพัฒนาต้องการสร้างโรงแรมเพื่อสนองความ ต้องการของลูกค้าโดยไม่คำนึงถึงการทำลายสภาพแวดล้อมของธรรมชาติและวัฒนธรรม

2. การวางแผนการท่องเที่ยวแนวเศรษฐกิจ (Economic Based)

นักพัฒนาคือนักเศรษฐกิจ ซึ่งพิจารณาว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคหนึ่งของ เศรษฐกิจ ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ เพื่อการเติบโตและการฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติ เป็นการ สร้างเงินสร้างงาน และการพัฒนาภูมิภาคต่างๆ โดยยังไม่มีความคิดด้านอนุรักษ์และการมีส่วนร่วม ของชุมชนท้องถิ่น

3. การวางแผนการท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว (Destination Based)

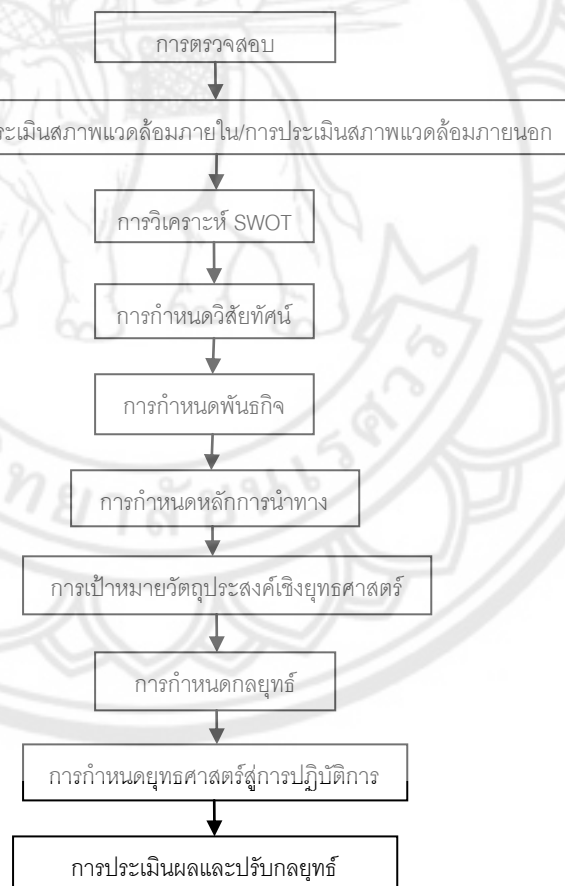
นักพัฒนาคือนักวางแผนการใช้ที่ดินและนักวางผังเมือง ซึ่งให้ความสำคัญกับการ อนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว (Carrying Capacity = CC) การกำหนดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ (Limit of Acceptable Change = LAC) การจัดการผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยว (Visitor Impact Management = VIM) การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนการกระจายการ ท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อพื้นที่

4. การวางแผนการท่องเที่ยวแนวยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง (Community - Based)

นักพัฒนาคือผู้ประกอบการ การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชน โดยให้ชุมชนมีบทบาทในการเป็นเจ้าของกิจการการท่องเที่ยวแทนการเป็นแรงงานราคาถูก มีการวางแผนพัฒนาท่องเที่ยวควบคู่กับการวางแผนพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

5. การวางแผนท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)

นักพัฒนาคือนักวางแผนแบบบูรณาการ มีการวางแผนการท่องเที่ยวบูรณาการเข้ากับการวางแผนพัฒนาชุมชนในภาพรวม ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการพัฒนาด้านจิตสำนึกไปโนแผนพัฒนาที่มุ่งเน้นการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อนำสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ตั้งไว้ แนวคิดในแนวนั้น คือ แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั่นเองกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีวงจร ดังนี้



ภาพ 7 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

1. การตรวจสอบทรัพยากร (Resource Audit)

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2545, ไม่มีเลขหน้า) ได้ให้แบบการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1.1 ทำความเข้าใจทรัพยากรท่องเที่ยว

ประเภททรัพยากร โดยแบ่งออกเป็นทรัพยากรหลัก คือเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวและทรัพยากรหรือรองทรัพยากรสนับสนุน เพื่อสนับสนุนทรัพยากรหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

ชนิดทรัพยากร ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ ทรัพยากรกิจกรรม ทรัพยากรบริการ

1.2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่หนึ่ง : เขียนรายการทรัพยากรที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชมบนพื้นที่ สิ่งดึงดูดใจในรูปแบบต่างๆสำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งบริการสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวบนพื้นที่ สถานที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ สาเหตุที่ทำให้ทรัพยากรนี้โดดเด่นบนพื้นที่ ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ และ สิ่งนั้นมีความสำคัญเพียงพอเพื่อดึงดูดในปัจจุบันหรือในอนาคตหรือไม่ ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติ ได้ดังต่อไปนี้

ชื่อ ที่ตั้ง ห่างจากศูนย์กลางหรือศูนย์ข้อมูลเท่าไร

ฤดูกาลและเวลาที่ใช้

การเข้าถึง ใครเป็นเจ้าของ / ใครจัดการ / ติดต่อใคร

มีระดับการใช้มาก น้อย

ในปัจจุบันใครมาเที่ยว มาจากไหน มาทำอะไร มีลักษณะประชากรอย่างไร

มีค่าผ่านประตูใหม่หรือไม่ เท่าไร ต้องเป็นสมาชิกหรือไม่

รายการทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ อะไรทำให้สิ่งนี้โดดเด่น มีความรู้สึกดึงดูดเกี่ยวกับวัฒนธรรมสังคมหรือไม่ มีน้ำหนักมากพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือไม่ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลทรัพยากรวัฒนธรรม ได้ในหัวข้อต่อไปนี้

ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์ / ศูนย์ข้อมูล

การเข้าถึง / ทางเข้า / ทางคนพิการ

เจ้าของบ้านเป้นี ใคร ใครจัดการ ติดต่อใคร

ระดับการใช้มากน้อยเพียงใด

ช่วงเวลาที่ใช้

ค่าผ่านประตู

นักท่องเที่ยวนั้นใคร มาจากไหน มีกิจกรรมและลักษณะประชากรอย่างไร

รายการทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ ได้แก่ อะไรทำให้เหตุการณ์นั้นโดดเด่น สามารถดึงดูดผู้ที่ไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มาพร้อมหรือไม่ เหตุการณ์นั้นเสริมหรือเป็นคู่แข่งกับเหตุการณ์คล้ายๆกันในท้องถิ่นอื่น ๆ หรือไม่ และ ความถี่ของการเกิดขึ้น ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลเทศกาล เหตุการณ์สำคัญ ได้ในหัวข้อต่อไป

ชื่อและที่ตั้งของเทศกาล (Events) จากศูนย์ / ศูนย์ข้อมูล

ช่วงเวลา ฤดูกาล และระยะเวลายาวนานของเทศกาล

การจัดระบบ และการจัดการ ติดต่อใคร

จำนวนคนที่เข้าร่วม / ผู้เข้าชมท้องถิ่น/ ผู้เข้าชมต่างถิ่น

นักท่องเที่ยวนั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร เป็นใคร

กิจกรรมสำหรับให้นักท่องเที่ยวผู้เข้าร่วมปฏิบัติ กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว

เข้าชม

ราคา ค่าผ่านประตู

รายการทรัพยากรกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมนั้นโดดเด่นอย่างไร ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น และสามารถดึงดูดผู้ซึ่งไม่ใช่คนท้องถิ่นหรือไม่ ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลทรัพยากรกิจกรรม ได้ในหัวข้อต่อไป

ชื่อ ที่ตั้ง จากศูนย์/ศูนย์ข้อมูล

เวลา / ฤดูกาล

การเข้าถึง

เจ้าของ / ผู้จัดการ / ติดต่อใคร

ระดับกิจกรรม มีมากมายเพียงใด

มีนักท่องเที่ยว เป็นใคร มาจากไหน

ค่าผ่านประตู ค่าสมาชิก

การเก็บข้อมูลด้านบริการการต้อนรับ ได้แก่ ชื่อ / ที่ตั้งของบริการข้อมูล เวลาที่เปิดทำการ บริการที่เสนอให้ (ภาษา นำเที่ยว ของที่ระลึก) ข้อมูลที่มีให้ ติดต่อใคร ระดับการใช้ปัจจุบัน และ นักท่องเที่ยวนั้นใคร มาจากไหน ทำอะไร

การเก็บข้อมูล โดยทำแผนที่ทรัพยากรท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ที่แสดงที่ตั้งทางกายภาพของทรัพยากร ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรม โดยกำหนดจุดที่จะพบทรัพยากรกิจกรรม เมื่อกิจกรรมนั้นต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม และกำหนดจุดที่ตั้ง

รายการทรัพยากรบริการ ประกอบด้วย ชื่อและที่อยู่ของผู้ให้บริการ สามารถติดต่อกับใคร บริการต่างๆ ไปมีลักษณะอย่างไร

รายการบริการด้านที่พักแรม ประกอบด้วย ชื่อและที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวกความสะดวกจากศูนย์ ประเภทและอันดับของสิ่งนั้น บริการที่ให้คืออะไร ช่วงเวลาให้บริการ การเข้าถึง ใครคือคนใช้ ใครเป็นเจ้าของ มีกี่เตียง ปริมาณขั้นพื้นฐาน และระดับการใช้และอัตราค่าบริการเท่าไร

รายการทรัพยากรด้านอาหาร ประกอบด้วย ชื่อที่ตั้งจากศูนย์ ประเภทและอันดับของสิ่งนั้น ใครเป็นเจ้าของ และติดต่อใคร มีกี่ที่นั่ง และเปิดกี่โมงถึงกี่โมง ระดับการใช้และประเภทผู้ใช้ ถ้วยเฉลี่ยมื้อละเท่าไร ราคาอาหารแต่ละเมนู

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินทรัพยากร ในรายการดังต่อไปนี้

คุณภาพทรัพยากร ได้แก่ สาเหตุที่ทำให้ทรัพยากรนี้ดีกว่า / ไม่ดีกว่าทรัพยากรอื่นในที่อื่นๆ อะไรเป็นจุดอ่อน ได้รับการดูแลรักษาดีหรือไม่ บริการมีคุณภาพสม่ำเสมอตลอดหรือไม่ จะสามารถปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรนี้ได้อย่างไร อะไรคือข้อเสียของการพัฒนาต่อไป

ความโดดเด่นของทรัพยากร ได้แก่ อะไรทำให้ทรัพยากรมีความพิเศษโดดเด่น อะไรทำให้ทรัพยากรนี้แตกต่างจากที่อื่นๆ ทรัพยากรดังกล่าวสะท้อนให้คิดถึงความภาคภูมิใจในสถานที่นั้นๆ

อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งนี้มีบทบาทอะไรในกิจกรรมปัจจุบันของนักท่องเที่ยว มีการวัดระดับการใช้ ประเมินการใช้อย่างไร จะพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวนี้มีเสน่ห์ดึงดูดมากขึ้นอย่างไร

ฐานข้อมูลของทรัพยากรท่องเที่ยว ได้แก่ สาเหตุที่ทำให้ทรัพยากรนั้นเป็นคุณค่าต่อแหล่งท่องเที่ยว ในปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทใดเหมาะสมและน่าพึงพอใจ และถ้าจะให้มีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้นในอนาคตจะต้องเพิ่มความดึงดูดอย่างไร ทรัพยากรนี้มีลักษณะอะไรซึ่งเป็นปัญหาอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต

2. การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน (The Internal Assessment) / การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (The External Assessment)

การประเมินภายในมีความสำคัญและนับเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารเชิงยุทธศาสตร์ การสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันเกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากความสามารถที่โดดเด่นขององค์กร จุดแข็งของบริษัทลอกเลียนแบบได้ยาก

2.1 กระบวนการในการตรวจสอบภายใน (The Internal Assessment)

สภาพแวดล้อมภายในที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการปฏิบัติการขององค์กร ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆทางด้านโครงสร้างขององค์กรและนโยบาย ด้านระบบบริการ ด้านบุคลากร ด้านการเงินด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการบริหารจัดการ

2.1.1 ปัจจัยทางด้านโครงสร้างขององค์กร เช่น ความสลับซับซ้อนขององค์กร ความเป็นพิธีการ ระเบียบวิธีปฏิบัติและกฎเกณฑ์ การรวมอำนาจ ความชัดเจนของภารกิจ และเป้าประสงค์ขององค์กร และความชัดเจนของนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กร เป็นต้น

2.1.2 ปัจจัยทางด้านระบบบริการ เช่น การครอบครองกิจการโดยหน่วยงานเดียว การบริการที่ซ้ำซ้อนกับหน่วยงานอื่น การประสานการปฏิบัติการภายในกระทรวง การเข้าถึงบริการคุณภาพ ราคา บริการที่ต่อเนื่อง และการร้องเรียน เป็นต้น

2.1.3 ปัจจัยทางด้านบุคลากร เช่น อัตรากำลัง คุณภาพของบุคลากร ขวัญและกำลังใจทักษะในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

2.1.4 ปัจจัยทางการเงิน เช่น ประสิทธิภาพทางการเงิน การพึ่งพาตนเอง ระบบต้นทุนความคล่องตัวทางการเงิน และความสามารถที่จะทำประโยชน์จากการใช้เงิน เป็นต้น

2.1.5 ปัจจัยทางด้านวัสดุและอุปกรณ์ เช่น สถานที่ทำการ การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ การจัดจ้าง การบำรุงรักษาครุภัณฑ์และยานพาหนะ เป็นต้น

2.1.6 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ เช่น การวางแผนปฏิบัติการ การติดตามผลการปฏิบัติงาน การประเมินผล การวิจัยและพัฒนา (R&D) ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (MIS) การสื่อสารภายในองค์กร และการประชาสัมพันธ์

2.2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (The External Assessment)

สภาพแวดล้อมภายนอกโดยทั่วไปเป็นปัจจัยภายนอกในระดับกว้างและมีผลกระทบโดยอ้อมต่อการปฏิบัติการขององค์กรทั้งองค์กรภาคธุรกิจเอกชนและองค์กรภาครัฐบาลประกอบด้วย ปัจจัยต่างๆ

2.2.1 ปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรม (Socio-cultural factors) เช่น โครงสร้างทางเพศและอายุ ระดับการศึกษา ค่านิยม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมและประเพณี และ พฤติกรรมการบริโภคอุปโภค รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการ การหลั่งไหลของวัฒนธรรม ต่างประเทศ และสภาพทางกายภาพของชุมชน เป็นต้น

2.2.2 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technological factors) เช่น การผลิต คิดค้นทางเทคโนโลยีต่างๆ เครื่องจักรกลทางอุตสาหกรรม เครื่องจักรสมรรถนะสูง และเทคโนโลยี สารสนเทศรวมทั้งการติดต่อสื่อสารกับต่างประเทศ เป็นต้น

2.2.3 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic factors) เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยอัตราภาษี และอัตราการลงทุน รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

2.2.4 ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political and legal factors) เช่น นโยบายของพรรคการเมือง และเสถียรภาพของรัฐบาล รวมทั้งความสัมพันธ์ทางการทูต ระหว่างประเทศการแก้ไขกฎหมาย และการปรับปรุงระเบียบต่างๆที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนวิธีการ ทางการบริหารรวมทั้งอิทธิพลของกฎหมายระหว่างประเทศ และสนธิสัญญาและอนุสัญญาใน ระดับนานาชาติ เป็นต้น

3. การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จะประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อพิจารณาถึงโอกาสและอุปสรรค และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อพิจารณาถึงจุด แข็งและจุดอ่อนขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเรียกว่า การ วิเคราะห์(SWOT Analysis) ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (Strategic Factors)

3.1 จุดแข็ง (Strengths) ความสามารถ และสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงาน ภายในองค์กรที่ทำได้ดี องค์กรต้องพิจารณาปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินงานภายในองค์กร เช่น การ บริหาร การเงิน การตลาด และการผลิต และการวิจัยและพัฒนา

3.2 จุดอ่อน (Weaknesses) การดำเนินงานภายในที่องค์กรไม่สามารถกระทำได้ หรือ สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็น ประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือการดำเนินงานภายในองค์กรที่ทำไม่ได้

3.3 โอกาส (Opportunities) ปัจจัยและสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ ต่อองค์กร ให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ องค์กรต้องคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของ

สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง เป็นระยะๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงของประชากร การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและทัศนคติขององค์กร การเปลี่ยนแปลงที่ทำให้ลูกค้าต่างไป ที่อาจจะทำให้ผลิตภัณฑ์ บริการ และกลยุทธ์ขององค์กรต้องเปลี่ยนแปลงไป

3.4 อุปสรรค (Threats) ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร สภาพแวดล้อมที่คุกคามต่อการดำเนินงานขององค์กร เช่น สงครามที่ส่งผลทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ อัตราดอกเบี้ย ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นซึ่งเป็นภาวะคุกคามจากสภาพแวดล้อมภายนอก เป้าหมายของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการวิเคราะห์ SWOT หมายถึงการวิเคราะห์ Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผลการประเมิน สถานภาพของสภาพแวดล้อมภายในระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อน และผลการประเมินสถานภาพของสภาพแวดล้อมภายนอกระหว่างโอกาสและภัยอุปสรรค โดยกำหนดสถานภาพของ สภาพแวดล้อมภายในระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อนว่ามีสถานภาพโน้มเอียงไปในทางเด่นหรือด้อย และกำหนดสถานภาพของสภาพแวดล้อมภายนอกระหว่างโอกาสและภัยอุปสรรคว่ามีสถานภาพ โนมเอียงไปในทางเอื้อหรือไม่เอื้อ ซึ่งทำให้ประเด็นยุทธศาสตร์มีกรณีโน้มเอียง 4 กรณี (Wright et.al,1992. pp. 69-79)

3.4.1 กรณี "โอกาสเอื้อและมีจุดแข็ง " ควรจะเลือกกลยุทธ์ระดับองค์กร ด้วยการสร้างความเติบโต (Growth Strategies) โดยการขยายกิจการด้วยตนเอง หรือการขยาย กิจการด้วยการร่วมทุนกับองค์กรอื่น

3.4.2 กรณี "มีภัยอุปสรรคและมีจุดอ่อน" ควรจะเลือกกลยุทธ์ระดับองค์กร ด้วยการการตัดทอน (Retrenchment Strategies) โดยการตัดบางกิจกรรมออกไป หรือตัดบางส่วน ขององค์กรออกไป หรือเลิกกิจการ

3.4.3 กรณี "มีภัยอุปสรรคแต่มีจุดแข็ง " และ "โอกาสเอื้อแต่มีจุดอ่อน " ควร จะเลือกกลยุทธ์ระดับองค์กร ด้วยการรักษาเสถียรภาพ (Stability Strategy) โดยเลือกดำเนินงาน ชนิดของกิจการหรือประเภทของกิจการที่กำลังดำเนินการอยู่และจะไม่ขยายไปดำเนินกิจการ ประเภทอื่น

4. การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)

วิสัยทัศน์ (Vision) คือ ภาพความสำเร็จที่องค์กรอยากให้เห็นในอนาคต (To be) ทั้ง ผู้บริหารองค์กรและบุคลากรภายในองค์กรที่ต้องการเห็นร่วมกันและมีความมุ่งมั่นไปสู่ความสำเร็จ

นั้นในทางปฏิบัติ โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา และเป็นภาพความสำเร็จที่ได้รับการยอมรับจากผู้รับบริการและผู้ที่เกี่ยวข้องจากภายนอก

5. การกำหนดพันธกิจ

ภารกิจ (Mission) คือสิ่งที่องค์กรต้องดำเนินการเพื่อให้วิสัยทัศน์เป็นจริง (What to do) โดยกำหนดบทบาทขององค์กรตั้งใจจะทำในระยะเวลาที่กำหนด โดยคำนึงถึงสินค้าหรือบริการขององค์กร ผู้รับบริการ เทคโนโลยีหรือวิธีการที่ใช้ในการดำเนินงาน และความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อสาธารณะ

6. การกำหนดหลักการนำทาง

การกำหนดหลักการนำทางเพื่อจัดวางทิศทางขององค์กรที่ใช้กันโดยทั่วไปมี 4 วิธี ดังนี้

6.1 วิธีทางตรง (Direct Approach) วิธีนี้เหมาะสำหรับหน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหากำไรซึ่งเป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีภารกิจ (Mission) ที่ยืดหยุ่นน้อย เนื่องจากกฎหมายจัดตั้งหน่วยงานได้กำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบไว้ชัดเจน แต่เป้าประสงค์ขององค์กรที่เป็นหลักการและเหตุผลที่กฎหมายระบุไว้ในการจัดตั้งหน่วยงานลักษณะเป็นนามธรรมและผู้มีส่วนได้เสียซึ่งมีปริมาณมากจำแนกเป็นกลุ่มได้ไม่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม องค์กรประเภทนี้วิสัยทัศน์ (Vision) ไม่มีความสำคัญเหนือไปกว่าอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบตามกฎหมาย (แตกต่างจากธุรกิจเอกชนที่สามารถเปลี่ยน Vision ได้) เพียงแต่องค์กรประเภทนี้กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เพื่อให้บุคลากรขององค์กรตระหนักและระลึกถึงภาพที่พึงประสงค์ขององค์กรที่อยากจะเป็นเท่านั้น

6.2 Goals Approach วิธีนี้เหมาะสำหรับหน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหากำไรซึ่งเป็นองค์กรขนาดเล็ก มีภารกิจ (Mission) ที่ยืดหยุ่นน้อยเนื่องจากกฎหมายจัดตั้งหน่วยงานได้กำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบไว้ชัดเจน และมีเป้าประสงค์ขององค์กรที่เป็นหลักการและเหตุผลที่กฎหมายระบุไว้ในการจัดตั้งหน่วยงานค่อนข้างเป็นรูปธรรมที่กำหนดโดยองค์กรระดับที่สูงกว่า และผู้มีส่วนได้เสียซึ่งมีปริมาณมากจำแนกเป็นกลุ่มได้ไม่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม องค์กรประเภทนี้วิสัยทัศน์ (Vision) ไม่มีความสำคัญเหนือไปกว่าเป้าประสงค์

6.3 Vision of Success Approach วิธีนี้เหมาะสำหรับองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหากำไรและหน่วยงานของรัฐขนาดเล็กที่มีภารกิจ (Mission) ที่ยืดหยุ่นมากเนื่องจากกฎหมายจัดตั้งหน่วยงานได้กำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบไว้ในลักษณะกว้างๆ และมีเป้าประสงค์ขององค์กรที่เป็นนามธรรม และผู้มีส่วนได้เสียซึ่งมีปริมาณมากจำแนกเป็นกลุ่มได้ไม่หลากหลายองค์กร

ประเภทนี้วิสัยทัศน์ (Vision) มีความสำคัญมาก โดยที่ผู้นำสามารถวาดฝัน Vision เบื้องต้นแล้ว ปรับให้เป็น Vision of Success ขององค์กรในภายหลัง การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์จึงวิสัยทัศน์ ขององค์กรเป็นหลัก จากการ "กำหนดภาพ scenario" แล้ว "ตกลงเลือกภาพ scenario ที่ดีที่สุด" มีการทำนายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตล่วงหน้าระยะยาว แต่อันตรายที่เกิดขึ้นจากการทำนาย ที่ตั้งอยู่บนฐานของข้อสมมติ (ซึ่งปรากฏในภายหลังว่าข้อสมมตินั้นไม่เกิดขึ้นจริง) จนกลายเป็นการ คาดเดา โดยเฉพาะการใช้ Scenario Model (ที่มีลักษณะเป็นจินตนาการโดยจิตวิสัย)

6.4 Indirect Approach วิธีนี้เหมาะสำหรับหน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชนที่ ไม่แสวงหากำไรซึ่งเป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีภารกิจ (Mission) ที่ยืดหยุ่นน้อยเนื่องจากกฎหมาย จัดตั้งหน่วยงานได้กำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบไว้ชัดเจน แต่เป้าประสงค์ขององค์กรที่ เป็นหลักการและเหตุผลที่กฎหมายระบุไว้ในการจัดตั้งหน่วยงานลักษณะเป็นนามธรรม และองค์กร ประเภทนี้เรื่องวิสัยทัศน์ (Vision) ไม่มีความสำคัญเหนือไปกว่าอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ตามกฎหมาย แต่ผู้มีส่วนได้เสียมีปริมาณมากและจำแนกเป็นกลุ่มได้หลากหลาย การกำหนด ประเด็นยุทธศาสตร์จึงต้องทำได้โดยตัวแทนของผู้มีส่วนได้เสียจำนวนมากและมีโอกาสที่กลยุทธ์จะ สร้างความขัดแย้งกับกลุ่มผู้มีส่วนได้หลายกลุ่มและกลุ่มผู้มีส่วนเสียอีกหลายกลุ่ม จึงต้องให้ผู้มี ส่วนได้เสียทั้งสองประเภทมาช่วยกัน "กำหนดทางเลือกให้หลากหลาย" แล้วจึง "ระบุทางเลือกที่ ตอบสนองภารกิจและอาณัติโดยตรง" จากนั้นจึง "กำหนดทางเลือกที่นำไปสู่ความสำเร็จของ เป้าประสงค์และกลยุทธ์"

7. กำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

เป้าประสงค์ขององค์กร (Organizational Objective) เป็นข้อความที่ระบุ ผลประโยชน์ที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย (For whom) หรือผลลัพธ์ที่องค์กรคาดหวังจะให้เกิดจากการ ดำเนินงานตามภารกิจ

8. การกำหนดกลยุทธ์

ขั้นตอนในการกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation: Five-Step Process) มี 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

8.1 กำหนดกลยุทธ์ โดยกำหนดทางเลือกของกลยุทธ์ที่ปฏิบัติได้ (Practical Alternatives) กำหนดทางเลือกไปสู่สิ่งที่วาดฝัน (Dreams) หรือกำหนดทางเลือกไปสู่วิสัยทัศน์ (Visions)

8.2 ศึกษาอุปสรรคที่มีต่อทางเลือกของกลยุทธ์ที่ปฏิบัติได้ ทางเลือกไปสู่สิ่งที่วาด ฝัน หรือทางเลือกไปสู่วิสัยทัศน์

8.3 เสนอทางเลือกที่นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรและขจัดอุปสรรคขององค์กร

(Major proposals to achieve or to overcome the barriers)

8.4 เสนอแผนปฏิบัติการที่มีโครงการชัดเจน (Major actions)

8.5 เสนอขั้นตอนของกิจกรรม (Specific steps) ในแต่ละโครงการ

9. การนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติการ

การปฏิบัติงานตามกลยุทธ์เป็นการจัดทำแผนปฏิบัติการซึ่งจะต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการทั่วไปเกี่ยวกับวางแผน องค์ประกอบของโครงการ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก การเขียนตัวชี้วัด และการรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศ

9.1 หลักการทั่วไปเกี่ยวกับวางแผน

ลำดับชั้นของแผนงานและโครงการ

หลักการแรกของการวางแผนโครงการได้แก่ความเข้าใจเรื่องลำดับชั้น

(Hierarchy) ของแผนงานและโครงการ กรณีกาครัฐบาล แผนพัฒนาประเทศ (National Plan) จะถูกแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ (Sectoral Plan) เช่น เกษตร อุตสาหกรรม การศึกษาการ สาธารณสุข ฯลฯ และในแต่ละด้านจะมีแผนงาน (Program) ด้านต่างๆ ยกตัวอย่าง แผนด้านเกษตรจะมีแผนงานด้านการส่งเสริมการผลิตพืช และภายใต้แผนงานนี้ มีงาน โครงการส่งเสริมการผลิตพืชไร่ งาน/โครงการส่งเสริมการผลิตพืชผัก เป็นต้น

การวิเคราะห์ปัญหา

หลักการที่สองของการวางแผนและประเมินผลโครงการได้แก่ความเข้าใจ

เรื่องการกำหนดปัญหาและการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในลักษณะที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างปัญหา (Problem) และสาเหตุ (Cause) ได้ ส่วนในวงวิชาการนั้น เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปถึงหลักการวิจัยที่จะต้องค้นคว้าถึงสาเหตุ (Cause) และผลที่ได้รับ (Effect) หรือ ตัวแปรอิสระ (Independent) อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์สาเหตุมีรายละเอียดปลีกย่อยบางประการที่ควรกล่าวในที่นี้คือสาเหตุที่มีลักษณะเป็นสาเหตุเดียว (Single Factor) เถานั้นที่เป็นสาเหตุที่มีผลต่อ D สาเหตุที่มีลักษณะเป็นหลายสาเหตุ (Multiple Factors) หลายตัวเป็นสาเหตุที่มีผลต่อ D ได้ สาเหตุที่มีลักษณะเป็นสาเหตุแทรก (Intervening Factors) ไม่ได้เป็นสาเหตุโดยตรงที่มีผลต่อ D แต่ I เป็นสาเหตุที่มีผลต่อ O แล้ว O เป็นสาเหตุที่มีผลต่อ D สาเหตุที่มีลักษณะเป็นสาเหตุหลายลักษณะ (Mixed Factors) และการมีส่วนร่วม

หลักการที่สามของการวางแผนและปริมาณผลโครงการได้แก่การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดบุคคลหลัก (Key Persons) การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ (Full Participation) การเคารพซึ่งกันและกัน (Mutual Respect) และการแบ่งสรรความรับผิดชอบ (Responsibility Allocation) ในขั้นตอนการวางแผน บุคคลหลักที่เกี่ยวข้องมีทั้งผู้ที่เป็นตัวแทนของกลุ่มผู้กำหนดนโยบาย กลุ่มผู้ที่จะทำหน้าที่ปฏิบัติงานในโครงการ กลุ่มผู้ที่จะได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานของโครงการ กลุ่มผู้เสียประโยชน์จากการดำเนินงานของโครงการ และกลุ่มนักวิชาการวางแผนและประเมินผล บุคคลหลักที่เกี่ยวข้องจะต้องเป็นตัวแทนจริงๆ ทั้งในแง่ชนิดและพฤติกรรม และได้แสดงบทบาทในการวางแผนอย่างเต็มที่ โดยไม่มีความรู้สึก "เด่น" หรือ "ด้อย" อันเกิดมาจากความแตกต่างในด้านคุณสมบัติและประสบการณ์ ทั้งนี้การให้ความเคารพซึ่งกันและกันในการแสดงความคิดเห็นเป็นการช่วยเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ (โดยเฉพาะผู้มีคุณสมบัติสูงแต่มีวิทยุคณีน้อยเข้าประชุมกับผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่สูงแต่มีคุณสมบัติด้อยกว่า) นอกจากนี้ เมื่อได้กำหนดกิจกรรมที่จะจัดทำแล้วควรมีการแบ่งสรรความรับผิดชอบให้เหมาะสมโดยคำนึงถึงหน้าที่และความเชี่ยวชาญประกอบกัน

ในขั้นตอนการประเมินผล บุคคลหลักที่เกี่ยวข้องมีทั้งผู้ที่เป็นตัวแทนของกลุ่มต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น บุคคลหลักที่เกี่ยวข้องจะต้องเป็นตัวแทนจริงๆ และช่วยกันวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของโครงการร่วมกันอย่างเต็มที่โดยไม่หลงเข้าใจผิดว่าเป็นผู้ตรวจสอบหรือจับผิดการดำเนินงานของผู้ปฏิบัติงาน นอกจากนี้ควรมีการแบ่งสรรความรับผิดชอบให้เหมาะสมโดยคำนึงถึงหน้าที่และความเชี่ยวชาญประกอบกัน

9.2 องค์ประกอบของโครงการ

องค์ประกอบของโครงการและความสัมพันธ์กับแผนงาน เมื่อพิจารณาถึงระบบของจุดมุ่งหมาย (Objective System) มี 4 ระดับ ได้แก่

9.2.1 จุดมุ่งหมาย หมายถึง เป้าประสงค์การพัฒนาขององค์กรโดยภาพรวม (หรือผลกระทบ) ที่โครงการ "มีส่วนทำให้เกิดขึ้น (Objective = the overall development goal (or "impact") to which the project is to contribute.)

9.2.2 วัตถุประสงค์ หมายถึง ผลที่โครงการต้องการให้บรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ (Purpose = the project purpose, the intended "effect" the project is to have.)

9.2.3 ผลผลิต หมายถึง ผลที่คาดหวังให้เกิดขึ้นจากการจัดทำกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ (Results = anticipated "outputs" that are to be obtained through the project.)

9.2.4 กิจกรรม หมายถึง กิจกรรมสำคัญที่ต้องกระทำเพื่อให้เกิดผลงานของโครงการ (Activities = the "activities" necessary in order to achieve the project results.) จากการใช้ทรัพยากรโครงการ (Inputs)

9.3 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อ Output Effect Impact จะเน้นเนื้อหาต่างกันในระดับ Output เน้นการวิเคราะห์ปัจจัยที่ต้องควบคุมให้ได้และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ในเรื่องขั้นตอนในกระบวนการจัดทำกิจกรรมและเรื่องทรัพยากรโครงการ ได้แก่ บุคลากรงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ และการบริหารจัดการของโครงการ

ในระดับ Effect และ Impact เน้นการวิเคราะห์ปัจจัยที่ต้องควบคุมให้ได้และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ 5 ประเด็น ในเรื่องสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเมืองและการบริหาร เศรษฐกิจและการเงิน สังคมวัฒนธรรม และเทคโนโลยี ดังนั้น เวลาทำ Impact Assessment จึงควรพิจารณาให้ครบทั้ง 5 ประเด็น นอกจากนี้ ยังต้องพิจารณาอีกด้วยว่าหากมีปัญหาผลกระทบในแง่ลบที่อาจเกิดขึ้นได้แต่สามารถป้องกันได้ ควรจะนำเอาปัจจัยนั้นมาทำเป็นกิจกรรมเสริมของโครงการหรือไม่

9.4 การเขียนตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดมี 5 ระดับ ได้แก่

9.4.1 ตัวชี้วัดปัจจัยนำเข้า (Inputs) เช่น จำนวนอัตรากำลังของโครงการ จำนวนงบดำเนินการ ปริมาณวัสดุครุภัณฑ์ และอาคารสถานที่ เป็นต้น

9.4.2 ตัวชี้วัดกระบวนการ (Processes) ได้แก่ การจัดทำกิจกรรมในขั้นตอนต่างๆ

9.4.3 ตัวชี้วัดผลผลิต (Outputs) เช่น บริการที่กลุ่มเป้าหมายได้รับ หน่วยงานมีระบบสารสนเทศตามที่กำหนดไว้ เป็นต้น

9.4.4 ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcomes) เช่น ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย และความพึงพอใจ

9.4.5 ตัวชี้วัดผลกระทบ (Impacts) เช่น ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มสังคม และการขยายผลโดยกลุ่มสังคมเป้าหมาย เป็นต้น

ตัวชี้วัดผลงาน (Key Performances Indicators) ครอบคลุมผลผลิตและผลลัพธ์ซึ่งเป็นผลงานจากการกระทำ (Results) แต่ไม่รวมถึงตัวชี้วัดปัจจัยนำเข้า (Inputs) และกระบวนการ(Processes) ซึ่งเป็นตัวกระทำ (Enablers) และไม่รวมถึงผลกระทบ (Impact) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในระดับนโยบาย (Policy Indicators) การเขียนตัวชี้วัดที่ดีที่พิสูจน์ได้ในเชิงรูปธรรม ควรมีองค์ประกอบ 2Q + 2T + 1P ปริมาณ (Quantity) คุณลักษณะ (Quality) เวลา (Time) สถานที่ (Place)

องค์ประกอบ 2Q จะเลือกตัวใดตัวหนึ่งก็ได้ ส่วนตัวองค์ประกอบ 2T จะต้องกำหนดทั้งสองตัวประเด็นตัวชี้วัดที่ประเมินผลนำมาใช้โดยปกติ 9

ประสิทธิภาพ (Efficiency - PCT)

Performance โดยวัดความถูกต้อง ความปลอดภัย ความประณีต และความครบถ้วน

Cost โดยวัดความประหยัด และการลดต้นทุน

Time โดยวัดความเร็วในการปฏิบัติงาน และความทันสมัยของข้อมูล ประสิทธิภาพ (Effectiveness)

Application โดยวัดการประยุกต์ใช้ของกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการเฉพาะ

Coverage โดยวัดการครอบคลุมประชากรกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการเฉพาะ

Acceptance โดยวัดการยอมรับนวัตกรรม (Innovation) ของกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการเฉพาะ

ผลกระทบ (Impact)

Extension of Application โดยวัดการขยายผลการประยุกต์ใช้ของกลุ่มสังคมเฉพาะ

Share of Coverage โดยวัดความครอบคลุมประชากรกลุ่มสังคมเฉพาะ Value โดยวัดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสังคมเฉพาะ

การกำหนดตัวชี้วัดสำหรับ Impact Assessment จะต้องให้มีความชัดเจน และสามารถนำไปพิสูจน์ได้เชิงรูปธรรม รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อการทำ Impact Evaluation ในระยะเวลาต่อไป ค่าของตัวชี้วัดแสดงเป็นตัวเลขที่มีเกณฑ์วัดเป็น

ร้อยละ (Percentage)

สัดส่วน (Proportion)

อัตราส่วน (Ratio)

อัตรา (Rate)

ค่าเฉลี่ย (Average or Mean)

จำนวน (Number)

การทดสอบคุณลักษณะที่ดีของตัวชี้วัด

ความสมเหตุสมผลที่อธิบายได้ (Validity)

ความมีอยู่ของข้อมูล (Availability of Data)

ความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Reliability of Data)

ความเคลื่อนไหวของผลที่เกิดขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณหรือคุณภาพของการดำเนินกิจกรรม (Sensitivity)

ตัวชี้วัดต้องสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจในการบริหารได้ ถ้าไม่สามารถนำไปใช้ในการบริหารได้ จะเป็นเพียงตัวแปรเท่านั้น

9.6 การรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศ

วิธีการพิสูจน์ตัวชี้วัดจะต้องมาจากการรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศ วิธีการโดยทั่วไป (3ส1อ) ประกอบด้วย สัมภาษณ์ (Interview) สอบถาม (Questionnaire) สังเกตการณ์ (Observation) และเอกสาร (Document)

แหล่งที่มาของข้อมูลและสารสนเทศ อาจได้มาจากระดับโครงการทั้งผู้ปฏิบัติงานของโครงการและประชากรในเขตโครงการ ระดับท้องถิ่นจากหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่โครงการอยู่ในเขตอำเภอหรือจังหวัดนั้น และระดับชาติจากหน่วยงานจัดเก็บสถิติของกระทรวงต่างๆ

9.7 การบูรณาการแผนงบประมาณ บุคลากร

9.7.1 ระบุยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ที่หน่วยงานย่อยเกี่ยวข้อง

9.7.2 จำแนกโครงการที่ไม่มีหน่วยงานอื่นมีส่วนร่วมกับโครงการที่มีหน่วยงานอื่นมีส่วนร่วม

9.7.3 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย /ผู้รับผิดชอบโดยกำหนด Priority จากการวิเคราะห์สถานการณ์ที่มีอยู่จริงของพื้นที่

9.7.4 กำหนดกิจกรรมของโครงการ

9.7.5 บูรณาการแผนงานโครงการ/กิจกรรมกับแผนงานโครงการ/กิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายเดียวกัน

10. การประเมินและปรับยุทธศาสตร์

รูปแบบของการประเมินผลมี 3 รูปแบบ ได้แก่

10.1 การประเมินผลกระบวนการ (Process Evaluation) ซึ่งเน้นการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของโครงการ โดยศึกษากระบวนการจัดทำกิจกรรมต่างๆ ว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดเพื่อให้เกิดผลงานของโครงการ

Activities -----> Outputs

รูปแบบนี้ต่างจากการติดตามผลการปฏิบัติงานของโครงการ (Monitoring) ในแง่ที่ Monitoring เป็นการศึกษากระบวนการนำทรัพยากรของโครงการมาดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆเพื่อให้เกิดผลงานของโครงการ

Inputs -----> Activities -----> Outputs

10.2 การประเมินผลที่ได้รับของโครงการ (Project Evaluation) ซึ่งเน้นการวิเคราะห์ประสิทธิผลของโครงการ โดยศึกษาว่าผลงานของโครงการสามารถนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการได้หรือไม่เพียงใด

Outputs -----> Project Purpose

รูปแบบนี้ต่างจากการประเมินผลระหว่างโครงการ (On-going Evaluation) ในแง่ที่ Project Evaluation โดยทั่วไปหมายถึงการประเมินผลเมื่อสิ้นสุดโครงการ (Post-Project Evaluation) ในขณะที่ On-going Evaluation ศึกษา Outputs -----> Project Purpose เช่นเดียวกัน แต่ทำการประเมินผลเมื่อโครงการดำเนินการไปได้เพียงครึ่งเวลาของโครงการ

10.3 การประเมินผลกระทบของโครงการ (Impact Evaluation) ซึ่งเน้นการวิเคราะห์ผลที่ได้รับต่อเนื่องจากประสิทธิผลของโครงการ โดยศึกษาว่าผลที่ได้รับจากการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการสามารถ "เป็นส่วนหนึ่งที่จะไปช่วยสนับสนุน" การบรรลุเป้าประสงค์หลักขององค์กรได้หรือไม่ เพียงใด

Project Purpose ----- > Development Objectives

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์ (SEA)

การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

พยอม ธรรมบุตร (2546, หน้า 17) ได้กล่าวถึงแนวคิดของการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมไว้ว่ากิจกรรมหลายอย่างของมนุษย์จัดเป็นสาเหตุสำคัญในการก่อให้เกิดมลพิษ ว่าเป็นโรงงานอุตสาหกรรม การจราจร การก่อสร้างอาคารสถานที่ สถานบริการต่าง ๆ เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การนั่งช้าง การแข่งขันรถซิ่งเคลื่อนที่จังหวัดในเขตพื้นที่ป่ากิจกรรมผจญภัย เป็นต้น มลพิษอาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน เช่น ของแข็ง ของเหลว ก๊าซ เสียง ขยะ กลิ่น มลพิษเหล่านี้ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ หรือแม้แต่มนุษย์เอง ผลกระทบที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะออกมาในรูปแบบใดย่อมก่อให้เกิดความเสียหายตามมา บางครั้งอาจก่อให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บ บางครั้งมีผลต่อผลผลิตการเกษตร บ้างครั้งก่อให้เกิดผลเสียหายทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แต่ที่สำคัญคือ ผลที่เกิดขึ้นต่อเผ่าพันธุ์มนุษย์และสัตว์ จากสาเหตุที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงมีความจำเป็นต้องกำหนดนโยบายเพื่อควบคุมกิจกรรมทั้งหลายของมนุษย์ และผลกระทบที่เกิดจากกิจกรรมนั้น ๆ หนึ่งในนั้นคือการดำเนินการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเพื่อที่จะปกป้องผลที่เกิดขึ้นต่อสภาพแวดล้อม แกไขสาเหตุและแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษ และเพื่อควบคุมกิจกรรมทั้งหลายของมนุษย์ให้เป็นที่ไปในแนวทางที่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีให้คงอยู่สืบไป ดังนั้น การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม เป็นระบบของกรรมวิธีซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทางด้านสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ การนำเสนอวัตถุประสงค์ของการพัฒนา การเสนอสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่ได้รับผลกระทบ การประเมินความเป็นไปได้ของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น การออกข้อกำหนดเพื่อรักษาสภาพแวดล้อม การเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม และการจัดทำข้อเสนอแนะเพื่อลดผลกระทบ

อย่างไรก็ตาม การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะบรรลุผลสำเร็จได้ ต้องประกอบด้วยหลักการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่ดี จำเป็นต้องอาศัยหลักการที่ดี เพื่อให้โครงการต่าง ๆ ดำเนินไปได้โดยส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

หลักการที่ 1 มีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะต้องพยายามไม่เสนอในหัวข้อที่ไม่ใช่ประเด็นที่น่าสนใจ

หลักการที่ 2 เป็นที่รวมของสหสาขาวิทยาการระบบการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมต้องประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ความสามารถจากหลายสาขา เพื่อให้โครงการดำเนินไปได้ด้วยบรรลุวัตถุประสงค์

หลักการที่ 3 มีข้อมูลเพียงพอที่จะนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจโครงการการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะต้องมีข้อมูลที่เพียงพอเพื่อเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจขั้นตอนต่าง ๆ ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะต้อง สามารถนำไปพิจารณาวางขอบเขตการศึกษาของโครงการได้ สามารถนำไปพิจารณาเลือกที่ตั้งของโครงการได้ สามารถนำไปสู่การคาดการณ์ความเป็นไปได้ของโครงการได้ สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ประกอบการออกแบบโครงการได้

หลักการที่ 4 ต้องเสนอมาตรการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมให้ชัดเจน

หลักการที่ 5 รายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมต้องนำเสนอข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปปฏิบัติได้

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม เป็นวิธีการที่สำคัญในการกำหนดโครงการให้เป็นไปในแนวทางที่เหมาะสม ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม และเป็นเครื่องมือสำคัญใช้ในการประกอบการตัดสินใจโครงการ เนื่องจากการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมภายนอกจะคาดการณ์ผลกระทบจากโครงการแล้ว ยังช่วยวางแผนชี้แนะเพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อม และจัดทำโครงการดำเนินไปในแนวทางที่เหมาะสมต่อสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นนั้น ๆ

หากมองในภาพรวมของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนแล้วอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีลักษณะที่สำคัญได้แก่ การเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับสหวิทยาการ และการเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาคต่าง ๆ หลายภาคลักษณะเด่นทั้งสองประการทำให้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถเป็นแกนกลางในการวางแผนพัฒนาแบบองค์รวมโดยผนึกกำลังและประสานงานจากทุกฝ่าย ทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment: SEA) และการพัฒนาที่ยั่งยืน

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2542, หน้า 2) ได้แสดงกระบวนการพัฒนา EIA สู่ SEA ดังนี้

ให้นิยามคำจำกัดความของ SEA และการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ในเอกสารสรุปประกอบการเรียนการ

1. ในการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์นั้น เป็นเพียงการคาดการณ์ล่วงหน้าหรือการทำการพัฒนาไปล่วงหน้าไปก่อนในจินตนาการว่าจะเกิดอะไรขึ้นบ้าง ถ้าทำการพัฒนาตามโครงการ การใช้ EIA ประเมินผลกระทบจึงเป็นการคาดการณ์ชี้แนะให้ย้ายโครงการไปในที่ ๆ ก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด หรือการย้ายโครงการไปจากสถานที่ๆ เปราะบางที่สุดในด้าน

สิ่งแวดล้อม และโครงการ EIA นั้นจะไม่พิจารณาถึงผลกระทบที่สะสมและผลกระทบในภาพรวมของการพัฒนาทั้งหมดตลอดจนผลกระทบต่างๆ ซึ่งโครงการพัฒนาอาจก่อให้เกิดขึ้นได้

2. โครงการ EIA ไม่สามารถเสนอแนวทางเลือกหรือมาตรฐานการป้องกันผลกระทบที่สมบูรณได้เพราะทางเลือกที่เสนอนั้นอาจมีข้อจำกัดและไม่สามารถเลือกได้ ดังนั้นโครงการพัฒนามักจะมีความเฉพาะด้านและมีการตัดสินใจที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้ไปแล้วตั้งแต่เริ่มทำโครงการ EIA และไม่สามารถพิจารณาถึงผลกระทบของการปฏิบัติในโครงการนั้น ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายและไม่อาจปรากฏอยู่ในโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ

3. โครงการ EIA มักจะปฏิบัติเพียงระยะเวลาสั้นๆ และรวดเร็ว เนื่องด้วยมีข้อจำกัดด้านการเงินและเวลาของการวางแผน ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ไม่สมบูรณ์ และโครงการ EIA มักไม่ได้เกิดจากการปรึกษาหารือกับชุมชนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาตลอดจนความตั้งใจในการให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกระบวนการของการประเมินผลกระทบ การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์ จึงเป็นสิ่งที่ต้องลงมือทำกันตั้งแต่ในช่วงที่จะมีการตัดสินใจว่าจะทำหรือไม่ทำโครงการและเป็นการรวบรวมประเมินผลกระทบของทุกโครงการในของทุก ๆ บริเวณที่จะเกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนา ซึ่งการใช้ยุทธศาสตร์ประเมินผลกระทบในลักษณะดังกล่าวสามารถทำให้มีการประเมินทางเลือกที่หลากหลายได้อย่าง

เต็มที่ โดยผลกระทบสะสมและภาพรวมจะถูกประมวลได้โดยรอบ ทำให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีโอกาสร่วมรับรู้และแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางอย่างจริงจัง ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการต่าง ๆ นั้นจะเป็นไปในลักษณะป้องกันผลกระทบไม่ให้เกิดขึ้น เพื่อพัฒนาสู่ความยั่งยืนในอนาคต

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์ (SEA) เป็นกระบวนการที่มีระบบแบบแผนที่สมบูรณแบบในการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์ของระดับนโยบาย แผนงานโปรแกรมงาน โครงการต่าง ๆ ตามทางเลือกที่หลากหลายของโครงการดังกล่าว ซึ่งจะรวมถึงการเตรียมรายงาน เกี่ยวกับสิ่งที่ค้นพบในระหว่างประเมินผล และนำข้อค้นพบดังกล่าวมาร่วมพิจารณาในการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการอย่างเปิดเผย ซึ่งอาจสรุปได้ว่าเป็น การทำ EIA ในระดับนโยบายระดับแผนงาน และระดับโปรแกรมของโครงการพัฒนาโครงการใดโครงการหนึ่ง แต่เราต้องตระหนักอยู่เสมอว่า กระบวนการประเมินผลกระทบในระดับยุทธศาสตร์ดังกล่าวไม่จำเป็นต้องมีลักษณะเช่นเดียวกับการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมของโครงการพัฒนาเดียวกัน นั้นในระดับโครงการถึงแม้ว่าทั้งนโยบาย แผนงาน และโปรแกรมต่างก็มีความแตกต่างกัน และจะต้องมีแนวทางประเมินผลกระทบใน 3 ระดับดังกล่าวที่ไม่เหมือนกัน

การจัดการประเมินผลด้านบริหารธุรกิจ Balance Scorecard

นิยามการจัดการประเมินผลด้านบริหารธุรกิจ Balanced Scorecard

พสุ เดชะรินทร์ (2546, หน้า 241) กล่าวว่า BSC เป็นระบบหรือกระบวนการในการบริหารชนิดหนึ่งที่สำคัญการกำหนดตัวชี้วัด (KPI) เป็นกลไกสำคัญ BSC เป็นมากกว่าแค่ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน อีกทั้งยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ อีกนอกเหนือจากตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน อยู่ภายใต้ BSC

พสุ เดชะรินทร์ (2546, หน้า 241) สำหรับตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) นั้นเป็นเครื่องมือหรือดัชนีที่ใช้ในการวัดหรือประเมินว่าผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ขององค์กรเป็นอย่างไร ซึ่งการกำหนดตัวชี้วัดนั้นมีความหลากหลายวิธี ซึ่งถ้าจะมองอีกแง่หนึ่ง BSC เป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยในการกำหนด KPI

Balanced Scorecard ประกอบด้วยมุมมอง 4 มุมมอง ได้แก่

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) เป็นมุมมองที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะสำหรับองค์กรธุรกิจที่มุ่งแสวงหาผลกำไร มักจะประกอบไปด้วยวัตถุประสงค์วัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ด้านได้แก่ ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) และด้านการลดต้นทุน (Cost Reduction) หรือการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivity Improvement) ซึ่งสามารถประกอบไปด้วยการใช้สินทรัพย์ให้เป็นประโยชน์มากขึ้น (Asset Utilization)

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) ภายใต้มุมมองด้านลูกค้าจะประกอบด้วยวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญอยู่ 5 ประการ ได้แก่

2.1 ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น ส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ

2.2 การรักษาลูกค้าเก่า (Customer Retention) เป็นการวัดความสามารถในการรักษาลูกค้าเดิมขององค์กร

2.3 การเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) เป็นการวัดความสามารถขององค์กรในการแสวงหาลูกค้าใหม่ โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น จำนวนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมดหรือจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น หรือ รายได้จากลูกค้า ใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด

2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการขององค์กร หรือตัวองค์กรเอง

2.5 กำไรต่อลูกค้า (Customer Profitability) โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น รายได้และต้นทุนต่อลูกค้าหนึ่งราย

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) ภายใต้มุมมองนี้จะต้องพิจารณาว่าอะไรคือกระบวนการที่สำคัญภายในองค์กร ที่จะช่วยทำให้องค์กรสามารถนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านการเงิน มุมมองนี้จะให้ความสำคัญกับกระบวนการภายในองค์กรที่มีความสำคัญที่จะช่วยนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth perspective) เป็นมุมมองที่มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร และถ้าขาดมุมมองนี้ไปจะทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองอื่น ๆ ข้างต้นภายใต้มุมมองนี้ องค์กรจะต้องพิจารณาว่าในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านการเงิน ด้านการลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน องค์กรจะต้องมีการเรียนรู้ พัฒนา และเตรียมตัวอย่างไรบ้างโดยส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองนี้แบ่งเป็น 3 ด้านหลักๆ ได้แก่ด้านเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร ด้านเกี่ยวกับระบบข้อมูลสารสนเทศ และด้านเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร ระบบการจูงใจ และโครงสร้างองค์กร โดยภายใต้แต่ละมุมมองดังต่อไปนี้

4.1 วัตถุประสงค์ (Objective) ที่สำคัญของแต่ละมุมมอง ซึ่งในความหมายของคำว่าวัตถุประสงค์ตามแนวคิดของ BSC นั้นคือสิ่งที่องค์กรมุ่งหวังหรือต้องการที่จะบรรลุในด้านต่าง ๆ

4.2 ตัวชี้วัด (Measures หรือ Key Performance indicators) ได้แก่ตัวชี้วัดของวัตถุประสงค์ในแต่ละด้านซึ่งตัวชี้วัดเหล่านี้จะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดว่าองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ในแต่ละด้านหรือไม่

4.3 เป้าหมาย (Target) ได้แก่เป้าหมายหรือตัวเลขที่องค์กรต้องการจะบรรลุของตัวชี้วัดแต่ละประการ

4.4 แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม (Initiatives) ที่องค์กรจะจัดทำเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้น โดยในขั้นนี้ยังไม่ใช่แผนปฏิบัติการที่จะทำเป็นเพียงแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมเบื้องต้นที่ต้องทำเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

นอกเหนือจากช่อง 4 ช่องตามมาตรฐานของ Balanced Scorecard แล้วในทางปฏิบัติมักจะเพิ่มขึ้นอีกช่องหนึ่ง ได้แก่ ข้อมูลในปัจจุบัน (Baseline Data) ซึ่งแสดงข้อมูลในปัจจุบันของตัวชี้วัดแต่ละตัว ซึ่งการหาข้อมูลในปัจจุบันจะเป็นตัวช่วยในการกำหนดเป้าหมายของตัวชี้วัดแต่ละตัวให้มีความชัดเจนมากขึ้น

กระบวนการในการพัฒนาและจัดทำ Balance Scorecard

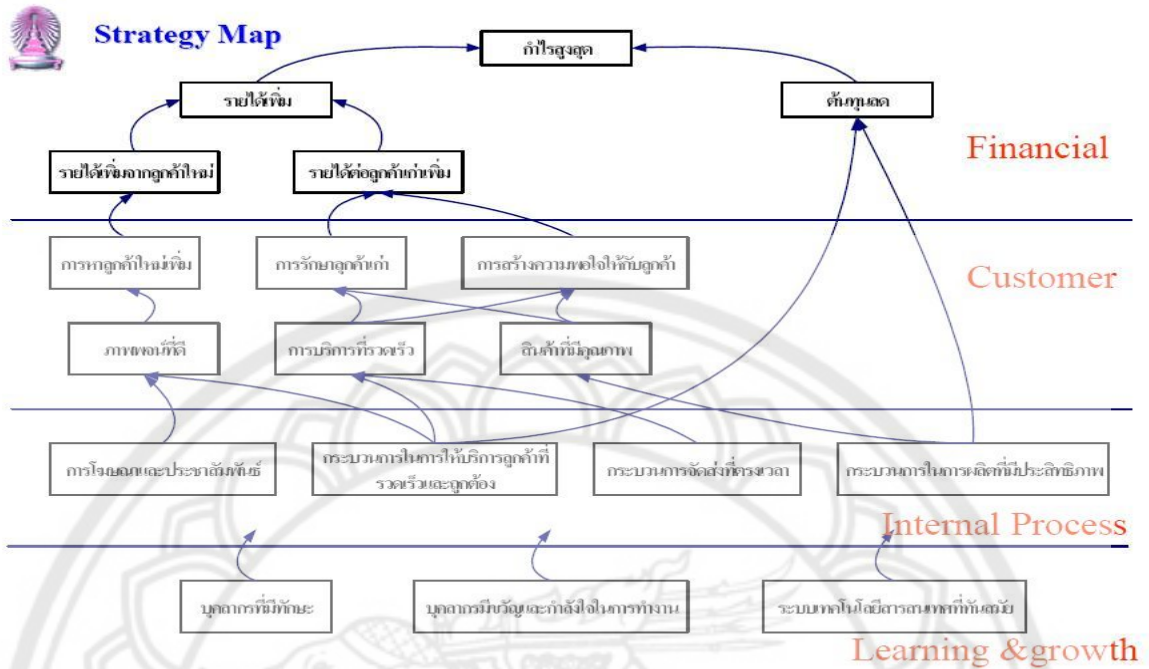
ในกระบวนการจัดทำ Balanced Scorecard นั้น ประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ ซึ่งได้แก่การทำ SWOT Analysis ซึ่งเป็นที่นิยมและรู้จักกันอย่างแพร่หลาย เพื่อให้ได้ทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรที่ชัดเจน
2. กำหนดวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ขององค์กร โดยกำหนดเป็นกลยุทธ์หลัก (Strategic Themes) ที่สำคัญขององค์กร
3. วิเคราะห์และกำหนดว่า BSC ขององค์กรควรมีทั้งหมดกี่มุมมอง และมุมมองแต่ละมุมมองควรมีความสัมพันธ์กันอย่างไร
4. จัดทำแผนที่ทางกลยุทธ์ (Strategy Map) ระดับองค์กร โดยกำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้แต่ละมุมมอง โดยพิจารณาว่าในการที่องค์กรจะสามารถดำเนินงานและบรรลุวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรได้นั้น จะต้องบรรลุวัตถุประสงค์ในด้านใดบ้าง
5. ภายใต้วัตถุประสงค์แต่ละประการ จะต้องกำหนดรายละเอียดของวัตถุประสงค์นั้นในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านของ ตัวชี้วัด ฐานข้อมูลในปัจจุบัน เป้าหมายที่ต้องบรรลุ รวมทั้งแผนงาน กิจกรรม หรือโครงการที่จะต้องทำ ซึ่งภายใต้ขั้นตอนนี้สามารถที่จะแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้
 - 5.1 การจัดทำตัวชี้วัด
 - 5.2 การกำหนดเป้าหมาย โดยอาศัยข้อมูลในปัจจุบัน
 - 5.3 การจัดทำแผนงาน โครงการ และกิจกรรมที่จะต้องทำเพื่อช่วยให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้น
6. เมื่อจัดทำแผนงานหรือโครงการเสร็จแล้ว สามารถที่จะแปลง ตัวชี้วัดและเป้าหมายระดับองค์กร เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการตามแผนงานหรือโครงการหลัก

แผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map)

พสุ เดชะรินทร์ (2546, หน้า 136-138) ในการจัดทำ Balanced Scorecard นั้น การทำแผนที่ยุทธศาสตร์ หรือ (Strategy Map) นับเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่ง ซึ่งนอกเหนือจากเป็นเครื่องมือที่แสดงยุทธศาสตร์ขององค์กรให้มีความชัดเจนแล้ว การทำแผนที่ยุทธศาสตร์ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการทดสอบสมมุติฐานของยุทธศาสตร์ขององค์กร

การจัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) นับเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ผู้บริหารสามารถจัดทำขึ้นเพื่อแสดงถึงสมมุติฐานเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ขององค์กร กล่าวคือ แผนที่ยุทธศาสตร์นั้นประกอบด้วยวัตถุประสงค์ภายใต้แต่ละมุมมอง และวัตถุประสงค์แต่ละประการมีความเชื่อมโยงกันในลักษณะของเหตุและผล ซึ่งความเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์แต่ละประการนี้ก็เปรียบเสมือนสมมุติฐานของยุทธศาสตร์แต่ละด้าน



ภาพ 8 แผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map)

ที่มา: พสุ เดชะรินทร์, 2546, หน้า 138

จากตัวอย่างแผนที่ยุทธศาสตร์ จะพบว่าภายในแผนที่ยุทธศาสตร์ประกอบด้วยกลยุทธ์หลักอยู่ 3 ประการ ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้าใหม่ การเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้าเดิม และการลดต้นทุน ภายใต้กลยุทธ์หลักทั้ง 3 ประการ ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ภายใต้แต่ละมุมมอง และวัตถุประสงค์แต่ละมุมมองมีความเชื่อมโยงกันด้วยหลักการของเหตุผล

แผนที่ยุทธศาสตร์นี้ โดยข้อเท็จจริงแล้วก็คือแผนที่สมมุติฐานทางยุทธศาสตร์ (Map of Hypothesis) ทั้งนี้เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์แต่ละด้านนั้นเป็นเพียงสมมุติฐานที่ผู้บริหารได้กำหนดขึ้นเช่น

การที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้น เกิดขึ้นเนื่องจากการที่มีรายได้จากลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

การที่มีรายได้จากลูกค้าใหม่เพิ่ม เกิดขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าใหม่

การเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าใหม่ เกิดจากการที่องค์กรมีภาพพจน์ที่ดี

การที่องค์กรมีภาพพจน์ที่ดี เกิดจากความสามารถในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์และจากกระบวนการในการบริการลูกค้าที่รวดเร็วถูกต้อง

ความสามารถในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์และจากกระบวนการในการบริการลูกค้าที่รวดเร็วถูกต้อง เกิดจากพนักงานมีคุณภาพและกำลังใจในการทำงาน รวมทั้งระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย

การจัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์นั้น เปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้บริหารสามารถที่จะนำกลยุทธ์ที่ได้จากการจัดทำขึ้น มาจัดทำเป็นสมมุติฐานของกลยุทธ์และเมื่อมีสมมุติฐานแล้ว ก็จะต้องมีการพิสูจน์สมมุติฐานนั้น ดังนั้นการจัดทำแผนที่กลยุทธ์จึงเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้บริหารสามารถพิสูจน์และทดสอบได้ว่ากลยุทธ์ที่ได้วางไว้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)

เสรี วังไพจิตร (2530, หน้า 1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2479 ในฐานะเป็นงานหนึ่งในแผนส่งเสริมพาณิชย์และการท่องเที่ยว ต่อมาในปี พ.ศ. 2502 หลังจากการได้มีการจัดตั้งรัฐบาลของปรีดี พนมยงค์ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้ประกาศกฎีกากำจัดแบ่งส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ โดยแยกสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวออกไปจัดตั้งเป็นองค์การอิสระ เรียกว่า องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี และในปี พ.ศ. 2522 ได้มีการออกพระราชบัญญัติจัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขึ้น โดยโอนทรัพย์สิน หนี้ ความรับผิดชอบงบประมาณตามพระราชกฤษฎีกากำจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ.2502 ไปเป็นของกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เมื่อมีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สันติ บางอ้อ (2530, หน้า 1-3) กล่าวไว้ว่า ในช่วงและปลายแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 ไทยประสบปัญหาขาดดุลการค้า และฐานะทางการเงินกระทบกระเทือนอย่างหนัก แต่รายได้จากการท่องเที่ยวกลับมีแนวโน้มสูงขึ้น ดังนั้นในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 ได้มีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยแบ่งแนวทางการพัฒนาเป็น 3 แนวทาง คือ การบำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

จวบจนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของการวางแผนพัฒนาประเทศและเป็นแผนปฏิรูปความคิดและคุณค่าใหม่ของสังคมไทยที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม และมุ่งให้ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ” และใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาให้คนมีความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีการพัฒนาแบบแยกส่วนมาเป็นบูรณาการองค์รวม เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างพัฒนา

เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามในปีแรกของแผนฯ ประเทศไทยต้องประสบวิกฤติเศรษฐกิจอย่างรุนแรง และส่งผลกระทบต่อคนในสังคมเป็นอย่างมาก จึงต้องเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจให้มีเสถียรภาพมั่นคง และลดผลกระทบจากวิกฤติที่ก่อให้เกิดปัญหาการว่างงานและความยากจนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2544-2549) ได้ัญญูเชิฏู “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศ ควบคู่ไปกับกระบวนการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางพัฒนา ” ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 โดยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาจากวิกฤติเศรษฐกิจให้ลุล่วง และสร้างฐานเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและมีภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก ขณะเดียวกันมุ่งการพัฒนาที่สมดุลทั้งด้านตัวคน สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีกินดีของคนไทย ผลการพัฒนาประเทศไทยในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 สรุปได้ว่า ประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.7 ต่อปี เสถียรภาพทางเศรษฐกิจปรับตัวสู่ความมั่นคง ความยากจนลดลง ขณะเดียวกันคุณภาพชีวิตของประชาชนดีขึ้นมาก อันเนื่องมาจากการดำเนินการเสริมสร้างสุขภาพอนามัย การมีหลักประกันสุขภาพที่มีการปรับปรุงทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ โดยครอบคลุมคนส่วนใหญ่ของประเทศ และการลดลงของปัญหาอาชญากรรม แต่เศรษฐกิจไทยยังไม่เข้มแข็งและอ่อนไหวต่อความผันผวนของปัจจัยภายนอก ขณะที่ยังมีปัญหาด้านคุณภาพการศึกษา ความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและความโปร่งใสในการบริหารจัดการภาครัฐ ที่ยังต้องให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาดังต่อไปนี้

จนมาถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ที่ปรับเปลี่ยนเร็วและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น จำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบที่เหมาะสม โดยเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงสร้างของระบบต่างๆ ภายในประเทศให้มีศักยภาพ แข่งขันได้ในกระแสโลกาภิวัตน์ และสร้างฐานความรู้ให้เป็นภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างรู้เท่าทัน ควบคู่ไปกับการกระจายการพัฒนาที่เป็นธรรม และเสริมสร้างความเท่าเทียมกันของกลุ่มคนในสังคม และความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้คงความสมบูรณ์ เป็นรากฐานการพัฒนาที่มั่นคง และเป็นฐานการดำรงวิถีชีวิตของชุมชนและสังคมไทย ตลอดจนการเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศทุกระดับ อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน

สามารถดำรงอยู่ในประชาคมโลก ได้อย่างมีเกียรติภูมิและมีศักดิ์ศรี โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) คณะรัฐมนตรี รับประทานแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 -2554) ตามที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเสนอ ดังนี้

วิสัยทัศน์ประเทศไทย

มุ่งพัฒนาสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรอบรู้ รู้เท่าทันโลก ครอบครัวยุคใหม่ ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการประเทศที่มีธรรมาภิบาล ดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และอยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี”

พันธกิจ

เพื่อให้การพัฒนาประเทศไทยในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 มุ่งสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันภายใต้แนวปฏิบัติของ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ” เห็นควรกำหนดพันธกิจของการพัฒนาประเทศ ดังนี้

1. พัฒนาคนให้มีคุณภาพ คุณธรรมนำความรอบรู้อย่างเท่าทัน
2. เสริมสร้างเศรษฐกิจให้มีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม
3. ดำรงความหลากหลายทางชีวภาพและสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อม
4. พัฒนาระบบบริหารจัดการประเทศให้เกิดธรรมาภิบาลภายใต้ระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้คู่คุณธรรม จริยธรรมอย่างต่อเนื่องที่ขับเคลื่อนด้วยการเชื่อมโยงบทบาทครอบครัว สถาบันศาสนาและสถาบันการศึกษา เสริมสร้างบริการสุขภาพอย่างสมดุลระหว่างการส่งเสริม การป้องกัน การรักษา และการฟื้นฟูสมรรถภาพ และสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
2. เพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชน เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย เป็นรากฐานการพัฒนา เศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และอนุรักษ์ ฟื้นฟู ใช้นโยบายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนนำไปสู่การพึ่งตนเองและลดปัญหาความยากจนอย่างบูรณาการ

3. เพื่อปรับโครงสร้างการผลิตสู่การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้ และนวัตกรรม รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสาขาการผลิตเพื่อทำให้มูลค่าการผลิตสูงขึ้น

4. เพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน และระบบบริหารความเสี่ยงให้กับภาคการเงิน การคลัง พลังงาน ตลาดปัจจัยการผลิต ตลาดแรงงาน และการลงทุน

5. เพื่อสร้างระบบการแข่งขันด้านการค้าและการลงทุนให้เป็นธรรม และคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศ รวมทั้งสร้างกลไกในการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาสู่ประชาชน ในทุกภาคส่วนอย่างเป็นธรรม

6. เพื่อเสริมสร้างความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพ ควบคู่กับการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้เป็นฐานที่มั่นคงของการพัฒนาประเทศ และการดำรงชีวิตของคนไทยทั้งในรุ่นปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งสร้างกลไกในการรักษาผลประโยชน์ของชาติอย่างเป็นธรรมและอย่างยั่งยืน

7. เพื่อเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศสู่ภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน และขยายบทบาทขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควบคู่กับการเสริมสร้างกลไกและกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตยให้เกิดผล ในทางปฏิบัติต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

เป้าหมาย

เป้าหมายการพัฒนาคุณภาพคนและความเข้มแข็งของชุมชน

1. การพัฒนาคน

1.1 คนไทยทุกคนได้รับการพัฒนาให้มีความพร้อมทั้งด้านร่างกาย สติปัญญา คุณธรรมจริยธรรม อารมณ์ มีความสามารถในการแก้ปัญหา มีทักษะในการประกอบอาชีพ มีความมั่นคงในการดำรงชีวิตอย่างมี ศักดิ์ศรี และอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

1.2 เพิ่มจำนวนปีการศึกษาเฉลี่ยของคนไทยเป็น 10 ปี พัฒนากำลังแรงงาน ระดับกลางที่มีคุณภาพเพิ่มเป็นร้อยละ 60 ของกำลังแรงงานทั้งหมด และเพิ่มสัดส่วนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาเป็น 10 คน ต่อประชากร 10,000 คน

1.3 อายุคาดหมายเฉลี่ยของคนไทยสูงขึ้นเป็น 80 ปี ควบคู่กับการลดอัตราเพิ่มของการเจ็บป่วยด้วยโรคป้องกันได้ใน 5 อันดับแรก คือ หัวใจ ความดันโลหิตสูง เบาหวาน หลอดเลือดสมองและมะเร็ง นำไปสู่การเพิ่มผลิตภาพแรงงาน และลดรายจ่ายด้านสุขภาพของบุคคลลงในระยะยาว

1.4 การพัฒนาชุมชนและแก้ปัญหาความยากจน ทุกชุมชนมีแผนชุมชนแบบมีส่วนร่วมและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำแผนชุมชนไปใช้ประกอบการจัดสรรงบประมาณเพิ่มกิจกรรมสร้างสรรค์สังคมและบรรเทาปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด และขยายโอกาสการเข้าถึงแหล่งทุน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และลดสัดส่วนผู้อยู่ใต้เส้นความยากจนลงเหลือร้อยละ 4 ภายในปี 2554

2. เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ

2.1 โครงสร้างเศรษฐกิจ สัดส่วนภาคเศรษฐกิจในประเทศต่อภาคการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 75 ภายในปี 2554 และสัดส่วนภาคการผลิตเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15 ภายในปี 2554

2.2 เสถียรภาพเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยร้อยละ 3.0-3.5 ต่อปี สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไม่เกินร้อยละ 50 และความยืดหยุ่นการใช้พลังงานเฉลี่ยไม่เกิน 1:1 ในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ สัดส่วนรายได้ของกลุ่มที่มีรายได้สูงสุด ร้อยละ ๒๐ แรก ต่อรายได้ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุดร้อยละ 20 ไม่เกิน 10 เท่าภายในปี 2554 และสัดส่วนผลผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10

3. เป้าหมายการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

3.1 รักษาความสมบูรณ์ของฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ ให้มีพื้นที่ป่าไม้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 33 และต้องเป็นพื้นที่ป่าอนุรักษ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 18 ของพื้นที่ประเทศรวมทั้งรักษาพื้นที่ทำการเกษตรในเขตชลประทานไว้ไม่น้อยกว่า 30,000,000 ไร่

3.2 รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการดำรงคุณภาพชีวิตที่ดีและไม่เป็นภัยคุกคามต่อระบบนิเวศ ตลอดจนคุณภาพชีวิตของคนไทย

4. เป้าหมายด้านธรรมาภิบาล

4.1 มุ่งให้ธรรมาภิบาลของประเทศดีขึ้น มีคะแนนภาพลักษณ์ของความโปร่งใสอยู่ที่ 5.0 ภายในปี 2554 ระบบราชการมีขนาดที่เหมาะสม และมีการดำเนินงานที่คุ้มค่าเพิ่มขึ้น ลดกำลังคน ภาครัฐการให้ได้รับร้อยละ 10 ภายในปี 2554 ธรรมาภิบาลในภาคธุรกิจเอกชนเพิ่มขึ้น ท้องถิ่นมีขีดความสามารถในการจัดเก็บรายได้และมีอิสระ ในการพึ่งตนเองมากขึ้น ภาคประชาชนมีความเข้มแข็ง ภูมิทัศน์ หน้าที่ และมีส่วนร่วมมากขึ้นในการตัดสินใจและรับผิดชอบในการบริหารจัดการประเทศ

4.2 สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตยและธรรมาภิบาลในบริบทไทย ให้มีการศึกษาวิจัย พัฒนางค์ความรู้ในด้านวัฒนธรรมประชาธิปไตย วัฒนธรรมธรรมาภิบาล และวัฒนธรรมสันติวิธีเพิ่มขึ้นในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ให้ความสำคัญกับ

1. การพัฒนาคนให้มีคุณธรรมนำความรู้ เกิดภูมิคุ้มกัน โดยพัฒนาจิตใจ ควบคู่กับการพัฒนาการเรียนรู้ของคนทุกกลุ่มทุกวัยตลอดชีวิต เริ่มตั้งแต่วัยเด็กให้มีความรู้พื้นฐานเข้มแข็ง มีทักษะชีวิต พัฒนาสมรรถนะ ทักษะของกำลังแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการ พร้อมก้าวสู่โลกของการทำงานและการแข่งขันอย่างมีคุณภาพ สร้างและพัฒนากำลังคนที่เป็นเลิศโดยเฉพาะในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์ความรู้ ส่งเสริมให้คนไทยเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตจัดการองค์ความรู้ทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้สมัยใหม่ตั้งแต่ระดับชุมชนถึงประเทศสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

2. การเสริมสร้างสุขภาพคนไทยให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ มีความสัมพันธ์ทางสังคมและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ เน้นการพัฒนาระบบสุขภาพอย่างครบวงจร มุ่งการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน การฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจ เสริมสร้างคนไทยให้มีความมั่นคงทางอาหารและการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย ลด ละ เลิกพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ

3. การเสริมสร้างคนไทยให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสันติสุข โดยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในสังคมตั้งแต่ระดับครอบครัวให้มีความเข้มแข็ง พัฒนาระบบการคุ้มครองทางเศรษฐกิจและสังคมที่หลากหลายและครอบคลุมทั่วถึง สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน ส่งเสริมการดำรงชีวิตที่มีความปลอดภัย น่าอยู่ บนพื้นฐานของความยุติธรรมในสังคม เสริมสร้างกระบวนการยุติธรรมแบบบูรณาการและการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังควบคู่กับการเสริมสร้างจิตสำนึกด้านสิทธิและหน้าที่ของพลเมือง และความตระหนักถึงคุณค่าและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เพื่อลดความขัดแย้ง

ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ ให้ความสำคัญกับ

1. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ด้วยการส่งเสริมการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำในรูปแบบที่หลากหลาย และจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตามความพร้อมของชุมชน มีกระบวนการจัดการองค์ความรู้และระบบการเรียนรู้ของชุมชนอย่างเป็นขั้นตอน มีเครือข่ายการเรียนรู้ทั้งภายใน

และภายนอกชุมชน มีกระบวนการพัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนในการนำไปสู่การพึ่งตนเอง รวมทั้งการสร้างภูมิคุ้มกันให้ชุมชนพร้อมเผชิญการเปลี่ยนแปลง

2. การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ สนับสนุนการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรคคุณค่าของสินค้าและบริการและสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการลงทุนสร้างอาชีพและรายได้ที่มีการจัดสรรประโยชน์อย่างเป็นธรรม

3. การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูล ด้วยการส่งเสริมสิทธิชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสงวนอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนา ใช้ประโยชน์และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ รวมทั้งการสร้างกลไกในการปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับ

1. การปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการ บนฐานความรู้และความเป็นไทย โดยใช้กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์และห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งเครือข่ายชุมชนบนรากฐานของความรู้สมัยใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อสร้างสินค้าที่มีคุณภาพและมูลค่าสูง มีตราสินค้าเป็นที่ยอมรับในตลาด รวมทั้งสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ การปฏิรูปองค์กร การปรับปรุงกฎระเบียบ และพัฒนาระบบมาตรฐานในด้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิต

2. การสร้างภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจ โดยการบริหารเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้มั่นคงและสนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิต โดยการระดมทุนไปสู่ภาคการผลิตที่มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการออมอย่างเป็นระบบเพื่อเป็นแหล่งระดมทุนและเป็นหลักประกันในชีวิตของประชาชน และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการพัฒนาแหล่งพลังงานทางเลือกเพื่อลดการพึ่งพิงการนำเข้าพลังงานและประหยัดเงินตราต่างประเทศ

3. การสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม โดยส่งเสริมการแข่งขันการประกอบธุรกิจในระบบได้อย่างเสรีและเป็นธรรม การกระจายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไปสู่ภูมิภาคอย่างสมดุลและเป็นธรรม เพิ่มประสิทธิภาพและความครอบคลุมของการให้บริการของระบบการเงินฐานรากให้สามารถสนับสนุนการพัฒนา

ศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถบุคลากรให้สามารถในการบริหารจัดการเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาองค์การการเงินชุมชนให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล และใช้สถาบันการเงินเฉพาะกิจเป็นกลไกในการระดมทุน รวมทั้งดำเนินนโยบายการคลัง

ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับ

1. การรักษาฐานทรัพยากรและความสมดุลของระบบนิเวศ เพื่อรักษาสมดุลระหว่าง การอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสร้างองค์ความรู้ ส่งเสริมสิทธิ ชุมชนและการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากร ตลอดจนพัฒนาระบบการจัดการร่วม เพื่ออนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะการดูแลทรัพยากรธรรมชาติหลัก ได้แก่ ดิน น้ำ ป่าไม้ ทรัพยากรทะเลและชายฝั่ง ทรัพยากรแร่ การแก้ปัญหาความขัดแย้งอย่างสันติวิธี รวมทั้งการ ป้องกันภัยพิบัติ

2. การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยการปรับแบบแผนการผลิตและพฤติกรรมกรบริโภคไปสู่การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน เพื่อลด ผลกระทบต่อฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กลไกทางเศรษฐศาสตร์ทั้งด้าน การเงินและการคลัง และการสร้างตลาดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพัฒนา ประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อลดมลพิษและควบคุมกิจกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพ ชีวิต โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการกำจัดมลพิษขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และมีกลไก กำหนดจุดยืนต่อพันธกรณีและข้อตกลงระหว่างประเทศ

3. การพัฒนาคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการวาง พื้นฐานเพื่อนำไปสู่การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพในระยะยาว โดยใช้หลัก เศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางสำคัญ เริ่มจากการจัดการองค์ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกัน ส่งเสริม การใช้ความหลากหลายทางชีวภาพในการสร้างความมั่นคงของภาคเศรษฐกิจท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งพัฒนาขีดความสามารถและสร้างนวัตกรรมจากทรัพยากรชีวภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของ ประเทศ

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศ มุ่ง เสริมสร้างความเป็นธรรมในสังคมอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับ

1. การเสริมสร้าง และพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตยและธรรมาภิบาล ให้เป็นส่วน หนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมไทย โดยสร้างกระบวนการเรียนรู้ ปลูกฝังจิตสำนึก ค่านิยม วัฒนธรรมประชาธิปไตยและธรรมาภิบาลแก่เยาวชน และประชาชนทุกระดับ อย่างต่อเนื่องจริงจัง พร้อมทั้งพัฒนาภาวะความเป็นผู้นำประชาธิปไตยที่มีคุณธรรม จริยธรรม และธรรมาภิบาล ใน

2. เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาชนให้สามารถเข้าร่วมในการบริหารจัดการประเทศ โดยส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมอย่างเท่าเทียม เพื่อสร้างความเป็นธรรม สร้างความสมดุล และร่วมในกระบวนการบริหารจัดการประเทศให้เกิดความเป็นธรรมและความโปร่งใสในการพัฒนาประเทศ เสริมสร้างความเข้มแข็ง และสร้างเครือข่ายการทำงานของกลไกตรวจสอบภาคประชาชน เพื่อติดตามตรวจสอบการใช้อำนาจของภาครัฐได้อย่างเข้มแข็งมีประสิทธิภาพ

3. สร้างภาคราชการที่มีประสิทธิภาพ และมีธรรมาภิบาล เน้นการบริการแทนการกำกับควบคุม และทำงานร่วมกับหุ้นส่วนการพัฒนา เน้นการพัฒนาประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในการปฏิบัติภารกิจด้วยการปรับบทบาทโครงสร้างและกลไกการบริหารจัดการภาครัฐและรัฐวิสาหกิจให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ลดการบังคับควบคุม คำนึงถึงความต้องการของประชาชน และทำงานร่วมกับหุ้นส่วนการพัฒนา เพิ่มบทบาทภาคเอกชนในกิจการของรัฐและรัฐวิสาหกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการสาธารณะ และลดภาระการลงทุนของภาครัฐตลอดจนพัฒนากลไกการกำกับดูแลที่เข้มแข็งเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม โปร่งใส โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศและคุ้มครองผู้ใช้บริการ โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการปลูกฝังจิตสำนึกข้าราชการให้ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม การรับผิดชอบต่อส่วนรวม การพร้อมรับการตรวจสอบจากภาคประชาชน และยึด/ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างเคร่งครัด

4. การกระจายอำนาจการบริหารจัดการประเทศสู่ภูมิภาค ท้องถิ่น และชุมชนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยพัฒนาศักยภาพ และกระจายอำนาจการตัดสินใจให้ท้องถิ่นมีบทบาทสามารถรับผิดชอบในการบริหารจัดการบริการสาธารณะ ตลอดจนถึงแก้ไขปัญหาที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ และสามารถสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ท้องถิ่นอย่างแท้จริง พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง

5. ส่งเสริมภาคธุรกิจเอกชนให้เกิดความเข้มแข็ง สุจริต และมีธรรมาภิบาล โดยมีมาตรการส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้ธุรกิจเอกชนทั้งที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และธุรกิจเอกชนทั่วไปเป็น “บริษัทภิบาล” เพิ่มมากขึ้น สร้างจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจอย่างซื่อสัตย์ ยุติธรรมต่อผู้บริโภค และเป็นธรรมกับธุรกิจคู่แข่ง พร้อมทั้งยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม

6. การปฏิรูปกฎหมาย กฎระเบียบ และขั้นตอน กระบวนการเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเพื่อสร้างความสมดุลในการจัดสรรประโยชน์จากการพัฒนา ด้วยการเปิดโอกาสให้ภาคีและกลุ่มต่างๆ มีส่วนร่วมในการเสนอแนะและตรากฎหมายเพื่อประสานประโยชน์

ของภาคส่วนต่างๆ ให้เสมอภาคและมีความสมดุล โดยการปฏิรูปกฎหมายเพื่อสร้างความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ ลดการใช้ดุลพินิจของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งของกลไกการบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ เพื่อสร้างความเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการขนาดเล็กและผู้ประกอบการใหม่

7. การรักษาและเสริมสร้างความมั่นคงเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการประเทศสู่ดุลยภาพและความยั่งยืน โดยการพัฒนาศักยภาพ บทบาท และภารกิจของหน่วยงาน ด้านการป้องกันประเทศ ความมั่นคง และการรักษาความสงบเรียบร้อย ให้มีประสิทธิภาพมีความพร้อมในการป้องกันประเทศและตอบสนองต่อภัยคุกคามในทุกรูปแบบสถานการณ์ได้ฉับไว พร้อมทั้งผนึกพลังร่วมกับภาคส่วนต่างๆ ดำเนินการป้องกันและพัฒนาประเทศให้สามารถพิทักษ์รักษาเอกราช สถาบันพระมหากษัตริย์ ผลประโยชน์ของชาติ และการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข รวมทั้งสามารถสร้างความมั่นคงของประชาชนและสังคมให้มีความอยู่รอดปลอดภัยโดยยึดหลักธรรมาภิบาลในทุกระดับ

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 สู่การปฏิบัติ ต้องให้ภาคีพัฒนาทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อน โดยนำเอาแนวทางการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ของแผนมาแปลงไปสู่แผนปฏิบัติการในระดับต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการปรับระบบการจัดสรรทรัพยากร การปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ การสร้างองค์ความรู้ รวมทั้งการติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบ โดยมีแนวทางสำคัญ ดังนี้

1. เสริมสร้างบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีพัฒนา จัดทำแผนปฏิบัติการในระดับต่างๆ ที่บูรณาการเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
2. กำหนดแนวทางการลงทุนที่สำคัญตามยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10
3. เร่งปรับปรุงและพัฒนากฎหมายเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์ให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล
4. ศึกษาวิจัยสร้างองค์ความรู้และกระบวนการเรียนรู้เพื่อหนุนเสริมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 สู่การปฏิบัติ
5. พัฒนาระบบการติดตามประเมินผลและสร้างดัชนีชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาในทุกระดับ

6. สนับสนุนการพัฒนากระบวนงานข้อมูลในทุกระดับและการเชื่อมโยงโครงข่ายข้อมูล ข้าราชการระหว่างหน่วยงานกลางระดับนโยบาย ตลอดจนระดับพื้นที่และท้องถิ่นจากแผน ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แนวทางของประเทศได้มุ่งเน้นการพัฒนา 4 ประเด็นด้วยกัน คือ การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ การปรับโครงสร้าง เศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความ มั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศ และการมุ่งเสริมสร้างความเป็นธรรมในสังคมอย่างยั่งยืน โดยอยู่บนพื้นฐานของการกำหนด ยุทธศาสตร์ในทิศทางที่ชัดเจน และในการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์เป็นสำคัญ

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2551-2554

วิสัยทัศน์

1. เป็นองค์หลักในการบูรณาการ ขับเคลื่อนนโยบาย และการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีเอกภาพ มีระบบ และเชื่อมโยงกัน ทั้งในระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชีย สนับสนุนการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของประเทศให้เกิดความสมดุล ยั่งยืน และสามารถ แข่งขันได้
2. เป็นองค์กรหลักด้านการกีฬา นันทนาการ การออกกำลังกาย และวิทยาศาสตร์ การกีฬา ผลิตและพัฒนาบุคลากรด้านพลศึกษา เพื่อมวลชน (Sport for All) เพื่อความเป็นเลิศ และอาชีพ (Sport for Excellence) เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

พันธกิจ

1. ส่งเสริม สนับสนุนการบริหารจัดการการตลาด และการท่องเที่ยวอย่างมี ประสิทธิภาพ เพื่อสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ
2. บูรณาการ ประสานงานการขับเคลื่อนนโยบายและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ให้มีเอกภาพเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับทุกภาคส่วน และเป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของประเทศให้เกิดความสมดุล ยั่งยืน
3. พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็น ศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาค
4. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว กีฬา วิทยาศาสตร์การกีฬา และนันทนาการให้ได้ มาตรฐานสากล

5. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการจัดการศึกษาด้านพลศึกษา กีฬา นันทนาการ การออกกำลังกาย และวิทยาศาสตร์การกีฬา

6. ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และผลักดันการนำนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ไปสู่การปฏิบัติ รวมทั้งกำหนดแนวทางการจัดสรรทรัพยากรสนับสนุนในทุกภาคส่วนให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

เป้าประสงค์

1. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
2. สัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวต่อผลผลิตมวลรวมของประเทศ (GDP) เพิ่มขึ้น
3. ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคได้อย่างต่อเนื่อง
4. ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่ามีสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และยั่งยืน
5. ประเทศไทยมีบทบาท และภาพลักษณ์ที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

ตาราง 1 แสดงตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมายประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 51-54
1. มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวคนไทยเพิ่มขึ้น	1. จำนวนแผนงานในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้มีนักท่องเที่ยวคุณภาพเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ต่อปี
2. สัดส่วนรายได้จากท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศเพิ่มขึ้น	2. งบประมาณสนับสนุนการหารายได้ จากนักท่องเที่ยวได้รับการจัดสรรคิดเป็นร้อยละ 1 ของเป้าหมายจำนวนรายได้จากนักท่องเที่ยว ทั้งใน และต่างประเทศ
3. สามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาด(Market Share) ในภูมิภาคมากขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง	3. ช่องทางการเข้าถึงประเทศไทยเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

ตาราง 1 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 51-54
4. ประเทศไทยมีการพัฒนาสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพได้มาตรฐาน และเป็นสัดส่วนเหมาะสมกับการส่งเสริมการตลาด	4. งบประมาณสนับสนุนสินค้าและบริการให้ได้คุณภาพเป็นสัดส่วน 3 ต่อ 5 ของการตลาด
5. ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ความเชื่อมั่นในมาตรฐานความปลอดภัย	5. มีมาตรการ และการอำนวยความสะดวกการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี
6. ภาพลักษณ์ของประเทศไทยติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก	6. ติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลกในด้าน Friendly People / Authenticity / Health & Wellness / Beautiful Nature/Value for Money

กลยุทธ์หลัก

1. ส่งเสริมให้ปี 2551-2552 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย ประทับใจไทยแลนด์
 2. ส่งเสริมการตลาด และพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน
 3. เสริมสร้างศักยภาพเครือข่ายพันธมิตรด้านการเตรียมความพร้อมสินค้าและบริการด้านการลงทุน และด้านการตลาด
 4. พัฒนาระบบสารสนเทศในการบริการ และบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
 5. สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว
 6. ส่งเสริม สนับสนุนอุตสาหกรรมگردการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย
 7. เพิ่มความเข้มงวดในการตรวจตรา ดูแล และการปฏิบัติตามกฎหมายของเจ้าหน้าที่
 8. ผลักดันมาตรการป้องกันการแสวงหาประโยชน์ทางเพศจากเด็กในธุรกิจท่องเที่ยว
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวและบริการ**

เป้าประสงค์

1. บูรณาการและขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีเอกภาพ
2. สร้าง และพัฒนาระบบเชื่อมโยงกลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น

3. ผลักดันสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และมาตรฐาน
4. ส่งเสริมและ/หรือฟื้นฟู พัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีศักยภาพ
5. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
6. ส่งเสริมและ/หรือฟื้นฟู ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

ตาราง 2 แสดงตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมายประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 51-54
1. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และแผนปฏิบัติการท่องเที่ยว	1. จัดทำแล้วเสร็จ และครบทุกเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	2. จำนวนระบบการบริหารจัดการที่นำมาใช้ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวครบทุกเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
3. สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาเข้าสู่มาตรฐาน	3. เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี
4. จำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงมโหฬารได้รับการฟื้นฟู	4. เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี
5. จำนวนแหล่งท่องเที่ยวใหม่ได้รับการพัฒนา	5. เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี
6. จำนวนผู้ประกอบการ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา	6. เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี
7. จำนวนเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม	7. เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี

กลยุทธ์หลัก

1. ส่งเสริม พัฒนา และยกระดับสินค้า บริการ และมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ
2. เร่งพัฒนา ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงมโหฬาร และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพให้ได้มาตรฐาน และยั่งยืน

- ส่งเสริม และพัฒนาผู้ประกอบการ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ
- ผลักดันให้มีการปรับปรุงพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

5. สนับสนุน และผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มความร่วมมือและเครือข่ายพันธมิตรเพื่อสร้างความเชื่อมโยงของพื้นที่ท่องเที่ยว และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า และบริการ

6. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงกลุ่มพื้นที่ และจังหวัดที่มีศักยภาพในลักษณะของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว สามารถเชื่อมโยงธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมให้ประชาชนทุกกลุ่มมีโอกาสร่วมกิจกรรมกีฬา ออกกำลังกาย นันทนาการ และพลศึกษา รวมทั้งผลิต และพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เป้าประสงค์

- ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายเล่นกีฬา ออกกำลังกายอย่างถูกต้อง เพื่อการมีสุขภาพ และสมรรถภาพที่ดีจนเป็นวิถีชีวิต
- ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายร่วมกิจกรรมกีฬา และประกอบกิจกรรมนันทนาการเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีจนเป็นวิถีชีวิต
- มีสถานกีฬาให้ประชาชนได้เล่นกีฬา และออกกำลังกายอย่างเพียงพอ และมีคุณภาพ
- มีบุคลากรทางการกีฬา นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬาที่มีคุณภาพและเพียงพอ และมีความมั่นคงในวิชาชีพ
- นักเรียนที่มีความสามารถพิเศษทางการกีฬาได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และพัฒนา กีฬาไปสู่ความเป็นเลิศ
- บัณฑิตที่มีคุณภาพด้านพลศึกษา กีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และ วิทยาศาสตร์สุขภาพเพิ่มขึ้น
- บุคลากรทางการศึกษา พลศึกษา กีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และสาขา ที่เกี่ยวข้อง ได้รับการพัฒนาในด้านการศึกษา วิจัย และค้นคว้าอย่างสร้างสรรค์
- การละเล่นพื้นบ้าน และกีฬาไทยได้รับการส่งเสริม และอนุรักษ์ให้เป็นมรดกของ ประเทศ

ตาราง 3 แสดงตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมายประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 51-54
1. ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายเล่นกีฬา และ ออกกำลังกายเป็นประจำ	1. ร้อยละ 45 50 55 60
2. เด็ก และเยาวชนกลุ่มเป้าหมายเล่นกีฬา และออกกำลังกายเป็นประจำ	2. ร้อยละ 65 70 75 80
3. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีสมรรถภาพทางกายตามเกณฑ์ที่กำหนด	3. ร้อยละ 10 20 35 50
4. ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายร่วมกิจกรรมกีฬา และใช้เวลาว่างประกอบกิจกรรมนันทนาการเป็นประจำ	4. ร้อยละ 45 50 55 60
5. เด็กและเยาวชนกลุ่มเป้าหมายร่วมกิจกรรมกีฬา และใช้เวลาว่างประกอบกิจกรรมนันทนาการเป็นประจำ	5. ร้อยละ 65 70 75 80
6. จำนวนกีฬาที่จัดให้มี และเปิดบริการเพื่อเล่นกีฬา และออกกายเพิ่มขึ้น	6. ร้อยละ 5 ต่อปี 7. ร้อยละ 5 ต่อปี
7. มีผู้เล่นกีฬา ออกกาย นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา ที่มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น	8. ร้อยละ 30 33 36 39
8. จำนวนนักเรียนในโรงเรียนกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาระดับชาติ และนานาชาติเพิ่มขึ้น	
9. จำนวนบัณฑิตที่จบการศึกษาได้รับการศึกษาต่อ หรือประกอบอาชีพภายใน 1 ปี หลังจากจบการศึกษาเพิ่มขึ้น	9. ร้อยละ 75 77 79 81
10 จำนวนอาจารย์ที่ได้รับทุนเพื่อการศึกษาต่อเพิ่มขึ้น	10. ร้อยละ 5 110 15 20

ตาราง 3 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 51-54
11. จำนวนงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ของ อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษาได้รับการ ตีพิมพ์และเผยแพร่และ/หรือนำไปใช้ประโยชน์ เพิ่มขึ้น	11. ร้อยละ 2 ต่อปี
12. จำนวนชนิด การละเล่นพื้นบ้าน และกีฬา ไทยได้รับการส่งเสริม และอนุรักษ์	12. ร้อยละ 5 ต่อปี

กลยุทธ์หลัก

1. ส่งเสริม และสนับสนุนการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬาเพื่อการพัฒนา
กีฬาขั้นพื้นฐาน กีฬามวลชน และกีฬาเพื่อสุขภาพ
2. พัฒนา และบริหารจัดการบุคลากรทางการกีฬา นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การ
กีฬา
3. ส่งเสริมความเข้มแข็งของเครือข่ายพันธมิตรทุกระดับในการบริหารจัดการ
ทางการกีฬา
4. จัดสร้างสถานกีฬา และส่งเสริมการใช้ และการบริหารจัดการสถานกีฬา อุปกรณ์
กีฬา และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ให้เพียงพอ และมีคุณภาพ
5. เผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับการเล่นกีฬา ออกกำลังกาย และกิจกรรมนันทนาการ
6. ปกป้องคุณธรรม จริยธรรม และน้ำใจนักกีฬาให้เด็ก เยาวชน และประชาชน
7. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ด้วยกิจกรรม
นันทนาการ
8. ส่งเสริมการใช้ และบริหารจัดการสถานที่จัดกิจกรรมนันทนาการให้ได้มาตรฐาน
และทั่วถึงทุกพื้นที่
9. จัดการศึกษาด้านพลศึกษา กีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์กีฬา วิทยาศาสตร์
สุขภาพ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
10. ส่งเสริมการวิจัยที่สร้างองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการ
11. ส่งเสริมให้อาจารย์ได้รับการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น
12. ส่งเสริม และอนุรักษ์การละเล่นพื้นบ้าน และกีฬาไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการกีฬา วิทยาศาสตร์การกีฬา เพื่อความเป็นเลิศ
เพื่อการอาชีพ รวมทั้งจัดระบบสวัสดิการ เศรษฐศาสตร์การกีฬา และการสร้างแรงจูงใจใน
การส่งเสริมกีฬา

เป้าประสงค์

1. ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการพัฒนากีฬา เพื่อความเป็นเลิศ และกีฬาเพื่อ
การอาชีพ
2. มีการจัดสวัสดิการที่เหมาะสม และเป็นธรรมให้กับบุคลากรทางการกีฬาของไทย
3. สร้างพื้นฐานเศรษฐศาสตร์การกีฬา และสร้างแรงจูงใจในการส่งเสริมการกีฬา

ตาราง 4 แสดงตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมายประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 51-54
1. อันดับที่ได้จากการแข่งขันกีฬาสากลใน ระดับนานาชาติ	1. อันดับ 1 ใน 5 ของเอเชีย
2. ชนิดกีฬาที่ได้รับการพัฒนาสู่ระบบกีฬา อาชีพ	2. จำนวน 4 ชนิดกีฬา(51) , 6 ชนิดกีฬา (52), 8 ชนิดกีฬา(53), 12 ชนิดกีฬา(54)
3. จำนวนบุคลากรทางการกีฬาที่ได้รับการ จัดสวัสดิการที่เหมาะสม และเป็นธรรม	3. เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
4. จำนวนมาตรการ กฎหมาย และระเบียบ ที่เกี่ยวข้องต่อการสร้างรายได้ และการสร้าง แรงจูงใจในการส่งเสริมการกีฬา	4. จำนวน 2 เรื่อง/ปี (51) , 3 เรื่อง/ปี(52) , 3 เรื่อง/ปี(53), 3 เรื่อง/ปี(54)

กลยุทธ์หลัก

1. ส่งเสริม และสนับสนุนบุคลากรทางการกีฬาให้มีโอกาสเข้าร่วมการแข่งขัน และ
พัฒนาความสามารถ โดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศทางการแข่งขัน และได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ
และต่อเนื่อง
2. ส่งเสริม และสนับสนุนบุคลากรทางการกีฬา ได้รับการพัฒนาเพื่อการอาชีพอย่าง
เป็นระบบได้มาตรฐานสากล
3. ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสถานกีฬา อุปกรณ์กีฬา และสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวก เพื่อรองรับการเล่นกีฬา การฝึกซ้อม และการแข่งขันกีฬาทุกระดับ (ระดับภูมิภาค ระดับชาติ
และระดับนานาชาติ)

4. จัดตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อการกีฬา
5. ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา และนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากีฬา เพื่อความเป็นเลิศ และเพื่อการอาชีพ
6. นำมาตรการทางภาษี โดยปรับปรุงและพัฒนาระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแรงจูงใจ ในการส่งเสริมและสนับสนุนทางการกีฬา

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

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

วิสัยทัศน์ :

มุ่งพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ให้ก้าวสู่มาตรฐานที่มีคุณภาพ (Quality) และเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainability) ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (Competitiveness)

เป้าหมาย :

ตลาดต่างประเทศ

รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 10 ต่อปี

จำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 6 ต่อปี

ตลาดในประเทศ

รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 7 ต่อปี

จำนวนการเดินทางของคนไทยขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 3 ต่อปี

ยุทธศาสตร์ :

1. ยกกระดับตำแหน่ง Brand ประเทศไทย ให้มีคุณค่าเพิ่มขึ้น
แนวทางการดำเนินงาน

สร้างความเชื่อมั่นต่อ Brand ประเทศไทย เพื่อรักษาสถานะตลาดและยกระดับตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของไทย โดยการศึกษากำหนดตำแหน่งทางการตลาดและกำหนด Brand ประเทศไทย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ Brand ในกลุ่มตลาดเดิมและตลาดใหม่

2. ส่งเสริมให้มีการกระจายการท่องเที่ยวอย่างสมดุลทั้งในเชิงพื้นที่ เวลา กลุ่มตลาด และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการดำเนินงาน

2.1 ขยายฐานตลาดในกลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ อาทิ ตอนใต้ของเกาหลีใต้ ตอนเหนือของญี่ปุ่นและอังกฤษ เขตไซบีเรียและฝั่งตะวันออกของรัสเซีย และกลุ่มประเทศ CIS & Baltic State เป็นต้น

2.2 ขยายตลาดคนไทยและตลาดต่างประเทศในกลุ่มตลาดเฉพาะ อาทิ กลุ่ม Health Tourism, กลุ่ม Golf, กลุ่มดำน้ำ, กลุ่ม Eco Tourism, กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มเยาวชน เป็นต้น

2.3 ส่งเสริมประเทศไทยเป็น Year Round Destination

2.4 นำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวใหม่

3. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานด้านการตลาด

แนวทางการดำเนินงาน

3.1 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการพัฒนา ระบบ e-information, e-marketing

3.2 ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายธุรกิจ ทั้งกลุ่ม Wholesale และ Retail Agents

3.3 การดำเนินงานร่วมกับกลุ่มพันธมิตรต่าง ๆ

3.4 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและการวิจัยด้านการตลาด

3.5 การส่งเสริมศักยภาพบุคลากรและองค์กรเครือข่ายด้านการตลาดการท่องเที่ยว

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัด และระหว่างภูมิภาค

แนวทางการดำเนินงาน

4.1 การจ้ดนำเที่ยวแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มจังหวัดและภูมิภาค สำหรับนักท่องเที่ยวคนไทย

4.2 สร้างการรับรู้เส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ (ตลาดคนไทย)

4.3 สร้างการรับรู้จังหวัดท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อม (ตลาดคนไทย)

5. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ และการสร้างสรรค์ประโยชน์แก่สังคม
แนวทางการดำเนินงาน
 - 5.1 สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดสู่กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ผู้ด้อยโอกาส
 - 5.2 สนับสนุนกิจกรรมการศึกษาดูงานแก่หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ
 - 5.3 การประชาสัมพันธ์เผยแพร่โดยใช้บุคคลผู้มีชื่อเสียง (Celebrity)
6. นำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สนับสนุนการยกระดับ Brand
แนวทางการดำเนินงาน
 - 6.1 คัดเลือกสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวทั่วไปที่มีความพร้อม
 - 6.2 คัดเลือกสินค้าเพื่อสร้าง Value Creation
 - 6.3 การส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว
 - 6.4 ส่งเสริมการลงทุนด้านธุรกิจท่องเที่ยว

ปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวจะประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และมีผลต่อการส่งเสริมตลาดในระยะยาว ขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังนั้นสิ่งที่ต้องพิจารณาดำเนินการควบคู่ไปกับการส่งเสริมตลาด คือ การพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพและมีมาตรฐาน [สินค้าทางการท่องเที่ยว หมายถึงรวมถึง แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) และการบริการ (Service & บุคลากร)]

เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวเกือบทั้งหมด อยู่ในความรับผิดชอบดูแลของหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนหลายแห่ง ดังนั้น การที่จะพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ ความร่วมมือจากหน่วยงานเกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหา ดังนี้

1. ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม

สาเหตุของการเสื่อมโทรมเกิดขึ้นจาก การกระจัดตัวของนักท่องเที่ยวจนเกินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยว การขาดมาตรการรักษาสิ่งแวดล้อมและขาดการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ (ขาดหน่วยงานกลางในการแก้ไขปัญหาในเชิงบูรณาการ, ขาดบุคลากรในระดับพื้นที่ที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนา)

2. ปัญหาในด้านการเข้าถึงและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมขนส่ง

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวควรนับเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงควรมีการดำเนินการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการขนส่งและมาตรฐานการให้บริการในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การพัฒนาระบบการขนส่งทางบกให้มีความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด ระหว่างจังหวัด, ภูมิภาค รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพของเส้นทางคมนาคมให้รองรับปริมาณการใช้รถ ได้อย่างเพียงพอ

2.2 การพัฒนาระบบบริการโดยสารทางรถไฟ

2.3 การพัฒนาระบบการขนส่งทางเรือเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่ภาคใต้ฝั่งตะวันตกตอนบน และเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการขจัดปัญหาข้อจำกัดด้านกฎระเบียบการเดินทางโดยเรือ

2.4 การพัฒนาระบบการขนส่งทางอากาศ สนับสนุนเพิ่มเส้นทางบินในเที่ยวบินที่หนาแน่นช่วงในฤดูกาลท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ จัดเที่ยวบิน Charter flight เสริมหรือเปิดเส้นทางบินใหม่ในเส้นทาง ที่มี demand สูง เปิดเส้นทางบินภายในประเทศไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มและมีศักยภาพ เพื่อเป็นการสนับสนุนการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ

3. ปัญหามาตรฐานการบริการและมาตรฐานบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดย

3.1 การจัดทำมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น สถานที่พักประเภทต่าง ๆ ร้านอาหาร ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

3.2 สร้างมาตรฐานและคุณภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น พนักงานโรงแรม ร้านอาหาร พนักงานบริการขนส่ง มัคคุเทศก์อาชีพและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นต้น

3.3 อบรมมัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศ เช่น จีน เกาหลี รัสเซีย สวีเดน ฯลฯ ให้เพียงพอในการให้บริการ

3.4 แก้ไขปัญหามัคคุเทศก์เถื่อน

4. ปัญหาการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

4.1 การหลอกลวงนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าอัญมณีที่มีราคาแพงเกินคุณภาพสินค้า

4.2 การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น ปัญหาคุณภาพโรงแรมไม่สัมพันธ์กับราคาที่พัก การปรับขึ้นราคาสินค้าโดยไม่แจ้งล่วงหน้า เป็นต้น

4.3 การโจรกรรมในสถานที่พักแรม

4.4 ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ: จีน, ฝรั่งเศส

5. ปัญหาด้านการบริหารจัดการทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

การบริหารจัดการนับว่ามีส่วนสำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการดำเนินการ ประสานงานกันหลายหน่วยงานที่มีบทบาทต่าง ๆ กัน ทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการในพื้นที่ ผู้นำชุมชน การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่จะต้องเข้ามา เริ่มตั้งแต่การวางแผนดำเนินงานร่วมกัน ประสานการทำงานอย่างเป็นระบบ และมีระบบการติดตามและตรวจสอบ ผลการดำเนินงานเพื่อมิให้เกิดปัญหาของการบริหารจัดการที่อาจเป็นปัญหาต่อเนื่องจนกลายเป็นปัญหาเรื้อรังที่ยืดเยื้อจนยากที่จะแก้ไข ปัญหาการบริหารจัดการส่วนใหญ่ที่พบ คือ

5.1 ปัญหาการบริหารจัดการของรัฐ เช่น ขาดการประสานงาน ดำเนินงานให้ความสำคัญเฉพาะ ตามวัตถุประสงค์และหน้าที่ของหน่วยงานเป็นหลัก เป็นต้น

5.2 ปัญหาความไม่เป็นระเบียบของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว ใช้โอกาสฉกฉวยผลประโยชน์ให้แก่ตนเอง เช่น การตั้งหาบเร่ แผงลอย เตียงผ้าใบ หมอนวดชายหาด โดยขาดเจ้าหน้าที่ ในการสอดส่อง ตรวจสอบและเอาผิดลงโทษทางกฎหมาย

5.3 ปัญหาผู้มีอิทธิพลท้องถิ่น

5.4 ปัญหาการบริหารจัดการของชุมชนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชน และความไม่เข้าใจ การท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างเหมาะสม เนื่องด้วยกระแสของการท่องเที่ยวมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นอันมากและเข้าถึงในเกือบทุกชุมชน ดังนั้นจึงเกิดการหันมาพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อหวังให้การท่องเที่ยวนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ทั้งการสร้างงานและรายได้ จนทำให้เกิดการเบี่ยงเบนการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนเป็นไปในทิศทางที่ไม่เหมาะสมกับศักยภาพและพื้นที่

6. ปัญหาการใช้กลยุทธ์การตัดราคาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ทำให้ธุรกิจมีการแข่งขันสูงขึ้น บริษัทนำเที่ยวจึงหันมาใช้วิธีการตัดราคาเป็นเทคนิคที่ง่ายที่สุด ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และมีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้น เป็นลำดับ ซึ่งท้ายสุดได้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าและบริการลดต่ำลง การเอารัดเอาเปรียบ นักท่องเที่ยวทวีเพิ่มขึ้น และยากจะแก้ไข ในขณะที่การทำ

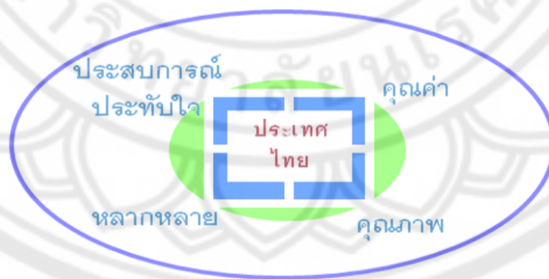
ตลาดลักษณะนี้เป็นช่องทางที่ทำให้ได้นักท่องเที่ยวไม่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น สวนทางกับแนวทางที่ต้องการพัฒนาประเทศไทยไปสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

นอกเหนือจากปัญหาในการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ปัญหาหลักด้านการส่งเสริมตลาดที่ประสบอยู่คือ

1. ปัญหาข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง งบประมาณด้านการส่งเสริมตลาดต่างประเทศไม่เพียงพอ โดยในจำนวนที่จัดสรรให้สามารถทำได้ เพียงการรักษาตลาดเท่านั้น การทำตลาดในเชิงรุกโดยเฉพาะการสร้างการรับรู้เพื่อขยายสินค้าท่องเที่ยวใหม่ และ/หรือ เจาะกลุ่มตลาดใหม่ที่ต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง หรือไม่สามารถดำเนินการได้

2. ปัญหาภาครัฐ-เอกชน องค์กรมหาชน ขาดเอกภาพในการทำงานร่วมกัน เนื่องจากเอกชนขาดความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของ ททท. ทำให้ไม่ให้ความสำคัญในการทำตลาดร่วมกับภาครัฐ นอกจากนี้ เอกชนไม่รวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง โดยการรวมตัวเป็นลักษณะรวมกลุ่มผลประโยชน์ ทำให้ความเห็นที่ได้รับจากภาคเอกชนที่เป็นตัวแทนสมาคมที่มา่วม มักจะเป็นความเห็นส่วนตัว หรือเป็นแนวทางที่จะทำให้เกิดประโยชน์กับเฉพาะบางกลุ่ม ซึ่งกลุ่มที่เสียประโยชน์มีความขัดแย้งและไม่ให้ความร่วมมือ

แผนการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



“แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่หลากหลาย ให้ประสพการณ์ที่ทรงคุณค่าและน่าประทับใจ”

ภาพ 9 เป้าหมายด้านตำแหน่งทางการตลาด: เป้าหมาย

ที่มา: แผนการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานในปี 2552

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ในปี 2552 ททท. จะเน้นการสร้างกระแสการเดินทางทั้งตลาดต่างประเทศและในประเทศให้เกิดขึ้นตลอดทั้งปี ภายใต้กลยุทธ์รณรงค์ส่งเสริม “ปีที่ท่องเที่ยวไทย 2551-2552” ตามนโยบายของรัฐบาล ผันว่ร่วมกับการดำเนินงานสานต่อกลยุทธ์การตลาดในปีที่ผ่านมา ซึ่งจะมีจุดเน้นที่แตกต่างกันไปตามสภาวะและแนวโน้มตลาดในแต่ละพื้นที่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลยุทธ์ส่งเสริมปีที่ท่องเที่ยวไทยทั้งในตลาดต่างประเทศและในประเทศ แนวทางการดำเนินงาน

1.1 สร้างกระแสให้เกิดการรับรู้และความร่วมมือสนับสนุนปีที่ท่องเที่ยวไทย โดยยังคงนำเสนอแคมเปญ “Amazing Thailand” และสินค้าหลัก 7 หมวด (7 Wonders of Amazing Thailand) ในตลาดต่างประเทศ ซึ่งได้แก่

Thainess : The World's Friendliness Culture – นำเสนอความเป็นตัวตนของคนไทย วิถีชีวิตที่เป็นรากเหง้า ที่มีความเรียบง่าย สงบ เป็นเสน่ห์ของไทย โดยนำเสนอสินค้าที่สะท้อนแนวคิดของสังคมไทย อาทิ วิถีชีวิตของชุมชน การทำอาหารไทย มวยไทย ประเพณีไทย ฯลฯ

Treasures : Land of Heritage and History - นำเสนอกลุ่มสินค้าด้านวัฒนธรรมไทย ที่สร้างความภูมิใจในความเป็นชาติ และพร้อมที่จะอวดสู่สายตาชาวโลก กลุ่มสินค้าเหล่านี้ อาทิ สถานที่ซึ่งเป็นมรดกโลก แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ฯลฯ

Beaches : Sun Surf and Serenity – นำเสนอความแตกต่างที่หลากหลายของทะเลไทย สามารถสร้างความสุข และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ อาทิ พักยา หัวหิน-ชะอำ ฯลฯ

Nature : The Beauty of Natural Wonders- นำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ Green Tourism การท่องเที่ยวแบบประหยัดพลังงาน สร้างความตระหนักและเกิดความเข้าใจคุณค่าของการเป็นผู้ห่วงใยสิ่งแวดล้อม อาทิ การเดินชมเส้นทางศึกษาธรรมชาติและระบบนิเวศ ส่องสัตว์ ดูนก การล่องแก่ง ฯลฯ

Health & Wellness : The Beauty of Wellness and Wellbeing – นำเสนอสินค้าและบริการที่ให้ความสำคัญต่อการบำรุงและบำบัดสุขภาพกายและใจ อาทิ สปา สมาธิ การแพทย์ที่ทันสมัย ฯลฯ

Trends : Your Senses with Unique Trends - นำเสนอกลุ่มสินค้าบริการที่สอดคล้องตามกระแสนิยม หรือ In Trend ซึ่งเป็นจุดขายด้วยรูปแบบที่ทันสมัย แปลกตาในแนว Chic, Hip, Modern ทั้งร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง บูติกไฮเต็ล รวมถึงสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น อาทิ สวนสนุก ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ฯลฯ

Festivities : The Land of Year Round Festivities- กิจกรรมท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับความสนุกสนาน รื่นเริง และความบันเทิง โดยนำเอางานเทศกาลระดับโลกและระดับนานาชาติต่างๆ เป็นตัวดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และสื่อมวลชนต่างชาติ อาทิ Pattaya Music Festival, The Royal Trophy Europe vs Asia Golf Championship ฯลฯ

แคมเปญโฆษณาปีท่องเที่ยวไทย

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์รณรงค์ปีท่องเที่ยวไทยในต่างประเทศ จะยังคงใช้แคมเปญ “Amazing Thailand” เป็นตัวหลัก และเสริมด้วยแคมเปญ “Visit Thailand Year 2009” ส่วนตลาดในประเทศ จะรณรงค์การเดินทางภายใต้แนวคิด “เที่ยวไทยครั้งครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก” เพื่อสร้างความรู้สึกรักให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของไทยให้ฟื้นตัว โดยระดมออกสื่อที่หลากหลายครอบคลุมทุกช่องทาง และผ่านบุคคลผู้มีชื่อเสียง รวมถึงการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (Below the Line) ทั้งในและต่างประเทศ เช่น สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ โดยจัดอบรมให้ความรู้แก่เยาวชน เพื่อประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

1.2 ส่งเสริมปีท่องเที่ยวไทยในตลาดต่างประเทศ : เน้นการดำเนินงานให้เกิดกระแสการเดินทางมาไทยตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นการขยายผลโครงการจากเฉพาะบางพื้นที่ตลาด ไปสู่การดำเนินงานพร้อมๆ กันในหลายตลาดหลักทั่วโลก โดยมีโครงการหลักใน 12 เดือน ดังนี้ (โครงการอาจมีการปรับเปลี่ยนกำหนดเวลาการดำเนินงานอีกครั้งตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ในอนาคต)

1.2.1 โครงการ Visit Thailand Year 2009 (ตุลาคม 2551): จัด Mega Familiarization Trip ครั้งใหญ่ เชิญผู้ประกอบการนำเที่ยว และสื่อมวลชนทั่วโลกเดินทางมาสำรวจสินค้าของไทย เน้นเสนอขายสินค้าใหม่ ภายใต้ 7 Wonders of Amazing Thailand และจุดขายเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่แตกต่าง

1.2.2 โครงการ Amazing Thailand: Friends Forever (พฤศจิกายน 2551): สานสัมพันธ์ สร้างความภักดีกับลูกค้า ด้วยการนำเสนอบัตร “ Amazing Thailand Fan Club” เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เป็นส่วนลดสินค้าไทยทั้งในต่างประเทศ และในประเทศไทย

1.2.3 โครงการ Lady Paradise (ดำเนินการตลอด 12 เดือน) : สร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็น “สวรรค์ของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มตลาดสตรี” เน้นเสนอขายสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม สินค้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ฯลฯ และกิจกรรมนำสมัย อาทิ กอล์ฟ เรียนการทำอาหารไทย ฯลฯ

1.2.4 โครงการ Thailand Health & Wellness (ดำเนินการตลอด 12 เดือน) : เสนอขายสินค้าสุขภาพและความงามเข้าสู่ตลาดโลก โดยชูจุดเด่นด้านเอกลักษณ์ของสินค้าไทยที่แตกต่าง อาทิ นวดแผนไทย การบริการทางการแพทย์ที่คุ้มค่าเงิน ฯลฯ

1.2.5 โครงการ 72 Hours in Thailand (ดำเนินการตลอด 12 เดือน): เสนอขายรายการนำเที่ยว 3 วัน 2 คืน สำหรับตลาดระยะใกล้

1.2.6 โครงการ E-Marketing (ดำเนินการตลอด 12 เดือน) : ใช้สื่อ IT เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมตลาด และเพิ่มขีดความสามารถด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้าของไทยเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคและเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

1.2.7 โครงการ Amazing Thailand: Romancing the Kingdom (กุมภาพันธ์ 2552): คัดเลือกคู่แต่งงานจากทุกตลาดทั่วโลก ให้เดินทางมาจัดงานแต่งงานที่เมืองไทยในคราวเดียวกัน เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าแพคเกจแต่งงาน และสร้างการรับรู้ถึงความพร้อมของประเทศไทยสำหรับกลุ่มตลาดดังกล่าว

1.2.8 โครงการ Amazing Songkran Festival (เมษายน 2552): ใช้งานเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งเป็น World Event ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ดึงดูดตลาดทั่วโลก

1.2.9 โครงการ Amazing Thailand: Adrenaline Rush (พฤษภาคม 2552): เสนอขายสินค้าด้านกีฬาและการผจญภัย เช่น กอล์ฟ มาราธอน ปีนหน้าผา ฯลฯ โดยจัดงาน/กิจกรรมดังกล่าวหลายๆ งาน เพื่อดึงดูดตลาดในคราวเดียวกัน

1.2.10 โครงการ Thailand Travel Mart+ 2009 (มิถุนายน 2552): จัดเวทีให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวในต่างประเทศทั่วโลก เดินทางมาพบปะกับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวของไทย

1.2.11 โครงการ Amazing Thailand: Learn to Love (มิถุนายน – สิงหาคม 2552): ส่งเสริมกลุ่มตลาดนักเรียน/นักศึกษา ให้เดินทางมาเรียนรู้วัฒนธรรมไทย และภาษาอังกฤษในประเทศไทยในช่วงปิดเทอม โดยจัดเป็น Student Camp หรือจัดคอร์สด้านภาษาร่วมกับสถาบันการศึกษาต่างๆ

1.2.12 โครงการ Amazing Thailand Through the Lens (สิงหาคม 2552): เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกส่งภาพถ่ายประเทศไทยเข้าประกวด โดยผู้ชนะจะได้รับการคัดเลือกให้เดินทางมาเที่ยวและถ่ายรูปในประเทศไทย

1.2.13 โครงการ Amazing Loy Krathong Festival (พฤศจิกายน 2552): นำเสนอเทศกาลลอยกระทงของไทยเพื่อดึงดูดตลาด

1.3 กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มคนไทย : จัดให้มีกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการเดินทาง อาทิ โครงการ “ท่องเที่ยวประทับใจ เพื่อไทยทุกคน” ส่งเสริมให้คนไทย 12 กลุ่มเป้าหมาย อาทิ กลุ่มคนท้อง กลุ่มเยาวชน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้พิการ กลุ่มท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยงแสนรัก กลุ่มท่องเที่ยวทางบุญ เป็นต้น โดยจัดทำคู่มือและร่วมกับพันธมิตรจัดทำรายการท่องเที่ยวพิเศษเสนอขาย และการจัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย

รวมทั้งสร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวรองคือ ภาคอีสาน ต่อจากปี 2551ภายใต้การประกาศเป็น “ปีท่องเที่ยวอีสาน 2551-2553 ” โดยจะจัดงานส่งเสริมการขาย Amazing I-san Fair นำผู้ประกอบการในภาคอีสานมาออกบูธเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และจัดทำโครงการ Check in I-san ร่วมกับสื่อต่างๆ จัดกิจกรรมร่วมสนุกเสนอรางวัลรายการนำเที่ยวภาคอีสานและร่วมกับพันธมิตรเสนอรายการนำเที่ยวราคาพิเศษ

2. การส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

แนวทางการดำเนินงาน

นอกเหนือจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ปีท่องเที่ยวไทย ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น ในตลาดต่างประเทศ จะยังมุ่งสานต่อการดำเนินงานต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ในอีก 4 กลยุทธ์ คือ

2.1 กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งให้กับแบรนด์ “ประเทศไทย” : ดำเนินการโดยนำเสนอ “สาร” ที่เน้นย้ำความมีมิตรไมตรีของคนไทยผ่าน “รอยยิ้ม” และสร้างความรู้สึกให้นักท่องเที่ยวสามารถยิ้มได้ เมื่อมาเที่ยวเมืองไทย โดยประเทศไทยมีสินค้าแห่งความสุขที่จะนำเสนอได้ตลอดทั้งปี ภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand” ซึ่งจะเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ “คุณค่า” ของแบรนด์ประเทศไทย ผ่านสื่อต่างๆ เข้าถึงนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งสี่ระดับโลก (Worldwide) เช่น ทางโทรทัศน์ ผ่านช่อง National Geographic และสี่ระดับท้องถิ่น (in market) เช่น ป้ายโฆษณาในสนามบินกีฬา ตัวถังรถประจำทาง/รถแท็กซี่ บิลบอร์ด ฯลฯ รวมทั้งเชิญสมาคมนักเขียนระดับโลกให้เดินทางมาประชุมประจำปีในประเทศไทย เพื่อให้มีการเขียนบทความเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศ

2.2 กลยุทธ์ขยายตลาดกลุ่มคุณภาพ: เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยว จะเน้นเจาะตลาดระดับบน ซึ่งมีกำลังซื้อสูง และสามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้ภายใต้ภาวะวิกฤตพลังงานโลก โดยเฉพาะการเข้าถึงกลุ่มผู้มียาได้สูงและกลุ่มตลาดความสนใจพิเศษ ซึ่งจะดำเนินการโดยเน้นสร้างความร่วมมือด้านการตลาดกับพันธมิตรทั้งในและนอกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสนอขายสินค้าคุณภาพที่สนับสนุนแบรนด์ ในลักษณะการนำเสนอสินค้าที่มีแนวคิดเน้นเรื่องราวสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น จัดงานแต่งงานแบบวิถีล้านนาในประเทศไทย จัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ (มาราธอน/กอล์ฟ) จัดการแข่งขันช้อปปิ้งในห้างระดับหรู จัดการแข่งขันผจญภัยในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น และเข้าร่วมงานเสนอขายเฉพาะกลุ่ม อาทิ Luxury Mart, Golf Mart ฯลฯ

2.3 กลยุทธ์ปกป้องฐานตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทั่วไป (Leisure): เพื่อรักษาฐานตลาดลูกค้าเก่า (Revisitors) ควบคู่ไปกับการขยายฐานตลาดใหม่ (First Visitors) ทั้งในพื้นที่ตลาดเดิมและพื้นที่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ทั้งนี้ ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำจากวิกฤตพลังงานโลก จะมุ่งสร้างความภักดีและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่า รวมถึงการกระตุ้นตลาดโดยชูจุดแข็งด้านความคุ้มค่าเงิน ผ่านการนำเสนอบัตร “Amazing Thailand Card” ซึ่งเป็น Value Card ใช้เป็นส่วนลดสินค้า/บริการของไทยในราคาพิเศษ ทั้งในต่างประเทศและในประเทศ และสานสัมพันธ์ต่อเนื่องผ่านทาง Web Blog หรือส่งข่าว Update สินค้าของผ่านทาง E-mail Blast ไปสู่สมาชิก เป็นต้น

สำหรับตลาดระยะใกล้ เช่น เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ และอาเซียน จะพลิกวิกฤตพลังงานโลกเป็นโอกาสในการดึงดูดด้วยการสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Holiday Breaks Destination) ภายใต้การนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยว 3 วัน 2 คืน ในโครงการ 72 Hours in Thailand ซึ่งจะเป็นเสมือน gimmick สร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางในระยะสั้น ก่อนที่จะขยายผลให้นักท่องเที่ยวขยายวันพักจากการนำเสนอกิจกรรมที่หลากหลายเพิ่มเติมต่อไป

นอกจากนี้ ยังคงส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วง Green Season อย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำ Green Season Special Package ร่วมกับสายการบินและพันธมิตร รวมถึงการจัด Road Show เข้าสู่เมืองใหม่ๆ ของตลาดที่มีศักยภาพ เช่น จีน รัสเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ฯลฯ รวมประมาณ 14 ครั้ง เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ (First visitors)

2.4 กลยุทธ์เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน : โดยเน้นใช้ประโยชน์จากเทคนิคนำเสนอในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง อาทิ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยผ่านทาง Internet TV ในออสเตรเลีย และเยอรมนี ในลักษณะข้อมูลภาพเคลื่อนไหวผ่านหน้าเว็บไซต์ รวมทั้งสร้างช่องทางในเว็บไซต์ของ ททท . ให้เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างนักท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกากับผู้ประกอบการในไทย (E-Marketing) เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังใช้สื่อร่วมสมัยดังกล่าว เพิ่มขีดความสามารถให้เครือข่าย โดยร่วมกับนิตยสารธุรกิจนำเที่ยวในอเมริกา จัดทำคู่มือ Thailand Travel Planner ให้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการส่งเสริมการขายประเทศไทย โดยข้อมูลจะอยู่ในรูปของเอกสารและดิจิทัลที่บริษัทนำเที่ยวสามารถดาวน์โหลดเพื่อใช้ประโยชน์ได้ และเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการไทยได้ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ททท. ไปยังผู้ประกอบการในตลาดอเมริกาโดยตรง รวมถึงโครงการ Thailand Ecademy (E-Learning) ที่จะสร้างระบบการเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศไทยอย่างเป็นระบบให้แก่ผู้ประกอบการในต่างประเทศผ่านทางเว็บไซต์

ในขณะเดียวกัน จะมีการขยายการเปิดสำนักงานสาขา เพิ่มขึ้นอีก 3 แห่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงตลาดเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง โดยเน้นตลาดระยะใกล้ ได้แก่ สำนักงานเชียงใหม่และสำนักงานคุนหมิง ในประเทศจีน และสำนักงานมุมไบในประเทศอินเดีย

3. การส่งเสริมตลาดในประเทศ

แนวทางการดำเนินงาน

สำหรับตลาดในประเทศ นอกเหนือจากการดำเนินงานในกลยุทธ์ปีท่องเที่ยวไทยแล้ว จะยังคงดำเนินการสานต่อกลยุทธ์ของปี 2551 เพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อเนื่องในอีก 5 กลยุทธ์ คือ

3.1 กลยุทธ์สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต : จะใช้แนวคิดในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกับกลยุทธ์ปีท่องเที่ยวไทย ในการสร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต คือ “เที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก” และเพื่อรองรับการสร้างกระแสให้มีการเดินทางท่องเที่ยว จะนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปและกิจกรรมท่องเที่ยวแปลกใหม่ในหลากหลายมิติ ตามความชอบและความสนใจของนักท่องเที่ยว อาทิ การงานเทศกาลท่องเที่ยวภาคใต้ เพื่อส่งเสริมให้มีการเดินทางไปยังภาคใต้มากขึ้น การจัดงาน Northern Eco & Adventure Mart ภาคเหนือ สำหรับกลุ่มผู้รักการผจญภัย การส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบประหยัดพลังงาน โดยการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถตู้ (พลังงานหาร 10) รถบัส (พลังงานหาร 30) และรถไฟ (พลังงานหาร 100) รวมถึงการใช้จักรยานและสามล้อถีบในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนั้น ได้จัดตั้งสำนักงาน ททท. ในประเทศ เพิ่มขึ้นอีก 13 แห่ง พร้อมทั้งปรับพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานและการดูแลรับผิดชอบให้ครอบคลุมทุกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้อย่างใกล้ชิดและสามารถรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

3.2 กลยุทธ์ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยง : จะเน้นการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้และภายในภูมิภาค โดยจะจัดทำเส้นทางและคู่มือท่องเที่ยว รวมทั้งเสนอขายแพคเกจภายใต้โครงการขับรถสุขใจเที่ยวเมืองไทยใกล้กรุงเทพฯ (ท่องเที่ยวภายในภาคกลาง) โครงการร้อยเรื่องเมืองใต้ (ท่องเที่ยวภายในภาคใต้) และมีการนำนวัตกรรมทางการตลาดมาใช้ในส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว เช่น โครงการขับรถสุขใจไปกับ Mobile Phone โครงการขับรถสุขใจไปภาคกลางกับ GPS

ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค โดยการจัดงาน Road Show ข้ามภูมิภาค และกิจกรรมกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวทั่วไทย เช่น โครงการบินไปบินกลับขับรถเที่ยว เป็นต้น

3.3 กลยุทธ์สร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ : จะนำเสนอจุดต่างภาพลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ โดยโฆษณาประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมที่สะท้อนภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่แตกต่างตามแนวคิดที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

3.4 กลยุทธ์รณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว : จะรณรงค์ให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งในมุมของการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ต่อเนื่องจากปี 2551 ภายใต้แคมเปญ “เก็บเมืองไทยให้สวยงาม ” ผ่านสื่อต่างๆ และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ปลูกจิตสำนึกและสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น โครงการรู้รักษ์สิ่งแวดล้อม โครงการเที่ยวอีสานสุขใจ...ตระหนักภัยโลกร้อน โครงการตามรอยกินรี (การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ที่พัก ชุมชน และรายการนำเที่ยวที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว) ซึ่งจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระยะยาว

3.5 กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้: จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากการเดินทางท่องเที่ยว เช่น จัดค่ายเยาวชนให้ความรู้ด้านต่างๆ ระบบนิเวศทางทะเล ระบบนิเวศทางบก จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เป็นต้น

แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ตอนบน

วิสัยทัศน์ เป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าเชื่อมโยงประเทศฝั่งอันดามัน - อ่าวไทย

ศูนย์กลางการส่งออกผลไม้และการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่ยั่งยืนในภูมิภาค

เป้าประสงค์ (Goals)

1. ศูนย์กลางการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ฝั่งอันดามัน - อ่าวไทย
2. ศูนย์กลางการผลิตและจำหน่ายผลไม้เพื่อการส่งออก
3. ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่ยั่งยืนในภูมิภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues)

1. การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศฝั่งอันดามัน - อ่าวไทย มีความรวดเร็ว สะดวกและ
ประหยัด

2. ราคาผลไม้ ผลผลิตการเกษตรมีเสถียรภาพและการส่งออกมีการขยายตัวอย่าง
ต่อเนื่อง

3. รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นสาขาที่สำคัญของผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด
(GRP) และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ (Strategies)

1. เพิ่มมูลค่าและมาตรฐานสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ
2. ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามระบบความปลอดภัยอาหาร(GAP)
3. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตรในด้านการขนส่ง เก็บรักษา
และรวบรวมผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว
4. สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจและแสวงหาช่องทางตลาดใหม่ๆ
5. พัฒนาระบบตลาดจริงและตลาดเกษตรล่วงหน้าให้มีประสิทธิภาพ
6. ศึกษาวิจัยเพื่อรักษาตลาดเดิมและสร้างตลาดใหม่
7. วิจัยและพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

วิสัยทัศน์ (Vision) จังหวัดชุมพร “ศูนย์อุตสาหกรรมเกษตรและท่องเที่ยวชั้นนำ
ของภาคใต้ (Green Agro & Ecotourism Industry Capital in South of Thailand)”

พันธกิจ (Mission) จังหวัดดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติและ
สนองตอบต่อความต้องการของประชาชนในจังหวัดและแก้ไขปัญหาในพื้นที่ พร้อมทั้งส่งเสริม
สนับสนุน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ดำเนินการตามอำนาจหน้าที่

เป้าประสงค์รวม (Objectives)

1. ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและรายได้เพิ่มขึ้น
2. มีการบริหารจัดการด้านการเกษตร การท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการพัฒนา (KPI/Targets)

1. คร่าวเรือนมีอาชีพมั่นคง และรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 20
2. ความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น

ประเด็นยุทธศาสตร์(Strategic Issues)

1. สร้างมูลค่าเพิ่มด้านการเกษตร เกษตรอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร
2. การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน
3. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ
4. การพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต
5. ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์ (Key performance Indicators)

1. จำนวนสินค้าการเกษตรที่ได้รับการพัฒนาและผ่านการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัย
2. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวม สาขาเกษตรของจังหวัด (GPP)
3. จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น
4. การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
5. ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
6. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการภาครัฐ
7. ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศ
8. ระดับความสำเร็จของการดำเนินการมาตรฐานการป้องกันและปราบปรามการทุจริต
9. ระดับความสำเร็จในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบราชการ
10. ร้อยละของครอบครัวที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษาและการสาธารณสุข

11. ระดับความสำเร็จของการป้องกันและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
ของประชาชน

12. ความสำเร็จของการป้องกันและแก้ไขปัญหาความมั่นคง ในพื้นที่ชายแดน

13. ร้อยละของหมู่บ้าน/ชุมชนเข้มแข็งที่เอาชนะยาเสพติด

กลยุทธ์ (Strategies)

1. เพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร

2. สร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรและการท่องเที่ยว

3. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการเกษตร และการท่องเที่ยว

4. พัฒนาการตลาดสินค้าเกษตร

5. สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์)

6. สนับสนุนการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน

7. สร้างโอกาสและเพิ่มความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

8. ส่งเสริมการพัฒนาและการบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

9. พัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว

10. พัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว

11. สนับสนุนการพัฒนาด้านการกีฬาและพลศึกษา

12. สร้างการมีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อม

13. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของทุก
ภาคี

14. กำกับ ดูแล ป้องกัน และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้
มีความสมดุลและยั่งยืน

15. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลและยั่งยืน

16. พัฒนาระบบการให้บริการประชาชน

17. การป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบและอำนวยความสะดวกเป็น
ธรรม

18. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการภาครัฐ

19. พัฒนาระบบบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

20. สนับสนุนการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ

21. พัฒนาระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงในด้านต่างๆ ของจังหวัด

22. การรักษาความสงบเรียบร้อยปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
23. ส่งเสริมสุขภาพอนามัยที่ดี
24. ส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
25. พัฒนาศักยภาพของครอบครัว และชุมชน
26. พัฒนาและคุ้มครองแรงงาน
27. ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี และภูมิปัญญา

ท้องถิ่น

28. สร้างหลักประกันคุ้มครองของสังคมและครอบครัว
29. พัฒนาศักยภาพขององค์กรเครือข่ายทางสังคม
30. พัฒนาศักยภาพของคน ชุมชน และพื้นที่เป้าหมายชายฝั่งทะเลและเกาะแก่งต่างๆ
31. ผนึกกำลังเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงชายแดนชายฝั่งทะเลและเกาะแก่งต่างๆ
32. พัฒนาความร่วมมือชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน
33. พัฒนาระบบการบริหารจัดการยุทธศาสตร์ความมั่นคง
34. เร่งรัดการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติด

ตาราง 5 แสดงการวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส ภัยอุปสรรค (SWOT Analysis) จังหวัดชุมพร

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีผลผลิตทางการเกษตรที่หลากหลาย ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและการส่งออก	1. การเสื่อมโทรมและถูกทำลายของทรัพยากรธรรมชาติ (แหล่งน้ำและป่าไม้)
2. เป็นแหล่งผลิตสินค้าด้านการเกษตร ประมง	2. ขาดมาตรฐานการให้บริการที่ดีของสถานบริการด้านการท่องเที่ยว
3. มีชายหาดยาว 222 กม. และมีสภาพที่สมบูรณ์ เหมาะสำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยว	3. ขาดการบริหารจัดการทางด้านการตลาด
4. มีสภาพพื้นที่และภูมิอากาศเหมาะสมต่อการเกษตรกรรมและการท่องเที่ยว	4. ขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรธรรมชาติ

ตาราง 5 (ต่อ)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
5. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย เหมาะสมต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้ง ด้านวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ	5. การบริหารงานขาดการเชื่อมโยง บูรณาการระหว่าง หน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
6. มีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์	6. การผลิตสินค้าเกษตรมีต้นทุนสูง
7. มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนทั้งประเทศเคารพนับถือ (เสด็จ ในกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์)	7. ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว
8. เป็นแหล่งผลไม้ที่ลือชื่อ มีสินค้าพื้นเมือง และ ผลิตภัณฑ์จากอาหารทะเลราคาถูก	8. การเกษตรขาดการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการเข้าถึง และการนำไปใช้ประโยชน์
9. ลักษณะภูมิประเทศ เอื้อต่อการผลิตสินค้าเกษตร ประมง	9. ขาดมาตรฐานผลผลิตทางการเกษตร
10. มีรายได้จากภาษีรั้งนก	10. ขาดการรวมกลุ่มเพื่อเจรจาต่อรองผลประโยชน์
11. มีความพร้อมในการพัฒนาระบบคมนาคมให้ เป็นศูนย์กลางการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำและทาง อากาศ	11. โครงข่ายการคมนาคมไม่สะดวก
12. เป็นประตูสู่ภาคใต้	12. ขาดแรงงานด้านการเกษตร
13. มีชายแดนติดกับพม่าสามารถพัฒนาและเปิด เป็นจุดผ่อนปรนหรือจุดผ่านแดนด้านการค้า การ ลงทุนและการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างไทย พม่า อินเดียและบังคลาเทศได้	13. ขาดปัจจัยที่เอื้อต่อการลงทุน ได้แก่ ไม่มีเขตนิคม อุตสาหกรรม ไม่มีท่าเรือพาณิชย์และท่าเรือประมงไม่ พอเพียง
14. เป็นเมืองที่มีความสงบสุข	14. ดินเสื่อมโทรม
15. มีระบบการคมนาคมขนส่งทั้งทางถนน รถไฟ ทางน้ำและทางอากาศซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับ ต่างประเทศ	15. ขาดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว เช่น หน่วยกู้ภัยทางทะเล
16. มีโรงงานแปรรูปสินค้า เกษตร ประมง	
17. มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญหลายแห่ง ทำให้เกิดการขยายตัวทางด้านการบริการสูงขึ้น	

ตาราง 5 (ต่อ)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>18. สภาวะการครองชีพอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเอื้ออำนวยต่อการลงทุนในด้านพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรมการเกษตร</p> <p>19. มีความสะดวกในเรื่องการขนส่งสินค้าและการคมนาคม</p> <p>20. รายได้ประชาชนอยู่ในเกณฑ์ที่สูง</p> <p>21. ประชาชนมีความตื่นตัว มีส่วนร่วมในทางการเมือง อาทิ การลงมติรับร่างรัฐธรรมนูญ</p>	
โอกาส	ภัยอุปสรรค
<p>1. น้ำมันราคาสูงทำให้ต้องพึ่งพาพลังงานทดแทน</p> <p>2. นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมพลังงานทดแทน</p> <p>3. กระแสความต้องการอาหารที่ปลอดภัยและเพื่อสุขภาพ</p> <p>4. นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยว</p> <p>5. กระแสความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติที่ดูแลเรื่องสุขภาพ</p> <p>6. ความต้องการผลผลิตด้านอาหาร</p> <p>7. การเปิดเสรีทางการค้า (FTA)</p> <p>8. กระแสการเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p>9. มีแรงงานต่างด้าวทำให้ต่อหน่วยลดลง (Cost of Economy)</p> <p>10. ความต้องการด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องในการผลิตรถยนต์ เช่น อุตสาหกรรมยาง</p> <p>11. ความต้องการในการลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง</p> <p>12. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการเกษตร</p> <p>13. สภาวะความเครียดอันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจ สังคมการเมือง ทำให้ต้องการผ่อนคลายโดยการท่องเที่ยว</p>	<p>1. ราคาสินค้าเกษตรไม่มีเสถียรภาพ</p> <p>2. ต้นทุนการผลิตและการส่งสินค้าด้านการเกษตรเพิ่มขึ้น</p> <p>3. ขาดตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตรและขาดแหล่งข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร เพื่อบริการเกษตรกรได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ทำให้ความรู้และเทคโนโลยีด้านการเกษตรเผยแพร่ไปสู่เกษตรกรไม่ทั่วถึง</p> <p>4. อยู่ในมรสุม มักมีน้ำท่วม น้ำหลากฉับพลันและการสูญเสียหน้าดิน ส่งผลกระทบต่อภาคเกษตรและการคมนาคม</p> <p>5. ไม่มีศูนย์กลางการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค</p> <p>6. นโยบายด้านการศึกษาในระดับอุดมศึกษายังกระจายมาถึงจังหวัดน้อย</p> <p>7. ไม่มีมาตรการควบคุมแรงงานต่างด้าวที่ชัดเจนและขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตร</p> <p>8. นโยบายการแก้ไขปัญหาด้านการเกษตรไม่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลของผลผลิต</p> <p>9. การบุกรุกที่ดินสาธารณะ</p> <p>10. ในมุมมองของนักท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่น่าสนใจจากกว่าจังหวัดชุมพร</p>

ตาราง 5 (ต่อ)

โอกาส	ภัยอุปสรรค
14. นโยบายชุมชน/ท้องถิ่นปลอดภัยจากภัยพิบัติ	11. ความไม่แน่นอนและไม่ต่อเนื่องของเมกะโปรเจกต์ระดับประเทศ
15. นโยบายด้านสุขภาพในการผลิตแพทย์	12. กฎหมายไม่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน เช่น พรบ.ควบคุมสื่อ การบุกรุกทรัพยากรธรรมชาติ
	13. กระแสทุนนิยม ทำให้เกิดวัฒนธรรมเลียนแบบ
	14. ความไม่มีเสถียรภาพทางการเงินส่งผลกระทบต่อส่งออกสินค้าเกษตร
	15. การคุกคามของสื่อเทคโนโลยีภายนอกที่ควบคุมได้ยาก ทำให้มีผลต่อพฤติกรรมของคน
	16. ระบบการถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีขั้นสูงยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
	17. นโยบายการจัดสรรที่ดินทำกิน ไม่เพียงพอกับความต้องการของประชาชน
	18. การคุกคามจากสื่อต่างๆ ในกระแสโลกาภิวัตน์

บริบทพื้นที่ศึกษา

ประวัติความเป็นมา

จังหวัดชุมพร เป็นเมืองเก่าแก่เมืองหนึ่งตั้งขึ้นเมื่อใดไม่มีหลักฐานแน่นอน แต่จากหลักฐานในกฎหมายตราสามดวงในรัชสมัยของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ (สมัยกรุงศรีอยุธยา) สันนิษฐานได้ว่าชุมพรมีอายุตราบนานถึงปัจจุบันกว่า 600 ปีแล้ว โดยสมเด็จพระบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพได้ทรงเรียบเรียงความเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งเมืองชุมพรไว้ในตำนานเมืองระนองความตอนหนึ่งว่า "เมืองชุมพรประหลาดผิดจากเมืองอื่นๆ ในแหลมมาลาญที่ตั้งมา แต่โบราณเช่น เมืองไชยา เมืองนครศรีธรรมราช เป็นต้น ล้วนมีโบราณสถาน โบราณวัตถุปรากฏให้เห็นรู้ได้ว่าเป็นเมืองโบราณ แต่เมืองชุมพรไม่พบโบราณสถานและโบราณวัตถุแต่อย่างใด อาจจะเป็นด้วยเหตุ 2 ประการ คือ มีพื้นที่นาไม่พอกับคน ประการหนึ่ง และอีกประการหนึ่งตั้งอยู่ตรง คอคอดแหลมมาลาญ ซึ่งมักเป็นสมรภูมิรบพุ่งกันตรงนี้ จึงไม่สามารถสร้างเมืองถาวรไว้ แต่ต้องรักษาไว้เป็นเมือง "หน้าด่าน" สำหรับชื่อ "เมืองชุมพร" สันนิษฐานว่ามาจากคำว่า "ชุมนุหมพล" เนื่องจากเป็น

เมืองหน้าด่าน การเดินทางไม่ว่าจะมาจากฝ่ายเหนือหรือฝ่ายใต้ เข้ามาตั้งค่ายชุมนุมกันที่นี้จึงเรียกจุดนี้ว่า "ชุมนุมพล" แต่ด้วยเหตุที่คนได้ชอบพูดคำสั้น ๆ จึงตัดคำกลางออกเหลือเพียง "ชุมพล" และต่อมาเพี้ยนเป็น "ชุมพร" อีกประการหนึ่งในการเดินทางไปรบทัพจับศึกของแม่ทัพนายกองตั้งแต่สมัยโบราณ เมื่อจะเคลื่อนพลจะต้องทำพิธีบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ขอให้ได้รับชัยชนะในการสู้รบเป็นการบำรุงขวัญทหารในสถานที่ชุมนุมเพื่อรับพรเช่นนี้ ตรงกับความหมาย "ชุมนุมพร" หรือ "ประชุมพร" ซึ่งสองคำนี้อาจเป็นต้นเหตุ

ของคำว่า "ชุมพร" เช่นเดียวกัน แต่อีกทางหนึ่งสันนิษฐานว่า น่าจะได้มาจากชื่อพันธุ์ไม้ธรรมชาติในท้องถิ่นเช่นเดียวกับชื่อท้องที่ทั่ว ๆ ไป เพราะที่ตั้งเมืองเดิมบนฝั่งน้ำชุมพรมีต้นมะเดื่อชุมพรขึ้นอยู่มากมาย ต้นมะเดื่อชุมพรจึงเป็นสัญลักษณ์ประจำเมืองอยู่ในตราจังหวัดจนถึงปัจจุบัน

สภาพภูมิศาสตร์

ที่ตั้งและอาณาเขตติดต่อ

จังหวัดชุมพร ตั้งอยู่ตอนบนสุดของภาคใต้ ระหว่างเส้นละติจูดที่ 10 องศา 29 ลิปดาเหนือ และเส้นลองจิจูดที่ 99 องศา 11 ลิปดาตะวันออก ห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามเส้นทางรถยนต์ประมาณ 463 กิโลเมตร และเส้นทางรถไฟสายใต้ประมาณ 476 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 3.75 ล้านไร่ หรือ 6,010,849 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่มากเป็นอันดับ 4 ของภาคใต้

ชุมพร เป็นจังหวัดแรกของภาคใต้ตอนบนฝั่งอ่าวไทย มีรูปพื้นที่เรียวยาวตามแนวเหนือ-ใต้ มีความยาวประมาณ 222 กิโลเมตร

มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดระนองและสหภาพพม่า(มีความยาวประมาณ

222 กม.)

ขนาดและรูปร่าง

จังหวัดชุมพรมีลักษณะพื้นที่ยาวแคบคล้ายรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความยาวตามแนวชายฝั่งทะเลประมาณ 222 กิโลเมตร มีความกว้างประมาณ 76 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 3.75 ล้านไร่ หรือ 6,009,008 ตารางกิโลเมตร

ตราประจำจังหวัดชุมพร

ภาพคนยืน หมายถึง เทวดาที่ประทานพรให้แก่ชาวเมืองและกองทัพที่จะยกออกไปทำศึก
ภาพต้นไม้ทั้งสองข้าง หมายถึง ต้นมะเดื่อซึ่งในพื้นที่ของจังหวัดมีต้นไม้ชนิดนี้อยู่มากมาย

มากมาย

ภาพค่ายและหอรบ หมายถึง จังหวัดนี้เคยเป็นที่ชุมนุมบรรดานักรบทั้งหลาย ซึ่งนัดให้มาพร้อมกัน ณ ที่แห่งนี้ ก่อนที่จะเดินทัพออกไปสู้รบกับข้าศึก ทั้งนี้ก็เพราะชุมพรเป็นเมืองหน้าด่านมาแต่โบราณ

ดอกไม้ประจำจังหวัดชุมพร

ชื่อดอกไม้ ดอกพุทธรักษา

ลักษณะทั่วไป พุทธรักษาเป็นพรรณไม้ล้มลุก เนื้ออ่อนอวบน้ำ ลำต้นสูงประมาณ 1-2 เมตร มีลำต้นอยู่ใต้ดินเรียกว่า เหง้า เจริญเติบโตโดยแตกหน่อเป็นกอคล้ายกล้วย ใบมีขนาดใหญ่สีเขียว โคนใบและปลายใบรีแหลม ขอบใบเรียบ กลางใบเป็นเส้นขนเห็นชัด ใบมีก้านยาวเป็นกาบใบหุ้มลำต้นซ้อนสลับกัน ออกดอกเป็นช่อตรงส่วนยอดของลำต้น ช่อดอกเป็นช่อตรงส่วนยอดของลำต้น ช่อดอกยาวประมาณ 15 - 20 เซนติเมตร ประกอบด้วยดอก 8 - 10 ดอก และมีกลีบบางนิ่มขนาดของดอกและสีส้มแตกต่างกันไปตามชนิดพันธุ์

ต้นไม้ประจำจังหวัดชุมพร

ชื่อทั่วไป ต้นมะเดื่อชุมพร

รูปร่างลักษณะ ไม้ต้นผลัดใบ สูง 5 - 20 เมตร กิ่งอ่อน มีขนสีน้ำตาลแดงปกคลุมบาง ๆ ต่อมาจะหลุดร่วง ใบเป็นใบเดี่ยวเรียงสลับ แผ่นใบรูปไข่ถึงรูปหอกปลายใบแหลม โคนใบทุติงกลม ก้านใบยาว 10.5 เซนติเมตร ดอกเล็ก ออกเป็นกระจุก ผลรูปไข่กลับ เมื่อสุกสีแดงเข้มถึงสีม่วง

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดชุมพร ด้านทิศตะวันตก มีเทือกเขาตะนาวศรีและเทือกเขาภูเก็ต เป็นแนวกันเขตแดนระหว่างประเทศกับประเทศสหภาพพม่า จึงมีลักษณะเป็นพื้นที่สูงลาดเทจากทิศตะวันตกสู่พื้นที่ต่ำทางทิศตะวันออก ประกอบด้วยภูเขาและป่าไม้ ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่สำคัญสายสั้นๆ หลายสาย ไหลลงสู่พื้นที่ต่ำทางทิศตะวันออก เช่น แม่น้ำท่าตะเภา แม่น้ำหลังสวน และแม่น้ำสวี เป็นต้น

ส่วนบริเวณตอนกลางของจังหวัด มีลักษณะเป็นที่ราบลูกคลื่นและที่ราบลุ่มแม่น้ำมีความอุดมสมบูรณ์สูงเหมาะแก่การเพาะปลูก ซึ่งมีเนื้อที่ประมาณ 1 ใน 4 ของพื้นที่จังหวัด และด้านทิศตะวันออก มีลักษณะเป็นที่ราบตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ชายหาดค่อนข้างเรียบหาดทรายกว้าง มีความโค้งเว้าน้อยและสวยงามมาก จึงเป็นสถานที่พักผ่อนและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดชุมพร

ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดชุมพรตั้งอยู่บนแหลมมลายู ซึ่งอยู่ระหว่างทะเลอันดามันกับทะเลจีนใต้จึงได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมทั้งสองฤดู คือลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ด้วยเหตุนี้จังหวัดชุมพรจึงได้รับปริมาณน้ำฝนมากทั้งสองฤดู โดยเฉพาะด้านฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือเป็นช่วงที่ได้รับฝนมากที่สุด เพราะอิทธิพลจากหย่อมความกดอากาศต่ำและพายุหมุนเขตร้อน ทำให้มีฝนตกเป็นบริเวณกว้าง น้ำหลากจากเทือกเขาทางทิศตะวันตกลงสู่ที่ราบทางทิศตะวันออก และมักเกิดน้ำท่วมอย่างฉับพลันบริเวณที่ราบลุ่มเกือบทุกปี

ด้วยอิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือทำให้ลักษณะภูมิอากาศของจังหวัดชุมพรเป็นแบบมรสุมร้อนชื้น และแบ่งฤดูกาลในรอบปีได้ 2 ฤดู คือ ฤดูฝน กับฤดูร้อน

1. ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – ธันวาคม เป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดเอาฝนมาจากมหาสมุทรอินเดีย และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ พัดเอาฝนมาจากทะเลจีนใต้เข้าสู่จังหวัดชุมพร ทำให้เป็นช่วงเวลาที่ฝนตกนานถึง 8 เดือน
2. ฤดูร้อน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ – เมษายน เป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดอ่อนกำลังลง อากาศร้อนชื้นเรื่อยๆ จนร้อนที่สุดในเดือนเมษายน แต่อุณหภูมิยังต่ำกว่าภาคอื่นๆ เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากทะเล

ทรัพยากรท่องเที่ยว

มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งทั้งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

อำเภอเมืองชุมพร ได้แก่ วัดเจ้าฟ้าศาลาลอย วัดสามแก้ว

อำเภอสวี ได้แก่ วัดพระธาตุสวี วัดถ้ำขวัญเมือง

อำเภอหลังสวน ได้แก่ วัดถ้ำเขาเงิน

อำเภอท่าแซะ ได้แก่ วัดรับเร่อ (เทพเจริญ)

นอกจากนี้ ยังมีศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราชในกรมกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ มีอยู่ที่อำเภอเมืองชุมพรและอำเภอทุ่งตะโก รวมทั้งพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชุมพร ซึ่งจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอีกแห่งหนึ่ง

สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีทั้งที่เป็นธรรมชาติทางทะเล ภูเขา ถ้ำ น้ำตกและวนอุทยานจำพวกหาดทรายงาม เช่น หาดคอสน หาดภราดรภาพ หาดผาแดง หาดทรายรี อ่าวทุ่งมะขาม ในเขตอำเภอเมือง และหาดทะเลงามในเขตอำเภอละแม

จำพวกหาดคอเขา เช่น อำเภอปะทิวมีหาดบ่อเมา หาดแหลมแท่น หาดสะพาน หาดทุ่งวัวแล่น อำเภอทุ่งตะโก มีหาดอรุโณทัย อำเภอหลังสวนมีหาด เกาะพิทักษ์ อำเภอละแมมีหาดตะวันฉาย

เกาะแก่งทางทะเล เช่น อำเภอเมือง ฯ มีเกาะเสม็ด เกาะมัดตรา (เกาะดงกวย) เกาะทะลุ เกาะมะพร้าว เกาะแรด เกาะทองหลาง อำเภอปะทิวมีเกาะไข่ เกาะจรเข้ เกาะไข่ เกาะจรเข้ เกาะง่ามใหญ่ เกาะง่ามน้อย

จำพวกภูเขา ถ้ำ น้ำตกและวนอุทยาน เช่น อำเภอเมือง ฯ มีถ้ำสกุณาธารมณี ถ้ำขุนกระทิง วนอุทยานเขาพัง อำเภอหลังสวนมีถ้ำเขาเงิน ถ้ำเขาเกียบ น้ำตกห้วยเหมือง น้ำตกผาเมือง อำเภอสวีมีถ้ำทิพย์ปรีชา อำเภอท่าแซะมีถ้ำรับร้อ (เทพเจริญ) วนอุทยานน้ำตกกะเปาะ อำเภอปะทิวมีถ้ำพิสดาร ถ้ำเขาทะเลทรัพย์ ถ้ำเขาตีนเป็ด น้ำตกทุ่งยอ ถ้ำลับแล (ถ้ำนางทอง) อำเภอพะโต๊ะมีน้ำตกเหลวไหลม แก่งปกไฟ อำเภอทุ่งตะโกมีน้ำตกทับช้าง & อำเภอละแมมีบ่อน้ำร้อน และถ้ำเขาพลู

ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น

จังหวัดชุมพร มีการจัดงานประเพณีที่เป็นวัฒนธรรมสืบทอดกันมาเป็นเวลาอันยาวนาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ด้านวัฒนธรรมและสังคมของชุมชน โดยมีการจัดงานประเพณีที่สำคัญๆ ดังนี้

1. งานเทิดพระเกียรติเสด็จในกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์และงานกาชาด

กำหนดจัดในช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี วัตถุประสงค์เพื่อเทิดพระเกียรติพลเรือเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ พระบิดาแห่งกองทัพเรือไทย ซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของประชาชนชาวจังหวัดชุมพร และประชาชนทั่วไป

2. งานประเพณีแห่พระแข่งเรือ

เป็นประเพณีเก่าแก่ของอำเภอหลังสวน ซึ่งมีมากกว่า ๑๐๐ ปี โดยมี ความเชื่อว่าเป็น วันแรม ๑ ค่ำเดือน ๑๑ เป็นวันที่พระพุทธเจ้าเสด็จมาจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ลงมาสู่เมืองสังกัสสะ ในชมพูทวีป พุทธศาสนิกชน จึงเดินทางไปรับเสด็จเป็นจำนวนมาก ซึ่งการเดินทางที่สะดวกในสมัย นั้นคือ ทางน้ำ จึงมีโอกาสพบปะสังสรรค์ซึ่งกันและกัน ต่อมาจึงเกิดเป็นประเพณีแห่พระแข่งเรือ ดังนั้น งานแห่พระแข่งเรือของอำเภอหลังสวนจึงเริ่มงานตั้งแต่วันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๑๑ ของทุกปี

3. งานโลกทะเลชุมพร

กำหนดจัดงานระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนพฤษภาคม ของทุกปี มี วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร เพื่อกระจายรายได้ให้กับประชาชนใน ท้องถิ่น กิจกรรมที่สำคัญได้แก่ การแข่งขันตกปลา การประกวดภาพถ่ายแหล่งท่องเที่ยว การจัด นิทรรศการแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

4. งานแข่งขันเรือยาวขึ้นโขนชิงธง ซึ่งถ้วยพระราชทานคลองในหลวง (หัววัง - พนังตัก)

เนื่องจากจังหวัดชุมพรประสบปัญหาอุทกภัย ทำให้ได้รับความเสียหายทั้งชีวิตและ ทรัพย์สินเป็นมูลค่ามหาศาลทุกปี พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริในการแก้ไข ปัญหาอุทกภัย

โดยจัดทำโครงการพัฒนาพื้นที่หนองใหญ่ (แก้มลิงธรรมชาติ) และขุดคลองหัววัง- พนังตัก เพื่อระบายน้ำลงสู่ทะเล ทำให้ชาวจังหวัดชุมพร รอดพ้นจากปัญหาอุทกภัยอย่างถาวร ซึ่ง เมื่อวันที่ ๒๐ มิถุนายน ๒๕๔๑ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีได้เสด็จพระราชดำเนินทอดพระเนตรคลองหัววัง - พนังตัก บนสะพานอากาศ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้ทรงพระราชเสาวนีย์ว่าจะจัดแข่งขันเรือ บริเวณนี้ เพราะมีคันคลองเป็นชั้นๆ เหมือนอ้อมจันทร์ จังหวัดชุมพรจึงได้จัดกิจกรรมแข่งขันเรือยาว ขึ้นโขนชิงธงซึ่งถ้วยพระราชทานฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๑ เป็นต้นมาถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นการระลึกถึง พระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว กำหนดจัดงานระหว่างเดือนสิงหาคม- กันยายนของทุกปี ณ บริเวณคลอง ในหลวง(หัววัง-พนังตัก) ตำบลนาชะอัง อำเภอเมือง จังหวัด ชุมพร

5. งานวันผลไม้หลังสวน

กำหนดจัดงานประมาณเดือนสิงหาคมของทุกปีระยะเวลา ๕ วัน บริเวณหน้า สำนักงานเทศบาลตำบลหลังสวน และบริเวณใกล้เคียง มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ ผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลไม้ของอำเภอหลังสวน มีกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การ

ประกวดผลไม้ต่างๆ การประกวดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ต่างๆ การจัดตลาดนัดผลไม้ การประกวดพฤษชาติ และมหรสพต่างๆ มากมาย

6. ล่องแพอำเภอพะโต๊ะ

กำหนดจัดกิจกรรมประเพณีเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ในปัจจุบันการล่องแพพะโต๊ะ ต้องร่วมกับการเดินป่าด้วย เรียกว่า การเดินป่าล่องแพ โดยใช้เส้นทางล่องแพ จะพบธรรมชาติอันงดงามตลอดทั้งต้นต้นกับแก่งหินที่ชาวบ้านเรียกว่า "เหว" ฤดูล่องแพสามารถล่องได้เกือบตลอดปี

7. งานส่งเสริมประเพณีขึ้นเบญจา

จัดขึ้นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ วันที่ ๑๓ เมษายน ของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟู และสืบสานประเพณีท้องถิ่นจังหวัดชุมพร และส่งเสริมการท่องเที่ยว ของอำเภอเมืองจังหวัดชุมพร

8. งานขึ้นถ้ำรับร่อ

กำหนดจัดงานวันแรม ๑๔ ค่ำ เดือน ๕ ของทุกปี ณ วัดเทพเจริญ (วัดถ้ำรับร่อ) เป็นการรวมญาติชาวบ้านท้องถิ่นที่ไปทำงานและอาศัยอยู่ที่อื่นได้กลับมาเยี่ยมบ้าน มาปิดทองพระคู่บ้านคู่เมือง เพื่อสร้างกุศลร่วมกันภายในครอบครัว และเพื่อเริ่มต้นชีวิตใหม่กับปีใหม่ของชาวบ้าน เป็นการสืบทอดมรดก ทางวัฒนธรรม ความเชื่อสืบทอดสู่คนรุ่นใหม่ โดยมีกิจกรรมการแห่ผ้าครอง หลวงพ่อหลักเมือง(พระพุทธรูป ปู่หลักเมือง) ปิดทองพระพุทธรูปปู่หลักเมือง , การแสดงมหรสพต่างๆ และการขึ้นถ้ำรับร่อ

9. เทศกาลดูเหยี่ยวอพยพแห่งประเทศไทย

จังหวัดชุมพรมีชายฝั่งที่เป็นรูปคอคอดที่นกจำนวนนับแสนตัวจากหลายทิศทาง รวมกลุ่มกันเดินทางไกลผ่านเส้นทางเหนือภาคพื้นดินของชุมพรเพื่อไปยังประเทศมาเลเซีย หรือไปถึงออสเตรเลีย กิจกรรมที่น่าสนใจได้แก่ ชมการบินอพยพของเหยี่ยวและกิจกรรมอื่นๆที่น่าสนใจ อีกมากมาย

อาหารพื้นเมือง ชุมพรมีผลไม้ขึ้นชื่อที่สุดคือ กล้วยเล็บมือ นาง มังคุด ส้มโอพันธุ์เจ้า เสวยสับปะรดสวี ทูเรียนหลังสวน เงาะ อาหารทะเล และรังนก

ผลไม้ ตลอดเส้นทางสู่ชุมพรและถนนสายปากน้ำ-หลังสวน เป็นแหล่งปลูกจึงมากมายไปด้วยพืชผลไม้ที่ขึ้นชื่อที่สุดคือ กล้วยเล็บมือ นาง นอกจากนั้นยังมี มังคุด ส้มโอ พันธุ์เจ้าเสวยสับปะรดสวี ทูเรียนหลังสวน เงาะ ลางสาด ลองกอง ระกำหวาน

กาแฟสด ตามปื้มน้ำมันริมถนนเพชรเกษมมีซุ้มกาแฟสดบริการหลายแห่ง เช่น ริมถนน
เพชรเกษมกม.ที่ 472

รังนก เป็นสินค้าขึ้นชื่ออีกอย่างหนึ่งของจังหวัดชุมพร สามารถหาซื้อรังนกชนิดต่าง ๆ หรือ
รังนกปรุงสำเร็จแล้ว ได้ที่ร้านชุมพรรังนก

อาหารทะเล ทั้งสดและแปรรูปของชุมพร เช่น กะปิบ้านปากหาด น้ำปลาปากแม่น้ำทุ่ง
ตะโกอาหารทะเลสด และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทะเล

สินค้าพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ ต่างๆ เช่น ทุเรียนกวน ก๋วยตัก กะปิบ้าน
ปากหาดน้ำปลาปากแม่น้ำทุ่งตะโก อาหารทะเลสด และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทะเล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมชาย เลี้ยงพรรณ (2542) ศึกษาแหล่งทรัพยากรนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์ในบริเวณทะเลน้อย ทะเลหลวง และ ทะเลสาบสงขลา ผลการศึกษาพบแหล่งทรัพยากร
นันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งหมด 70 แห่ง โดยกระจายอยู่ในจังหวัดพัทลุง 5 อำเภอ
7 ตำบล รวม 21 แห่ง และในจังหวัดสงขลา 5 อำเภอ 10 ตำบล รวม 49 แห่ง โดยจากการศึกษา
พบว่าแหล่งท่องเที่ยวมีการกระจายตัวไปในบริเวณต่างๆ ทั้ง 2 จังหวัด และ แหล่งท่องเที่ยวที่
สามารถเข้าถึงได้ง่ายส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาแล้ว และ อยู่ใกล้ตัวเมืองซึ่ง
มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก ส่วนทรัพยากรท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ปานกลาง ถึง ยาก ส่วนใหญ่ยัง
ไม่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทั้งที่บางแห่งมีความ
สวยงามตามธรรมชาติมากกว่าแหล่งที่เข้าถึงได้ง่าย เมื่อพิจารณาจากศักยภาพบางประการแล้ว

วิทยาภรณ์ จรัสดิว (2544) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง จากการศึกษา
พบว่า ระบบนิเวศในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อยมีความอุดมสมบูรณ์ในระดับมาก เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ มีเอกลักษณ์ความสวยงามทางธรรมชาติดึงดูดใจ มีสมรรถนะในการ
รองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่าประชาชนในชุมชนและผู้นำ
ชุมชนมีความต้องการที่จะเข้าร่วมวางแผนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ในทางปฏิบัติยัง
ไม่ได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากนัก

อิทธิพล ไทยกมล (2545) ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาชุมชนบางหญ้าแพรกจังหวัดสมุทรสาคร พบว่าปัจจัยบ่งชี้เกี่ยวกับ
การศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัย
ด้านลักษณะพื้นที่ ปัจจัยด้านการจัดการเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อปัจจัยด้าน

กิจกรรมและกระบวนการที่เอื้อต่อการเรียนรู้และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม แล้วนำมาประเมินผลซึ่งพบว่า มีศักยภาพในระดับปานกลาง และยังมีข้อจำกัดด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จะเกิดขึ้นในท้องถิ่น

วีณา ชุ่มบัณฑิต (2549) ได้ศึกษาถึงการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดสมุทรสาคร มีวิสัยทัศน์ คือ “จังหวัดสมุทรสาครจะพัฒนาสู่การเป็นเมืองประมงในฐานะส่วนหนึ่งของครัวโลก เป็นเมืองนำอยู่ที่ใกล้กรุงเทพฯ เป็นอีกทางเลือกใหม่สำหรับการท่องเที่ยว และเป็นผู้นำด้านการศึกษาระบบประมงและสัตว์น้ำ” มีประเด็นยุทธศาสตร์ คือ “มีทิศทางการพัฒนาสู่การเป็นเมืองประมง ศูนย์กลางแห่งการผลิตอาหารทะเลเพื่อความเป็นหนึ่งในฐานะส่วนหนึ่งของครัวโลกพัฒนาเป็นศูนย์วิจัยและศึกษาระบบประมงและสัตว์น้ำ พัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองให้เป็นเมืองที่น่าอยู่อาศัย และพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมทางเลือกใหม่ที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร นอกเหนือจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี” และมีเป้าประสงค์ ได้แก่ (1) จะประสานสร้างสินค้าอาหารทะเล เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเพื่อส่งเสริมและการใช้ภายในประเทศ ให้มีคุณภาพ มีการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และมีศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด (2) มีศูนย์การศึกษาระบบประมงและสัตว์น้ำในภูมิภาค (3) ระบบนิเวศในจังหวัดได้รับการฟื้นฟู เพื่อประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นเมืองน่าอยู่อาศัย โดยหลักธรรมาภิบาล (4) ส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยเน้นธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

วันดี สีสังข์ (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี พบว่าแนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี มีการกำหนดวิสัยทัศน์ของจังหวัดกาญจนบุรี คือ จังหวัดกาญจนบุรีจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการศึกษาและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นเมืองแม่แบบของการพัฒนาการค้าชายแดน และเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่นานาชาติด้านตะวันตก เป็นเมืองปลอดภัย มีการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน จะจัดความยากจนและพัฒนาคน และสังคมที่มีคุณภาพ สำหรับเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี คือ เพิ่มพื้นที่สีเขียวและป่าชุมชน เพิ่มมาตรฐานการบริการในการท่องเที่ยวและความปลอดภัย พัฒนาโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตรเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ส่งเสริมการสร้างรายได้จากสินค้าโอท็อป และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ได้แก่ (1) เป็นศูนย์กลางและแหล่งความรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในภูมิภาค (2) เป็นเมืองปลอดมลพิษ มีการบริหารทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (3) เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้สู่ปัญญาระดับภูมิภาค และพัฒนาเป็นเมืองการค้าต่างแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน (4) เป็นเมืองปลอดคนจน มีสังคมที่มีคุณภาพและเป็นคนดีมีศีลธรรม

บุปผา มีระหันนอก (2549) การศึกษาวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดลพบุรี จากการสำรวจและการประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวพบว่าคุณภาพลักษณ์ของจังหวัดลพบุรีเป็นเมืองประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญในอำเภอเมืองลพบุรี เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในอำเภอพัฒนานิคม จุดแข็งของจังหวัดลพบุรีมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ส่วนจุดอ่อนและอุปสรรคแสดงให้เห็นถึงประชาชนมีความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อมและปัญหาภัยธรรมชาติทำให้สร้างโอกาสเรื่องสินค้าเกษตรปลอดภัยจากสารพิษและเกษตรอินทรีย์ วิสัยทัศน์และเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของจังหวัดลพบุรีคือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แสดงถึงจังหวัดลพบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและมีความตระหนักในการอนุรักษ์ ควรพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นอันดับแรก แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองควรกำหนดนโยบายการบำรุงรักษาโบราณสถานและกำหนดผังเมืองที่ชัดเจน เพื่อแสดงความเป็นเมืองประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

พะจิต ตามประทีป (2549) ศึกษาเรื่องการวางแผนกลยุทธ์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน จังหวัดชัยนาท ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างคือประชาชน ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว สนใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดชัยนาทเป็นลำดับแรก และสนใจสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นลำดับสอง กลุ่มตัวอย่างมุ่งหวังให้ภาครัฐบูรณะโบราณสถานและที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ต้องการมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการตัดสินใจวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว และต้องการได้รับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากหน่วยงานภาครัฐด้วย

นพวรรณ ปิสิริกันต์ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษา : 3 ชุมชนบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่พบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ยังไม่เกิดในชุมชนบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เนื่องจากชุมชน มีส่วนร่วมน้อยมาก และ ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวน้อยมาก ส่วนใหญ่ชุมชนบริเวณนี้ไม่มีรายได้หลักจากการทำเกษตร และมีรายได้จากการรับจ้าง ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะตกอยู่กับกลุ่มนายทุนที่เข้ามาซื้อที่ดินและทำกิจการต่างๆ เช่นโรงแรม ร้านอาหาร รีสอร์ท ปลูกพืชผักผลไม้ปลอดสารพิษ ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ เช่นไก่

กว้าง และพบว่าปัจจุบันชุมชนเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดิน น้อยมาก บางหมู่บ้านชาวบ้านขายที่ดินให้กับกลุ่มนายทุนหมดแล้ว ถึงแม้ว่าที่ดินนั้นไม่มีเอกสารสิทธิ์ก็ตาม และนับวันก็ยังมีราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ มูลค่าทางเศรษฐกิจจึงเกิดจากการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในที่ดิน ความขัดแย้งของชุมชน กับกลุ่มผลประโยชน์ มีน้อย ส่วนใหญ่จะเอื้อประโยชน์กันมากกว่า เหตุผลที่เกิดเช่นนี้ เนื่องจากนโยบายของรัฐ ที่เอื้อประโยชน์ต่อคนที่ใกล้ชิด ดังนั้นการที่จะให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ทรัพยากรธรรมชาติยังคงอยู่อย่างสมบูรณ์ ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของนายทุนที่เข้ามาอยู่ใหม่ ร่วมกับชุมชน โดยมีองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ประสาน นำทีม ใช้อองค์ความรู้ด้านการจัดการสมัยใหม่ ใช้การวิจัยมาเป็นเครื่องนำทางในการพัฒนา จึงจะเกิดความยั่งยืนได้

ศุภกร ประทุมถิ่น (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบยั่งยืนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงพบว่าปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบยั่งยืนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงที่สำคัญ แบ่งออกได้ 3 ด้าน คือ ด้านที่ 1 ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หรือตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ต้องมีความเข้าใจในสถานภาพ ความสามารถ ด้านต่างๆ ของตนเอง ทั้งด้านงบประมาณ สภาพแวดล้อม รวมถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและความพร้อมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีการวางแผนอย่างค่อยเป็นค่อยไป ตามขีดความสามารถของตนเอง นำวัฒนธรรมของตนเองมานำเสนออย่างถูกต้องไม่เกินจริงตามวาระโอกาสที่เหมาะสม และมีจิตสำนึกรักวัฒนธรรมของตนสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชนเพื่อป้องกันวัฒนธรรมที่จะกระทบต่อวัฒนธรรมของตนเอง คุณธรรมถือเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชน ด้านที่ 2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาและส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้งนี้รวมถึงภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เข้าใจในด้านความพร้อมและความต้องการของชุมชนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้งช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตามระดับความสามารถและความยินยอมของท้องถิ่น ส่งเสริมด้านความรู้โดยจัดการอบรม แนะนำการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยไม่เข้าไปแทรกแซงและไม่มองการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจจนเกินไป เปิดโอกาสส่งเสริมด้านอาชีพกับคนในชุมชนเป็นอันดับแรก ด้านที่ 3 นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือน ตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนโดยปฏิบัติตามข้อตกลงของแหล่งท่องเที่ยว เคารพต่อชุมชนที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่าง โดยไม่ดูหมิ่นหรือมองวัฒนธรรมที่ต่างจากตนเองเป็นเรื่องตลก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิจัยออกเป็นกรอบทบทวนเอกสารรายงานวิจัยต่างๆ และการสำรวจข้อมูลในพื้นที่ศึกษา โดยมีกระบวนการ ขั้นตอน และวิเคราะห์วิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง คือ กลุ่มงานยุทธศาสตร์จังหวัด ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬา และนันทนาการจังหวัดชุมพร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคใต้เขต 5 (ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี) สำนักงานจังหวัด ผู้ว่าราชการจังหวัด ที่ทำการปกครองอำเภอเมือง อำเภอปะทิว อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน สำนักงานศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตร สำนักงานสาธารณสุข
2. บุคลากรภาคเอกชน คือ ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการบริการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ด้านที่พัก บริษัทนำเที่ยว บริการขนส่ง ภัตตาคารและร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หอการค้าจังหวัดชุมพร สมาคมธุรกิจด้านการท่องเที่ยว
3. ประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดชุมพร ในอำเภอเมือง อำเภอปะทิว อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดชุมพร ในอำเภอเมือง อำเภอปะทิว อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกสุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเลือกโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากหน่วยงานที่มีส่วนในการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร ทั้งในระดับจังหวัด และระดับอำเภอ ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดชุมพร หัวหน้างานวางแผนยุทธศาสตร์จังหวัดชุมพร ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดชุมพร ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคใต้เขต 5 (ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี) นายอำเภอเมือง อำเภอปะทิว อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน ผู้อำนวยการสำนักงานศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาชุมชน หัวหน้าสำนักงานเกษตรจังหวัด หัวหน้าสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด บุคลากรในหน่วยงานรวมทั้งสิ้น 100 คน

2. ภาคเอกชน ผู้วิจัยเลือกโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชุมพร จำแนกเป็น ผู้ประกอบการด้านที่พัก บริษัทนำเที่ยว บริการด้านขนส่ง ภัตตาคารและร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หอการค้าจังหวัดชุมพร สมาคมธุรกิจด้านการท่องเที่ยว จำนวน 100 คน

3. ประชาชนจำนวน 481,298 คน (สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) จำนวน 100 คน โดยเทียบจากตาราง Taro Yamane (ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ, 2545, หน้า 3) ที่ค่าความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซนต์ขนาดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ± 10 เปอร์เซนต์ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n	=	จำนวนตัวอย่าง
N	=	จำนวนประชากรทั้งหมด
e	=	ความคลาดเคลื่อนที่กำหนดให้มีระดับ

นัยสำคัญ 0.05

4. นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร จำนวน 74 ,309 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร 2551) ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลในอำเภอที่มีการท่องเที่ยวมาก

ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอปะทิว อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน โดยเทียบจากตาราง Taro Yamane (ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ, 2545, หน้า 3) ที่ค่าความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซ็นต์ขนาดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ± 10 เปอร์เซ็นต์

ตาราง 6 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลหลักในการทำวิจัยครั้งนี้		
กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1. หน่วยงานภาครัฐ	-	100
2. หน่วยงานภาคเอกชน	-	100
3. ประชาชน	481,298	100
4. นักท่องเที่ยวชาวไทย	74,309	100
รวมทั้งสิ้น	555,607	400

ที่มา: องค์การบริหารจังหวัดชุมพร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือ 2 ประเภทดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้วิจัยเชิงสำรวจ ได้แก่ แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

(Resource Audit) ของสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒนำมาเป็นเครื่องมือเพื่อตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร แบ่งออกเป็น 5 ประเภทดังนี้

- 1.1 ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิทัศน์และภูมิอากาศ พืช น้ำ
- 1.2 ทรัพยากรวัฒนธรรม มรดกวัฒนธรรม มรดกด้านศาสนา ศิลปะ ชาติพันธุ์
- 1.3 ทรัพยากรมหกรรมและ Events มหกรรม การแข่งขันกีฬา งานแสดงสินค้า ธุรกิจ งานแสดงอื่น ๆ
- 1.4 ทรัพยากรด้านกิจกรรม กิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมด้านบริการ
- 1.5 ทรัพยากรด้านบริการ การขนส่ง ที่พักแรม การต้อนรับ บริการอื่น ๆ

การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources Audit) จะมี 2 ขั้นตอนดังนี้

1. การแสดงรายการทรัพยากรท่องเที่ยว (Inventory)
2. การประเมินทรัพยากรท่องเที่ยว (Evaluation)
 - 2.1 คุณภาพ (Quality)
 - 2.2 ความโดดเด่น (Uniqueness)
 - 2.3 อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว (Appealing Power)

การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resources Audit) เป็นการสังเกตการณ์สภาพของแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะทางกายภาพ การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม คุณค่าทางการเรียนรู้ การศึกษา การบริหารจัดการและรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นของบุคลากรในส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน แบบสอบถามนี้ได้จัดทำเป็น 2 ชุด ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว (Supply side) ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ต้องการสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร (Demand side) คือนักท่องเที่ยว

แบบสอบถามชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นสำหรับผู้ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว (Supply side) ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป โดยใช้สถิติแบบพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ใช้หลักเกณฑ์คะแนนเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม เทศกาลและงาน ประเพณี กิจกรรม และการบริการท่องเที่ยว ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของ จังหวัดชุมพร ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 บทบาทของภาครัฐ เอกชน และประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะในการจัดการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดชุมพร ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

โดยใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน มีเกณฑ์พิจารณา ดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
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

แบบสอบถามชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว โดยการสำรวจความคิดเห็น เกี่ยวกับแนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดชุมพร แบ่งออกเป็น 6 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ลักษณะและวัตถุประสงค์ของการเดินทางโดยใช้สถิติแบบ พรรณนา (Descriptive Statistics) ด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิสำเนา ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาการเดินทางและวัตถุประสงค์ของการ เดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) ใช้ หลักเกณฑ์คะแนนเป็นค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตอนที่ 2 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วน การประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม เทศกาลและงาน ประเพณี กิจกรรม และการบริการท่องเที่ยว ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะทั่วไปเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

3. วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นแรก เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา(Content Validity) แล้วนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่าน มาปรับปรุง แก้ไขแบบสอบถามนั้น

ขั้นที่สอง นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ราย แล้วนำมาหาความเชื่อมั่น โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

n แทน ค่าจำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

S^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ

เมื่อคำนวณค่าความเชื่อมั่นดังกล่าวแล้ว ค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.83 ลงมา ก็ให้นำมา ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง จนได้ค่าที่สูงกว่าเดิม จึงจะถือว่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่ได้มาตรฐาน เพื่อนำไปเก็บข้อมูลภาคสนามต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ได้มีการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิที่ได้รวบรวมมา และการสำรวจพื้นที่ภาคสนาม ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลเอง เพื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมาย ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลซึ่งแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 เป็นระยะการติดต่อประสานงานเพื่อขอเก็บข้อมูลวิจัย โดยผู้วิจัยได้ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูล จากมหาวิทยาลัยยังหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กลุ่มงานยุทธศาสตร์จังหวัด ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดชุมพร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคใต้เขต 5 (ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี) สำนักงานจังหวัด ผู้ว่าราชการจังหวัด ที่ทำการปกครองอำเภอเมือง อำเภอทุ่งตะโก อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน สำนักงานศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตร สำนักงานสาธารณสุข และเก็บข้อมูล 100 ชุดจากภาครัฐ พร้อมกันนั้น ผู้วิจัยได้ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูลจากมหาวิทยาลัยไปยังหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชุมพร จำแนกเป็นผู้ประกอบการด้านที่พัก บริษัทนำเที่ยว บริการด้านขนส่ง ภัตตาคารและร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หอการค้าจังหวัดชุมพร สมาคมธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และเก็บข้อมูล จำนวน 100 ชุด จากภาคเอกชน

หนึ่งในเวลาเดียวกันผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากประชาชน จำนวน 100 ชุด และเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมือง อำเภอทุ่งตะโก อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน จำนวน 100 ชุด

ระยะที่ 2 การรวบรวมและตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบตรวจสอบทรัพยากรธรรมชาติ และแบบสอบถามอย่างครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบตรวจสอบทรัพยากรธรรมชาติ นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามจากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม นำมาวิเคราะห์ ดังนี้

1. รวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. บันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูล

ต่างๆ

$$\text{ค่าร้อยละ} \quad P = \frac{n}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Means) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ

$$\text{ค่าเฉลี่ย} \quad \bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูล

ต่างๆ

$$\text{ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน} \quad S = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{N - 1}}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

\bar{x} แทน ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในชุดนั้น

N แทน จำนวนข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

สถิติสำหรับการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ ได้แก่

หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้สูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

n แทน ค่าจำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

S_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ

สถิติสำหรับการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน

เปรียบเทียบความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยวต่อการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดชุมพรในด้านต่างๆ ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 4 กลุ่ม มาวิเคราะห์หายุทธศาสตร์ โดยใช้การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การประมวลผลและรายงานผลวิจัย

การประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล และรายงานผลการวิจัย จากการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ การสำรวจพื้นที่ การตรวจสอบทรัพยากรธรรมชาติ ผลการสำรวจด้วยแบบสอบถาม การวิเคราะห์ผลได้จัดทำออกมาในรูปแบบการนำเสนอด้วย ตาราง กราฟ พร้อมการบรรยายดังนี้

1. ผลการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว นำเสนอทรัพยากรท่องเที่ยว ภูมิอากาศ กิจกรรมการท่องเที่ยว โดยบรรยายพร้อมภาพประกอบ
2. ผลการวิเคราะห์ประชากรทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ประชาชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวชาวไทย สรุปรายงานผลในรูปแบบของตาราง กราฟ ประกอบการบรรยาย
3. กำหนดแผนกลยุทธ์ ยุทธศาสตร์การพัฒนารท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนสำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราช
4. ผลสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง แผนแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
จังหวัดชุมพร สรุปผลการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

1. จุดมุ่งหมาย ขอบเขต และวิธีวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษาประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของการพัฒนาการท่องเที่ยว
จังหวัดชุมพร
3. เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัด
ชุมพร

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อนำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดชุมพร
เสนอต่อองค์กรภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด
ชุมพร และพื้นที่อื่นที่สนใจ เพื่อฐานเป็นฐานข้อมูลสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้
ประกอบการจัดการวางแผนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ ภาครัฐ เอกชน ประชาชน และ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย ได้แก่ เขตอำเภอเมืองชุมพร อำเภอปะทิว อำเภอ
ละแม และอำเภอหลังสวน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดชุมพร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างประชากร โดยสุ่มตัวอย่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มละ 100 คน รวม 4 กลุ่ม เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ประกอบด้วย

1. ภาครัฐ ได้แก่ หัวหน้าส่วนราชการ และหัวหน้าระดับต่าง ๆ ของจังหวัดชุมพร
2. ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการภาคธุรกิจด้านการบริการการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร คณะครู-อาจารย์สถาบันศึกษาของภาคเอกชน สมาคมการท่องเที่ยว
3. ภาคประชาชน ได้แก่ กลุ่มประชาชนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดชุมพร
4. นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร

ขอบเขตของหัวข้อการวิจัย

ผู้วิจัยจะทำการวิจัยในหัวข้อต่อไปนี้

1. การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร
2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร
3. การกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการของการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดชุมพร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากหน่วยงานที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการดำเนินงานการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ในระดับจังหวัดและระดับอำเภอ ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดชุมพร หัวหน้างานวางแผนยุทธศาสตร์จังหวัดชุมพร ผู้อำนวยการศูนย์ท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดชุมพร ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคใต้เขต 5 นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดชุมพร รวมทั้งสิ้น 100 คน

2. ภาคเอกชน ผู้วิจัยทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชุมพร จำแนกเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการบริการท่องเที่ยวที่พักแรม บริษัททัวร์ ขนส่ง ภัตตาคารร้านอาหาร สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร สมาคมมัคคุเทศก์ สมาคมโรงแรมจังหวัด รวมทั้งสิ้น 100 คน

3. ภาคประชาชน ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลนคร และประชาชนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอปะทิว อำเภอละแม และ

อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างในจังหวัด แบ่งตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนประชากรในจังหวัดชุมพร รวมทั้งสิ้น 100 คน โดยใช้การเทียบตารางของ Taro Yamane (ปัญญา อธิวิทย์เลิศ, 2545, หน้า 3) ที่ค่าความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซ็นต์ ขนาดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ $\pm 10\%$

4. นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลในอำเภอ เมือง อำเภอปะทิว อำเภอละแม และอำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Accidental Sampling รวมทั้งสิ้น 100 คนโดยใช้การเทียบตารางของ Taro Yamane (ปัญญา อธิวิทย์เลิศ, 2545, หน้า 3) ที่ค่าความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซ็นต์ ขนาดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ $\pm 10\%$

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือ 2 ประเภท

1. เครื่องมือที่ใช้วิจัยเชิงสำรวจ ได้แก่ แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร (Tourism Resources Audit) โดยใช้วิธีการแบบสังเกตการณ์ที่มีเค้าโครงกำหนดไว้ล่วงหน้า (Structure observation) ของสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยนครินทร์วิโรฒ ร่วมจัดทำกับมหาวิทยาลัย Oxford Brookes ประเทศอังกฤษ สำหรับนำมาเป็นเครื่องมือเพื่อตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร 5 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ทรัพยากรด้านเทศกาล ประเพณีและมหกรรม ทรัพยากรด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และทรัพยากรด้านการบริการการท่องเที่ยว
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม 2 ชุด ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ปฏิบัติงานในภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว (Supply Side) ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวผู้ต้องการสินค้าด้านการบริการท่องเที่ยว (Demand Side)
3. วิธีหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ
ขั้นตอนแรก ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน แล้วปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
ขั้นที่สอง ทดลองใช้แบบสอบถาม (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ราย จากกลุ่มตัวอย่างประชากร 4 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจ ความหมาย เวลาที่ใช้ และการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลการวิจัย เพื่อให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการวิจัย โดยดำเนินการรวบรวมข้อมูลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น รวบรวมข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชุมพรในด้านสภาพทางภูมิศาสตร์ ประชากร ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวหลังจากนั้นได้ดำเนินการส่งหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว และดำเนินการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับและเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่สมบูรณ์เพื่อให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่กำหนดไว้

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามตามที่กำหนดไว้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลมาบันทึก เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Means) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติสำหรับการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ ได้แก่ การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผู้วิจัยได้นำไปทำการ Try Out หาค่าครอนบาคได้สัมประสิทธิ์คือ 0.9 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นดังกล่าวสูงกว่าค่าความเชื่อมั่นที่ตั้งไว้คือ 0.83

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะรายงานผลโดยสอดคล้องกับแบบสอบถาม โดยมีผลวิจัยทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม งานเทศกาลประเพณี กิจกรรม การบริการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของจังหวัดชุมพร ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทิศนคติเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร ตลอดจนการมีส่วนร่วมภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการนำค่าผลรวมสูงสุดของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม มาเฉลี่ยเพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาจังหวัดชุมพร

สรุปผลการตรวจสอบทรัพยากร

ผู้วิจัยขอสรุปว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญของจังหวัดชุมพรอาจแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ตามระบบนิเวศได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่อยู่ในระบบนิเวศทะเลเช่น อุทยานแห่งชาติ หมู่เกาะชุมพร หาดทรายรี เกาะมัตตรา ทรัพยากรท่องเที่ยวในระบบนิเวศบก ได้แก่ป่าไม้ น้ำตก ถ้ำ เช่นวนอุทยานเขาพัง น้ำตกเหวไหลม ถ้ำขุนกระโทง และทรัพยากรท่องเที่ยวระบบนิเวศบกที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่นสวนผลไม้ ไร่ สวนเกษตร ในส่วนที่เกี่ยวกับการประเมินทรัพยากร ผู้วิจัยขอสรุปว่า ทรัพยากรทั้ง 3 ระบบมีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง หาดและเกาะท่องเที่ยวมีความโดดเด่นและมีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับสูง

ผู้วิจัยขอสรุปว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดชุมพร แบ่งเป็น 2 ส่วนคือทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ เช่น ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช วัดหลวงชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ วัดถ้ำรับเรือ วัดเจ้าฟ้าศาลาลอย วัดพระธาตุสวี วัดถ้ำขวัญเมือง และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชุมพร ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านวิถีชีวิตและหัตถกรรม ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น วิถีชีวิตชาวสวนและประมง วิถีชีวิตลาวโซ่ง หัตถกรรมพื้นบ้าน เลือกระจูดไม้กวาดดอกหญ้าในส่วนที่เกี่ยวกับการประเมินทรัพยากร ผู้วิจัยขอสรุปว่า ทรัพยากรทั้ง 2 ส่วนนั้นมีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง ศาสนาและประวัติศาสตร์มีความโดดเด่นและมีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

ผู้วิจัยขอสรุปว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวเทศกาล ประเพณีและมหรหรรรม อาจแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือเทศกาลเกี่ยวกับประเพณี เช่น งานเทิดพระเกียรติเสด็จในกรมหลวงชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ และงานประเพณีแห่พระแข่งเรือ งานขึ้นถ้ำรับเรือ เทศกาลเกี่ยวกับมหรหรรรม เช่น งานแข่งขันเรือยาว ขึ้นโขงชิงธง งานกาชาด เทศกาลที่เกี่ยวกับธรรมชาติ เช่น เทศกาลล่องแพพะโต๊ะ เทศกาลดูเหยี่ยวอพยพ งานวันผลไม้หลังสวน งานโลกทะเลชุมพร ผู้วิจัยขอสรุปว่า ทรัพยากรทั้ง 3 กลุ่มนั้นมีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง เทศกาลที่เกี่ยวกับธรรมชาติมีความโดดเด่นและมีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวระดับสูง

ผู้วิจัยขอสรุปว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม อาจแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือกิจกรรมทางทะเล เช่นดำน้ำชมปะการัง และฝูงปลานานาชนิด อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร กิจกรรมทางบก เช่นการส่องนก เส้นทางศึกษาธรรมชาติ ปันจรรย์านเสือภูเขา ล่องแพพะโต๊ะ กิจกรรมเกี่ยวกับวิถีชีวิต เช่นเยี่ยมชมสวนผลไม้ สวนส้ม ไร่กาแฟ ล่องเรือชมหิ่งห้อย ชมวิถีชีวิตชาวนาแบบดั้งเดิม สัมผัสวิถีชีวิตชาวประมง ผู้วิจัยขอสรุปว่า ทรัพยากรทั้ง 3 กลุ่มนั้นมีคุณภาพอยู่ในระดับสูง กิจกรรมทางทะเลมีความโดดเด่นและมีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับสูง

ผู้วิจัยขอสรุปว่า ทรรศการท่องเที่ยวด้านการบริการที่มีความเหมาะสมของจังหวัดชุมพร อาจแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือการบริการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมและป้ายบอกทาง การบริการท่องเที่ยวด้าน ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสเฮ้าส์ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร การบริการท่องเที่ยวส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวปั้มน้ำมัน ปั้มน้ำแก๊ส NGV, LPG ATM ไปรษณีย์ สถานีอนามัย และห้องสุขา ผู้วิจัยขอสรุปว่า การบริการท่องเที่ยวทั้ง 3 ส่วนนั้นมีคุณภาพอยู่ในระดับต่ำกว่าการบริการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมและป้ายบอกทาง มีความโดดเด่นและมีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของภาคีรัฐ เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น หญิงมากกว่าชายแต่ไม่ต่างกันมากนัก โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 35-54 ปี และส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือข้าราชการ พนักงานลูกจ้าง ค่าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 25,000 บาท

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น ชายมากกว่าหญิงแต่ไม่ต่างกันมากนัก โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 24-44 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงาน โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพของกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ สำหรับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ กรุงเทพฯและปริมณฑล มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เลือกศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อน/ญาติ และวารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง ซึ่งส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สนใจเป็น อุทยานแห่งชาติ ดำน้ำ พายเรือ/เที่ยวเกาะ ล่องแก่ง รับประทานอาหารพื้นเมือง และ ชื้อสินค้าพื้นเมือง/ Shopping นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรแล้วมากกว่า 3 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดชุมพร เพื่อ ท่องเที่ยวพักผ่อน ลักษณะการมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากับครอบครัว โดยรถยนต์ส่วนตัว โดยส่วนใหญ่เลือกที่จะพักค้างคืน กับรีสอร์ท โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาการพักแรม 1 คืน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,000 – 3,000 บาท เฉลี่ยต่อวันต่อคน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรในฤดูหนาวและคิดที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากความเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีน้ำใจและมิตรไมตรี เป็นปัจจัยและแรงจูงใจที่สำคัญในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว ความ

ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และมีแรงจูงใจด้านการศึกษาธรรมชาติ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรมีแรงจูงใจด้านท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร หาดทรายรี ถ้าเขาเกียบ น้ำตกเหวไหลม เขตอนุรักษ์สัตว์ป่าถ้าเขาพลูเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราชในกรมกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชุมพร มีแรงจูงใจด้านท่องเที่ยวซื้อสินค้า OTOP ผลไม้ สินค้าพื้นเมือง

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เชิงวัฒนธรรม เทศกาล ประเพณีและมหรหรรรม กิจกรรมท่องเที่ยว และทรัพยากรการบริการ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม คือ

ผู้วิจัยขอสรุปว่าทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร คือ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพรเกาะมัตรา เกาะลังกาจิว หาดอรุณทัย อ่าวทุ่งมะขามนอก/ใน หาดธารดรภาพ หาดทรายรี หาดทุ่งวัวแล่น หาดตะวันฉาย เกาะทะลุ เกาะละวะ เกาะมะพร้าว เกาะพิทักษ์ สวนส้มนายดำ สวนทิพย์ สวนเกษตรมีดีออร์คิด ไร่กาแฟ ศูนย์วิจัยพืชสวน น้ำตกทับช้าง น้ำตกเหวไหลม น้ำตกทุ่งยอด วนอุทยานน้ำตกกะเปาะ วนอุทยานเขาพัง เขตอนุรักษ์สัตว์ป่าถ้าเขาพลู และถ้าขุนกระโทง บ่อน้ำร้อน ถ้าเขาพลู ถ้าเขาเกียบ

ผู้วิจัยขอสรุปว่าทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่น่าท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร คือ ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราชในกรมกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราชในกรมกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ วัดถ้ำรับเร่อ วัดเจ้าฟ้าศาลาลอย วัดพระธาตุสวี วัดถ้ำขวัญเมือง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชุมพร วิถีชีวิตชาวสวนและชาวประมงภาคใต้ อนุสาวรีย์ ยุวชนทหาร สงครามโลก ครั้งที่สอง สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น เสื้อกระจุ๊ด ไหมกวาดดอกหญ้า ดอกไม้ประดิษฐ์ และวิถีชีวิตชุมชนลาวโซ่ง

ผู้วิจัยขอสรุปว่าทรัพยากรท่องเที่ยวด้านเทศกาล ประเพณีและมหรหรรรม ที่น่าท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร คืองานเกิดพระเกยติเสด็จในกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์และงานกาชาด งานประเพณีแห่พระแข่งเรือ งานแข่งขันเรือยาวขึ้นโขนชิงธง ชิงถ้วยพระราชทานคลองในหลวง งานโลกทะเลชุมพร งานขึ้นถ้ำรับเร่อ เทศกาลล่องแพอำเภอยะไต๊ะ งานวันผลไม้หลังสวน และเทศกาลดูเหยี่ยวอพยพแห่งประเทศไทย ตำบลท่ายาง

ผู้วิจัยขอสรุปว่าทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ที่น่าท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร คือดำน้ำชมปะการัง และฝูงปลานานาชนิด อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร การล่องนก อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร เยี่ยมชมสวนผลไม้ สวนส้ม ไร่กาแฟ สัมผัสวิถีชีวิตชาวประมงบนเกาะพิทักษ์ ล่องแพอำเภอยะไต๊ะ ยิงปืนระบบรณยุทธ สนามยิงปืนชุมพรและเส้นทางปั่นจักรยานเสือภูเขา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร ศึกษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตอนุรักษ์สัตว์ป่าถ้าเขาพลู เส้นทางศึกษาธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร ล่องเรือชมหิ่งห้อย คลองอู่ตะเภา และชมวิถีชีวิตชาวนา บ้านยางสน

ผู้วิจัยขอสรุปว่าทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการบริการ ที่มีความเหมาะสมของจังหวัดชุมพร คือ ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร มีมาตรฐานและจำนวนที่เหมาะสม ปั้มน้ำมัน /ปั้มแก๊ซ NGV, LPG / ATM / ไปรษณีย์ ร้านขายของที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง ร้านสะดวกซื้อ ตลาด ศูนย์การค้า ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว ห้องสุขาในจังหวัดและในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและจำนวนเพียงพอ โรงพยาบาล สถานเอนามัย คลินิก ร้านแผนไทย มีบริการด้านการคมนาคมเพื่อเข้าถึงจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และระบบจราจรที่คล่องตัว ป้ายบอกทาง ที่จอดรถมีความเหมาะสม

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของจังหวัดชุมพร

จุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรคือ เป็นที่ตั้งของศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราชและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง และมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น ได้แก่ อุทยานแห่งชาติทางทะเล ปะการัง จังหวัดชุมพรอยู่บนเส้นทางเอเชียไฮเวย์ซึ่งสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวมาเลเซีย อินโดนีเซีย สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยว พม่าผ่านทางจังหวัดระนอง มีความสมบูรณ์ด้านอาหาร ผลไม้ และความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน

จุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร คือ การบริหารงานขาดการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบ ขาดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว เช่น หน่วยกู้ภัยทางทะเล ขาดองค์การด้านการตลาดและบริการ การท่องเที่ยวระดับจังหวัด ขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม ขาดมาตรฐานการให้บริการที่ดีของสถานบริการด้านการท่องเที่ยว และข้อมูลการท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดนโยบายวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นศูนย์

โอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรคือ จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีคุณภาพและชื่อเสียงระดับโลก จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านศูนย์ศึกษาวิจัยวงจรชีวิตนกนางแอ่น จังหวัดชุมพรเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวมาเลเซีย อินโดนีเซีย และจังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีมาตรฐานระดับโลก

อุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรคือ การปรับตัวขึ้นของราคาน้ำมัน/อัตราดอกเบี้ย ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก และความไม่มั่นคงทางการเมืองของประเทศ มีคู่แข่งทางการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงที่นำกลั้ว ปัญหาภัยธรรมชาติอุทกภัย วาตภัย เป็นอุปสรรคต่อ

การท่องเที่ยว มีการระบาดของไข้หวัด 2009 และการลงทุน ของชาวต่างชาติ เข้ามาแสวงหา
ผลประโยชน์มากขึ้นไป

ผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT
Analysis) ของจังหวัดชุมพร ในรูปแบบตารางดังนี้



ตาราง 108 SWOT Analysis

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>1. เป็นที่ตั้งของศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช</p> <p>2. มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น ได้แก่ อุทยานแห่งชาติทางทะเล ปะการัง</p> <p>3. จังหวัดชุมพรอยู่บนเส้นทางเอเชียไฮเวย์ซึ่งสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวมาเลเซีย อินโดนีเซีย</p> <p>4. สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวพม่าผ่านทางจังหวัดระนอง</p> <p>5. มีความสมบูรณ์ด้านอาหาร ผลไม้</p> <p>6. ความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน</p>	<p>1. การบริหารงานขาดการเชื่อมโยง ระหว่างหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง</p> <p>2. ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบ</p> <p>3. ขาดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย นักท่องเที่ยว เช่น หน่วยกู้ภัยทางทะเล</p> <p>4. ขาดองค์ความรู้ด้านการตลาดและบริการ การท่องเที่ยวระดับจังหวัด</p> <p>5. ขาดองค์ความรู้ด้านการตลาดและบริการ การท่องเที่ยวระดับจังหวัด</p> <p>6. ขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม</p> <p>7. ขาดมาตรฐานการให้บริการที่ดีของสถานบริการด้านการท่องเที่ยว และข้อมูลการท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ</p> <p>8. ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดนโยบายวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น</p>
โอกาส	อุปสรรค
<p>1. จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีคุณภาพและชื่อเสียงระดับโลก</p> <p>2. จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านศูนย์ศึกษาวิจัยและพักผ่อนนง่าน</p> <p>3. จังหวัดชุมพรเป็นประตูการท่องเที่ยวมาเลเซีย อินโดนีเซีย</p> <p>4. จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีมาตรฐานระดับโลก</p>	<p>1. การปรับตัวขึ้นของราคาน้ำมัน/อัตราดอกเบี้ย</p> <p>2. ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก และความไม่มั่นคงทางการเมืองของประเทศ</p> <p>3. มีคู่แข่งทางการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงที่นำกลัว</p> <p>4. ปัญหาภัยธรรมชาติอุทกภัย วาตภัย เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว</p> <p>5. มีภาวะระบาดของไข้หวัด 2009</p> <p>6. การลงทุน ของชาวต่างชาติ เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์มากเกินไป</p> <p>7. การลงทุน ของชาวต่างชาติ เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์มากเกินไป</p>

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และ โครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของจังหวัดชุมพร

วิสัยทัศน์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน คือ จังหวัดชุมพรจะ Brandจังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลด้านการดำน้ำที่มีมาตรฐานระดับโลกเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จังหวัดชุมพรจะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อปลูกจิตสำนึกของชาวชุมพรให้เกิดความรัก ห่วงแหนและอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิตของชาวชุมพรอย่างยั่งยืน จังหวัดชุมพรจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพสูงสุด เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชนจังหวัดชุมพร จังหวัดชุมพรจะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

ยุทธศาสตร์ของจังหวัดชุมพรในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปะวัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1.1 การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land use) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีโครงการสำคัญตามลำดับดังนี้ โครงการที่ 1 กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลในอุทยานแห่งชาติ หมู่เกาะชุมพร โครงการที่ 2 ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวบริเวณหาดทรายรี โครงการที่ 3 กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดชุมพรและโครงการที่ 4 ยกระดับมาตรฐานและ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณป่าต้นน้ำพะโต๊ะโครงการที่ 5 กำหนดมาตรฐานและเส้นทางการท่องเที่ยวป่าชายเลน คลองคู่ตะเภา โครงการที่ 6 กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวพื้นที่ตามแนวพระราช ดำริ หนองใหญ่

กลยุทธ์ที่ 1.2 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมี โครงการสำคัญตามลำดับดังนี้ โครงการที่ 1 ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวเกษตร อินทรีย์ หาดทุ่งวัวแล่น โครงการที่ 2 การนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ย ก๊าซชีวภาพ เพื่อใช้ในโรงแรมและ ภัตตาคารในจังหวัดชุมพร โครงการที่ 3 การบำบัดน้ำเสียในโรงแรม รีสอร์ท และร้านอาหาร ริมหาด ภาวดรภาพ โครงการที่ 4 การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลมในโรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ ในหาดทรายรี โครงการที่ 5 การจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวโดยการใช้น้อง ไข่ข้าว นำกลับมาใช้ ใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีโครงการสำคัญตามลำดับ ดังนี้ โครงการที่ 1 ยกกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยววัด พิพิธภัณฑสถาน โบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ในจังหวัดชุมพร โครงการที่ 2 ยกกระดับสินค้า บริการ และกิจกรรมด้านน้ำสู่มาตรฐานโลก โครงการที่ 3 ยกกระดับสินค้า บริการ และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานสากลโครงการที่ 4 ยกกระดับการท่องเที่ยวพื้นที่ตามแนวพระราชดำริ หนองใหญ่ โครงการที่ 5 ยกกระดับมาตรฐานด้านที่พักแรม ร้านอาหาร และบริการทางการท่องเที่ยวหาดทรายรี หาดถาวรตราบาป สู่มาตรฐานโลก โครงการที่ 6 ยกดับกิจกรรมล่องแก่ง ล่องแพ และเดินป่า อำเภอพะโต๊ะสู่มาตรฐานสากล โครงการที่ 7 ยกดับการท่องเที่ยวถ้ำและน้ำตก บริเวณน้ำตกเหวไหลมสู่มาตรฐานสากล โครงการที่ 8 ยกดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานสากล สวนนายดำ สวนทิพย์ โครงการที่ 9 กำหนดเส้นทางย้อมร้อยเสด็จประพาส รัชกาลที่ 5 ถ้ำเขาเงิน อำเภอหลังสวน โครงการที่ 10 ยกดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธาราบ้ำบัด บ่อน้ำร้อนถ้ำเขาพลู อำเภอละแม โครงการที่ 11 ยกดับการท่องเที่ยวแหล่งโบราณคดี เขานาพร้าว อำเภอท่าแซะ

กลยุทธ์ที่ 2.2 การจัดการด้านการตลาด ซึ่งมีโครงการสำคัญตามลำดับดังนี้ โครงการที่ 1 การสร้าง Brand ท่องเที่ยวด้านน้ำจังหวัดชุมพรในระดับโลก โครงการที่ 2 วิจัยกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของจังหวัดชุมพร โครงการที่ 3 การสร้าง Brand ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดชุมพรในระดับภูมิภาคเอเชีย โครงการที่ 4 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร โครงการที่ 5 จัดประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย Brand ด้านน้ำและ Brand ท่องเที่ยวเชิงเกษตร โครงการที่ 6 การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นประตูสู่พม่า โครงการที่ 7 การสร้างสื่อโฆษณาการท่องเที่ยวเพื่อขายตรง เว็บไซต์และเชิญสื่อท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร โครงการที่ 8 จัดทำส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร

กลยุทธ์ที่ 2.3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งมีโครงการสำคัญตามลำดับดังนี้ โครงการโครงการที่ 1 ตั้งองค์กรกลางเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม โครงการที่ 2 ประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด โครงการที่ 3 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โครงการที่ 4 หลักสูตรมาตรฐานเพื่ออบรมบุคลากรการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรให้ก้าวไปในระดับสากล โครงการที่ 5 จัดตั้งศูนย์ประสานงานป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว โครงการที่ 6 วางแผนปฏิบัติการการจัดการท่องเที่ยวระดับชุมชน ตำบล อำเภอและระดับจังหวัดชุมพร โครงการที่ 7 สร้างมหาวิทยาลัยชุมพรเขตรอุดมศักดิ์และหลักสูตรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและด้านน้ำ โครงการที่ 8 จัดตั้งศูนย์กู้ภัยทางทะเล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 3.1 การกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นซึ่งมีโครงการสำคัญตามลำดับดังนี้ โครงการที่ 1 การจัดตั้งศูนย์สินค้าและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทะเล และสินค้าเกษตร อำเภอเมือง โครงการที่ 2 การอบรมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านการดำน้ำ จังหวัดชุมพร โครงการที่ 3 การเพิ่มมูลค่างานหัตถกรรม สื่ เครื่องจักสาน อำเภอท่าแซะ โครงการที่ 4 การจัดตั้งธุรกิจขนาดกลาง ด้านที่พักโฮมสเตย์สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนบ้านบางน้ำจืด โครงการที่ 5 การอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โครงการที่ 6 การอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการที่พัก ร้านอาหารและบริการท่องเที่ยว โครงการที่ 7 การอบรมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านแพทย์ ทางเลือกและสมุนไพร จังหวัดชุมพร

กลยุทธ์ที่ 3.2 การสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาความเข้มแข็งในชุมชนซึ่งมีโครงการสำคัญตามลำดับดังนี้ โครงการที่ 1 อบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ในอำเภอเมือง โครงการที่ 2 การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์ในเกาะพิทักษ์ โครงการที่ 3 สร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวและร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรป่าต้นน้ำอำเภอพะโต๊ะ โครงการที่ 4 การรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ระดับอำเภอและ ตำบล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 4.1 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งมีโครงการสำคัญตามลำดับดังนี้ โครงการที่ 1 สนับสนุนส่งเสริมประเพณี แข่งเรือยาว ขึ้นโขงชิงธง อำเภอหลังสวนปีละ 1 เดือน โครงการที่ 2 สร้างศูนย์วิจัยด้านสวนผลไม้ อำเภอเมือง โครงการที่ 3 การสืบทอดวิถีชีวิตชาวเล ชุมชนบางน้ำจืด เกาะพิทักษ์ โครงการที่ 4 ยกกระดับ เทศกาลดูเหยี่ยวอพยพแห่งประเทศไทยสู่ภูมิภาคเอเชีย โครงการที่ 5 จัดเทศกาลชิมผลไม้เมือง ชุมพร เดือนมิถุนายน บริเวณหาดทรายรี โครงการที่ 6 ยกกระดับงานเปิดโลกทะเลชุมพร สู่มาตรฐานสากล โครงการที่ 7 จัดประกวดการเล่นหนังตลุง อำเภอเมือง โครงการที่ 8 จัดเทศกาล อนุรักษ์อาหารทะเล ครัวเมืองชุมพร เดือนพฤษภาคม โครงการที่ 9 จัดตั้งศูนย์อนุรักษ์การทำนา แบบวิถีดั้งเดิม บ้านบางสน โครงการที่ 10 จัดประกวด เพลงกล่อมเด็ก เพลงนา เพลงเรือ อำเภอ เมือง โครงการที่ 11 อนุรักษ์วิถีชีวิต อนุรักษ์ศิลปประเพณีแกะตัวหนังตะลุง อำเภอท่าแซะ

กลยุทธ์ที่ 4.2 การปลูกจิตสำนึก ซึ่งมีโครงการสำคัญตามลำดับดังนี้ โครงการที่ 1 อบรม ด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน แก่ อบจ. อบต. อำเภอเมืองชุมพร โครงการที่

2 จัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์และพิทักษ์ป่าต้นน้ำ อำเภอพะโต๊ะ โครงการที่ 3 อบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมแก่เยาวชน จังหวัดชุมพร

กลยุทธ์ที่ 4.3 การพัฒนาจิตใจ ซึ่งมีโครงการสำคัญตามลำดับดังนี้ โครงการที่ 1 อบรมความรู้เรื่องศาสนาและวัฒนธรรมสำหรับเยาวชน โครงการที่ 2 การฝึกปฏิบัติธรรมตามแนวพระพุทธศาสนาสำหรับนักท่องเที่ยว โครงการที่ 3 อบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โครงการที่ 4 การเสริมสร้างทักษะผู้นำชุมชนรุ่นใหม่

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดชุมพร ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของจังหวัดชุมพรดังนี้

บทบาทหน้าที่ของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร ควรจะมีบทบาทในการสร้างมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว พัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว สร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ และการลงทุนด้านการพัฒนาสาธารณูปโภค

บทบาทหน้าที่ของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร ควรจะมีบทบาทในการร่วมสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนการกระจายรายได้สู่ชุมชน ร่วมสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ร่วมกำหนดนโยบายและการลงทุนด้านการพัฒนาสาธารณูปโภค

บทบาทหน้าที่ของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร ควรจะมีบทบาทในการดูแลรักษาทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล และมีส่วนร่วมประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร ซึ่งได้รับมาจากภาคส่วนต่างๆ ผู้วิจัยขอสรุปในหัวข้อดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ

1. องค์กรท้องถิ่นควรจะมีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้
2. ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากกว่านี้
3. สินค้าและบริการตามแหล่งท่องเที่ยวไม่เหมาะสมกับราคา
4. หากดูชาย จุดเด่นที่แท้จริงของจังหวัดไม่ได้
5. ปรับปรุงแหล่งโบราณสถานอื่นๆบ้าง เพื่อเป็นกระจายนักท่องเที่ยว
6. ควรมีการส่งเสริมการสร้างจุดเด่นในแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักให้มากกว่านี้
7. ควรมีการสนับสนุนด้านงบประมาณและบุคลากรทางการท่องเที่ยว

8. บูรณาการแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน
9. ส่งเสริมอาชีพท้องถิ่น ที่ก่อให้เกิดรายได้
10. สนับสนุนการเลี้ยงสัตว์เพื่อบริโภค ได้แก่ ไก่ หมู และปลา ตามมาตรฐานสากล
11. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
12. พัฒนาการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน มีการวางแผน วางโครงสร้างในการพัฒนาการท่องเที่ยว

13. จัดทำวิจัยนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
14. ควรมีการจัดทำการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์
15. ควรมีการอับเขตปฏิทินท่องเที่ยว
16. มีการเพิ่มงบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
17. รัฐควรสนับสนุนงบประมาณเพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดและดูแลอย่างต่อเนื่อง
18. ควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตจากสินค้าทางการเกษตรมากขึ้น
19. พัฒนาการเกษตรอินทรีย์
20. สนับสนุนและเพิ่มพื้นที่การทำสวน ทำไร่ ทำนา และสวนผลไม้ให้มากขึ้นเพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในจังหวัด

21. ควบคุมราคาสินค้า ให้ได้มาตรฐาน
22. พัฒนาการผลิตภัณฑ์สินค้าในท้องถิ่น
23. เพิ่มการลงทุนของชาวไทย
24. พัฒนาทางด้านการตลาดใหม่ๆ
25. การประชาสัมพันธ์จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และระบบสาธารณูปโภค

1. มีการจัดพื้นที่ที่ไม่บดบังทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว
2. การอนุรักษ์ธรรมชาติร่วมกับทรัพยากรเชิงวัฒนธรรม
3. เพิ่มการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยเริ่มจากคนในจังหวัด
4. เอาใจใส่กับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับภาวะโลกร้อน
5. ลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถย่อยสลายได้
6. การก่อสร้างต้องไม่ทำลายธรรมชาติ
7. ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

8. จัดให้มีการปลูกต้นไม้ ดอกไม้ หรือไม้ยืนต้นตามแนวถนนทุกสายให้ดูสวยงาม
9. จัดให้มีสวนสาธารณะเป็นที่พักผ่อนและเป็นที่พักกายเพิ่มขึ้น
10. จัดให้มีการปลูกป่าและอนุรักษ์ต้นน้ำลำธาร
11. จัดให้มีคณะกรรมการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องภายในแหล่งท่องเที่ยว กำหนด

ผู้รับผิดชอบด้านต่างๆอย่างชัดเจน

12. ปรับปรุงน้ำประปาให้สะอาด และไฟฟ้าไม่ให้เกิดบ่อยๆ โดยเฉพาะช่วงฤดูฝน
13. ควรมีการแบ่งโซนที่พัก
14. ควรสร้างสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้มีอยู่ตลอดไป
15. ควรทำป้ายขอความร่วมมือไม่ให้ทำลายธรรมชาติ และสิ่งแวดลอม
16. ทำถนนให้ได้มาตรฐาน ไม่มีหลุมบ่อ และมีท่อระบายน้ำ
17. ปรับปรุงสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
18. พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค ไฟฟ้า ถนน
19. รักษาความสะอาดของหาด
20. ปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์
21. อยากให้มีเจ้าหน้าที่มาดูแลเรื่องการคมนาคมโดยตรง การขับขีรถ จอดรถ การเดินเรือ จอดเรือ และด้านความปลอดภัย
22. สร้างแกนนำในการแก้ไขฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว จัดอบรมผู้นำท้องถิ่น
23. ทำป้ายบอกเส้นทางให้ชัดเจนกว่านี้
24. ควรมีการสร้างระบบความน่าเชื่อถือ ทางด้านสิ่งแวดล้อม
25. ควรมีการโครงการนำร่องของโรงแรม และรีสอร์ทที่ใช้พลังงานทดแทน
26. ควรเพิ่มสัญญาณจราจรให้มากขึ้นเพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุ
27. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว
28. พัฒนาไปในทิศทางที่ธรรมชาติยังคงอยู่มากที่สุด
29. ให้ตระหนักถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และผู้ที่ทำมาค้าขาย
30. ควรทำถนนให้มากกว่านี้เพื่อให้ครอบคลุมเข้าถึงได้ทุกที่
31. ควรมีการอนุรักษ์ปะการัง ไม่ให้ถูกทำลายไปมากกว่านี้
32. ไม่จัดเทศกาลให้มีระยะเวลาที่ยาวนานกว่านี้
33. ควรตัดไม้ทำลายป่าเพื่อสร้างรีสอร์ท
34. อยากให้การเดินทางสะดวกมากกว่านี้เดินทางได้ทั้งวัน ทั้งคืน

35. สถานที่พักโรงแรมมีราคาแพงเมื่อเทียบกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี
36. การคมนาคม พัฒนาปรับปรุงถนน
37. การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
38. รักษาความสะอาดบริเวณชายหาด
39. อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
40. สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละจุดควรมีคำนิยามถึงเรื่องความสะอาดซึ่งยังคงมีน้อย
41. สถานที่บนเชิงไม่มีป้ายบอก
42. น่าจะเพิ่มสถานที่บนเชิง พักผ่อนให้มากกว่านี้
43. ควรพัฒนาเกี่ยวกับความสะอาดทสวายบริเวณหาด
44. ความสะอาดของชายหาด
45. พัฒนาเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป
46. ระบบสาธารณูปโภคในบริเวณที่ห่างไกล
47. ให้อำนาจในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและรักษาสิ่งแวดล้อม
48. ระบบบำบัดน้ำเสียก่อนลงสู่ทะเล
49. ควรมีถนน 4 เลนจากตัวเมืองถึงศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์
50. ควรมีป้ายสื่อความหมายที่ชัดเจน และจำนวนมากกว่านี้
51. จังหวัดชุมพรควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากกว่านี้
52. ป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจนเท่าที่ควร อยากให้เขียนป้ายให้ใหญ่กว่า
53. การเดินทางไม่สะดวกเท่าที่ควรถนนแคบ ถนนไม่ค่อยเรียบ
54. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวยังมีน้อย
55. การรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุดมีน้อย
56. พัฒนาการคมนาคม และสาธารณูปโภค
57. รักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
58. ดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว และรักษาธรรมชาติให้คงเป็นธรรมชาติมากที่สุด
59. ทำให้จังหวัดมีจุดเด่น ให้มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง
60. จัดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว
61. อยากให้มีรีสอร์ทที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น
62. กำจัดหมาจรจัด

63. ปรับปรุงระบบบำบัดน้ำเสีย
64. ปรับปรุงป้ายบอกเส้นทาง
65. โรงพยาบาลและตำรวจท่องเที่ยวทำงานไม่มีประสิทธิภาพ
66. ควบคุมดูแลเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
67. มาตรฐานด้านที่พัก
68. รักษาชายหาดและคุณภาพของน้ำทะเล
69. เพิ่มร้านสะดวกซื้อในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

1. อบรมการรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง และสนับสนุนการทำธุรกิจโดยชุมชน
2. จัดอบรม ฝึกทักษะด้านภาษาต่างประเทศ
3. ให้ความรู้กับประชาชนในท้องถิ่น
4. ดูแลเรื่องสุขภาพ และความปลอดภัยโดยทั่วไป
5. เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน
6. พัฒนาทักษะงานฝีมือให้กับชุมชน
7. อบรมอาชีพเสริมให้กับชุมชน
8. สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน
9. ควรจัดให้มีการให้ความรู้แก่ประชาชน
10. ควรมีการอบรมภาวะการเป็นผู้นำที่เข้มแข็ง ให้กับชุมชน
11. ควรมีการจัดอบรม ประชุมบุคลากรในท้องถิ่นให้ได้รับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง
12. อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ด้านระบบนิเวศทางทะเล และป่าไม้
13. การพัฒนาต้องให้สอดคล้องกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน
14. เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว ยังมีไม่เพียงพอ
15. ทุกภาคส่วนควรมีการวางแผนร่วมกัน

ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม พัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึก

1. ควรมีการอนุรักษ์และสนับสนุนการปลูกสมุนไพรเพื่อการบริโภค และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนวดแผนโบราณ
2. ควรมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง
3. ควรมีการควบคุม กิจกรรมต่างๆที่เข้ามา

4. หยุดการกระทำของตำรวจที่มีการกรรโชกทรัพย์นักท่องเที่ยว
5. อย่าขวยโอกาสคิดราคากับนักท่องเที่ยวแพงมากเกินไป
6. กำจัดคอร์ปชั่น และรักษาประชาธิปไตย จะทำให้เกิดผลดีต่อการท่องเที่ยว
7. เทศบาลชุมพรควรสนใจประชาชนมากกว่านี้
8. อนุรักษ์จังหวัดให้เป็นอย่างเดิม
9. ปรามปรามอาชญากรรม ยาเสพติด
10. พัฒนาแหล่งศิลปวัฒนธรรม
11. ควรมีการจัดตั้งองค์กากลางเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มานาจบัญชาการผู้ที่มีหน้าที่

ปฏิบัติให้รักษาภูฏติกา อย่างเคร่งครัด

12. ลดอาชญากรรม ยาเสพติดอย่างจริงจัง
13. ปลุกฝังจิตสำนึกให้กับทุกภาคส่วน
14. ร่วมส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
15. รัฐควรกำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม
16. ความร่วมมือระหว่างทุกภาคส่วนในการจัดการการท่องเที่ยว
17. อยากให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยั่งยืน
18. จัดตำรวจท่องเที่ยวให้เข้ามาดูแลความสะอาด และปัญหาของนักท่องเที่ยว
19. อยากให้ประชาชนมีน้ำใจต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พุดจาไพเราะ ไม่ทะเลาะกัน

การอภิปรายผล

การอภิปรายผลการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ประมวลผลตามทฤษฎีการตรวจสอบทรัพยากร (Resource Audit) โดยสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2545, หน้า, 68-72) และ(พยอม ธรรมบุตร, 2541, หน้า 44) ผู้วิจัยขออภิปรายว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นสำหรับการท่องเที่ยวชุมพร ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเล ป่าไม้ และวัฒนธรรมประเพณี จึงเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรในอนาคตให้สอดคล้องกับกลยุทธ์แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดชุมพร ซึ่งเน้นส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างสมดุลและยั่งยืนนอกจากนี้ยังเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการเกษตรและการท่องเที่ยว(แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดชุมพร.2549.หน้า 3) ตลอดจนสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวทางทะเลด้านการดำน้ำที่มีมาตรฐานระดับโลก และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสนองนโยบายกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในตลาดต่างประเทศและในประเทศ

โดยนำเสนอสินค้าหลัก 7 หมวด ได้แก่ หมวดท่องเที่ยวทางทะเลและวิถีชีวิต (แผนการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552 หน้า 3)

การอภิปรายผลจากแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้วิจัยขออภิปรายว่า จังหวัดชุมพรควรนำข้อมูลด้านกลุ่มตลาดเป้าหมายดังกล่าวของจังหวัดนำมาจัดกลุ่ม TUCH Analysis มาศึกษาวิเคราะห์ในรายละเอียด เพื่อทราบรายละเอียดความต้องการและแรงจูงใจของกลุ่มเป้าหมาย ขณะเดียวกันทางจังหวัดควรจัดทำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการท่องเที่ยวทั้งหมดของจังหวัดโดยพิจารณาถึงคุณภาพความเสื่อมโทรม การปรับปรุงและความเป็นไปได้ในการเพิ่มมูลค่า ในตัวสินค้าและบริการ ต่อจากนั้นทางจังหวัด ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการพยากรณ์กลุ่มตลาดเป้าหมายที่จะมีเพิ่มขึ้นในอนาคตที่มีเพิ่มขึ้นในภายใน 5-10 ปีแล้ว จึงนำกลุ่มเป้าหมายใหม่และเก่า นำมาเปรียบเทียบทรัพยากรที่ได้รับการปรับปรุงและเพิ่มมูลค่าแล้ว เพื่อสนองกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดต่างประเทศและในประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551 หน้า 1)

ตอนที่ 2 ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยขออภิปรายเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติดังนี้ หนึ่งจังหวัดชุมพรยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นด้านการเกษตรเป็นสวนผลไม้ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ผู้วิจัยคิดว่าจังหวัดชุมพรควรสร้างมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวทางทะเลและยกระดับสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ด้านน้ำดังกล่าวขึ้นสู่มาตรฐาน โลก เพื่อแบรนด์ จังหวัดชุมพรเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเลระดับนานาชาติ ตลอดจนจัดให้มีโครงการเพิ่มมูลค่าให้แก่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในสวนผลไม้ซึ่งจะก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการระบายสินค้าทางการเกษตรโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางซึ่งจะเป็นการสนองกลยุทธ์ด้านการตลาดนำเสนอ ความแตกต่างที่หลากหลายของทะเลไทย โดยเฉพาะจังหวัดชุมพรมีหมู่เกาะชุมพร ซึ่งอยู่ไม่ไกลกับจุดดำน้ำที่ดีที่สุดของประเทศไทยและนำเสนอนโยบายเชิงนิเวศด้านการเกษตรของแผนการตลาด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551 หน้า 1)

สำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และเทศกาล ประเพณี มหกรรม กิจกรรมในภาพรวมนี้ ผู้วิจัยขออภิปรายว่า ในส่วนที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม จังหวัดชุมพร ควรปรับภูมิทัศน์และความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาดบริเวณศาล เพราะแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชนชาวไทยซึ่งเดินทางมาศรัทธาบูชา จึงเป็นการเพิ่มมูลค่าทางจิตใจด้วยการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในวัด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีโครงการฟื้นฟูบูรณะวัดและโบราณสถานที่มีความเสื่อมโทรมให้มีคุณภาพ และคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม

นอกจากจะเป็นการนำมาเป็นสินค้าด้านการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการสนับสนุนให้เกิดความภาคภูมิใจในการความเป็นไทยอีกด้วย ในส่วนที่เกี่ยวกับเทศกาลแข่งเรือยาว ขึ้นโขนชิงธง และเทศกาลงานเปิดโลกทะเลชุมพร เทศกาลวันผลไม้ตลอดจนเทศกาลล่องแพพะโต๊ะ และการเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาตินั้น จังหวัดควรพิจารณาสร้างระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านธุรกิจด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ในกิจกรรมต่างๆทั้งหมด เพื่อให้ชุมชนสามารถให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ตลอดจนการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมเพื่อสนองนโยบายของยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบฐานของความหลากหลายทางชีวภาพ และสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม (สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550 หน้า6)

ตอนที่ 3 การอภิปรายผลจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของจังหวัด

ชุมพร

เมื่อพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในภาพรวมแล้วผู้วิจัยขออภิปรายว่า จังหวัดชุมพรควรนำจุดแข็งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่น ที่ตั้งจังหวัดชุมพรอยู่บนเส้นทางเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวมาเลเซีย อินโดนีเซีย และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยว พม่าผ่านทางจังหวัดระนอง นำมาบูรณาการเข้ากับโอกาสของจังหวัดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีทิศทางได้แก่ พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่มีคุณภาพและชื่อเสียงระดับโลก เป็นศูนย์ศึกษาวิจัยวิจัยวิถีชีวิตคนนางแอ่น และเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวมาเลเซีย อินโดนีเซีย และพม่า ในส่วนที่เกี่ยวกับจุดอ่อนและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรนั้นผู้วิจัยขออภิปรายว่าควรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างการตลาด ภาพลักษณ์และตราสินค้า ยกกระดับการท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพิ่มรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวชุมพร เพื่อสนองนโยบายระดับชาติในแผนพัฒนาฯ 10 ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติ (สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550, หน้า6)

ตอนที่ 4 การอภิปรายผลวิสัยทัศน์

ผู้วิจัยขออภิปรายว่าในอนาคต 5-10 ปี จะBrandจังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลด้านการดำน้ำที่มีมาตรฐานระดับโลก และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพสูงสุดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและรักษาฐานการตลาดเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชนจังหวัดชุมพร สนองควบคู่ไปกับการพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อปลูกจิตสำนึกของชาวชุมพรให้เกิดความรัก ห่วงแหนและอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม

ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิตของชาวชุมพรอย่างยั่งยืน การวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวของ จังหวัดชุมพรนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ในพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากร ใต้ท้องทะเล เพื่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยั่งยืน เพื่อสนองวิสัยทัศน์ของแผน ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ได้แก่ การมุ่งพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทย ให้ก้าวสู่มาตรฐานที่มีคุณภาพเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่สามารถแข่งขันได้ใน ตลาดโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552 หน้า 1)

ตอนที่ 5 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน ของจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยขออภิปรายในส่วนของยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ที่สุด และมีกลยุทธ์ตามลำดับดังนี้ กลยุทธ์ด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land use) ในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยขออภิปรายว่า ควรใช้กรณีศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจพอเพียงของชุมพรคาบานาที่เน้นการ จัดการรีสอร์ทที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงส่งเสริมสิทธิชุมชนและการมีส่วนร่วม ใน การจัดการทรัพยากร ตลอดจนพัฒนาระบบการจัดการร่วม เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะการดูแลทรัพยากรธรรมชาติหลัก ได้แก่ ดิน น้ำ ป่าไม้ ทรัพยากร ทะเลและชายฝั่ง ทรัพยากรแร่ การแก้ปัญหาความขัดแย้งอย่างสันติวิธี รวมทั้งพัฒนาประสิทธิภาพ การบริหารจัดการเพื่อลดมลพิษและควบคุมกิจกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต โดยการเพิ่ม ประสิทธิภาพการกำจัดมลพิษขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสนองตอบยุทธศาสตร์การพัฒนามน พันธ์ฐานของความหลากหลายทางชีวภาพ และการสร้างความมั่นคงฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ และการใช้ประโยชน์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 พ.ศ.2550 – 2554, หน้า 65-80) กลยุทธ์ทั้งหมดมีโครงการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้ กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลในอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร ยกกระดับ คุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวบริเวณหาดทรายรี กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ จังหวัดชุมพร ยกกระดับมาตรฐานและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณป่าต้นน้ำพะโต๊ะ กำหนด มาตรฐานและเส้นทางท่องเที่ยวป่าชายเลน คลองอู่ตะเภา กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวพื้นที่ ตามแนวพระราชดำริ หนองใหญ่ ยกกระดับคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ หาดทุ่ง วัวแล่น การนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ย ก๊าซชีวภาพ เพื่อใช้ในโรงแรมและภัตตาคารในจังหวัดชุมพร การบำบัดน้ำเสียในโรงแรม รีสอร์ท และร้านอาหาร ริมหาดถาวรภาพ การใช้พลังงาน

แสงอาทิตย์ พลังงานลมในโรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ในหาดทรายรี การจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวโดยการใช้น้อง ใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญในลำดับรองลงมา มีกลยุทธ์ดังต่อไปนี้ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว การจัดการด้านการตลาด การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ผู้วิจัยขออธิบายว่ากลยุทธ์เหล่านี้ล้วนมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรเพื่อเพิ่มผลผลิตและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความเป็นไทย ควรใช้กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์และห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งเครือข่ายชุมชนบนรากฐานของความรู้สมัยใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย และหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อสร้างสินค้าที่มีคุณภาพและมูลค่าสูง มีตราสินค้าเป็นที่ยอมรับในตลาด รวมทั้งสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ เพิ่มประสิทธิภาพและความครอบคลุมของการให้บริการของระบบการเงินฐานรากให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถบุคลากรให้สามารถในการบริหารจัดการเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนองตอบยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 พ.ศ.2550 – 2554, หน้า 65-80)ซึ่งมีโครงการอันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามลำดับต่อไปนี้

ยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยววัด พิพิธภัณฑสถาน โบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ในจังหวัดชุมพร

ยกระดับสินค้า บริการ และกิจกรรมด้านน้ำสู่มาตรฐานโลก

ยกระดับสินค้า บริการ และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานสากล

ยกระดับการท่องเที่ยวพื้นที่ตามแนวพระราชดำริ หนองใหญ่ มาตรฐานด้านที่พักแรม ร้านอาหาร และบริการทางการท่องเที่ยวหาดทรายรี หาดภาวธรภาพ สู่มาตรฐานโลก

ยกระดับกิจกรรมล่องแก่ง ล่องแพ และเดินป่า อำเภอลำทะเมนชัย

มาตรฐานสากล

ยกระดับการท่องเที่ยวถ้ำและน้ำตก บริเวณน้ำตกเหวไหล่มสู่มาตรฐานสากล

ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานสากล สวนนายดำ สวนทิพย์ กำหนดเส้นทางเยี่ยมชมไร่เสด็จประพาส รัชกาลที่ 5 ถ้ำเขาเงิน อำเภอลำทะเมนชัย

ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธาราบำบัด บ่อน้ำร้อนถ้ำเขาพลู อำเภอละแม

ยกระดับการท่องเที่ยวแหล่งโบราณคดี เขานาพริ้ว อำเภอลำทะเมนชัย

การสร้าง Brand ท่องเที่ยวด้านน้ำจังหวัดชุมพรในระดับโลก

วิจัยกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของจังหวัดชุมพร

การสร้าง Brand ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดชุมพรในระดับภูมิภาคเอเชีย

การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร

จัดประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย Brand ด้านน้ำและ Brand ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การสร้าง

เครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นประตูสู่พม่า การสร้างสื่อโฆษณาการท่องเที่ยวเพื่อขายตรง เว็บไซต์และเชิญสื่อท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร จัดทำส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ตั้งองค์กรกลางเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม ประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน หลักสูตรมาตรฐานเพื่ออบรมบุคลากรการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรให้ก้าวไปในระดับสากล จัดตั้งศูนย์ประสานงานป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว วางแผนปฏิบัติการจัดการท่องเที่ยวระดับชุมชน ตำบล อำเภอและระดับจังหวัดชุมพร สร้างมหาวิทยาลัยชุมพร เขตอุดมศักดิ์และหลักสูตรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและดำน้ำ จัดตั้งศูนย์กู้ภัยทางทะเล

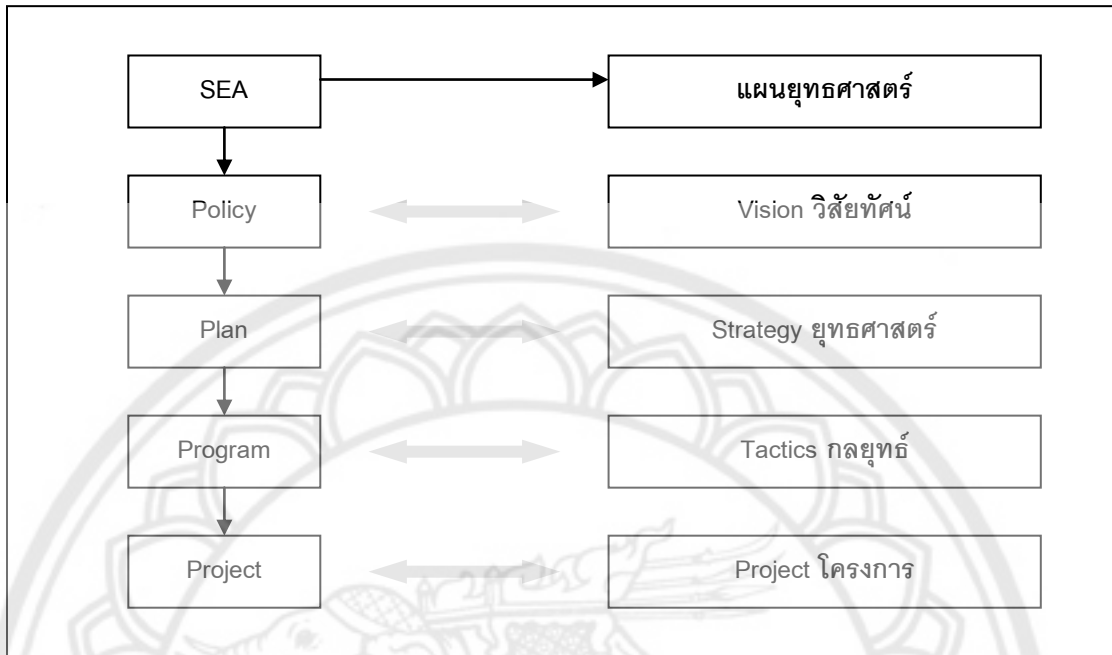
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน เป็นยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 3 ซึ่งมีกลยุทธ์ที่สำคัญตามลำดับดังต่อไปนี้ กลยุทธ์การกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นท้องถิ่น การสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาความเข้มแข็งในชุมชน ผู้วิจัยขออภิปรายว่า ควรใช้แนวทางปฏิบัติเช่นเดียวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนที่อำเภอพะโต๊ะเป็นแบบอย่างซึ่งชุมชนมีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวล่องแพพะโต๊ะหรือแม้กระทั่งกิจกรรมต่างบนลุ่มน้ำพะโต๊ะโดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง เนื่องจากชุมชนเป็นผู้รับผิดชอบ และดูแลรักษาทรัพยากรท้องถิ่น ควรส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวและร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว สนองต่อยุทธศาสตร์สร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 พ.ศ.2550 – 2554, หน้า 65-80)ซึ่งมีโครงการอันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามลำดับต่อไปนี้ การจัดตั้งศูนย์สินค้าและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทะเล และสินค้าเกษตร อำเภอเมือง การอบรมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านการดำน้ำ จังหวัดชุมพร การเพิ่มมูลค่างานหัตถกรรม สื่อ เครื่องจักสาน อำเภอท่าแซะ การจัดตั้งธุรกิจขนาดกลางด้านที่พักโฮมสเตย์สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนบ้านบางน้ำจืด การอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการที่พัก ร้านอาหารและบริการท่องเที่ยว การอบรมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านแพทย์ทางเลือกและสมุนไพร จังหวัดชุมพร อบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในอำเภอเมือง การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์ในเกาะพิทักษ์ สร้างการมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยวและร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรป่าต้นน้ำอำเภอพะโต๊ะ การรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ระดับอำเภอและตำบล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก ซึ่งมิกลยุทธ์ที่สำคัญตามลำดับดังต่อไปนี้ การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว การปลูกจิตสำนึก การพัฒนาจิตใจ ผู้วิจัยขออภิปรายว่าควรพัฒนาคนให้มีคุณธรรมนำความรู้ เกิดภูมิคุ้มกัน โดยพัฒนาจิตใจ ควบคู่กับการพัฒนาการเรียนรู้ของคนทุกกลุ่มทุกวัยตลอดชีวิตมีทักษะชีวิต พัฒนาสมรรถนะ ทักษะของกำลังแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการ พร้อมก้าวสู่โลกของการทำงานและการแข่งขันอย่างมีคุณภาพ สร้างและพัฒนากำลังคนที่เป็นเลิศโดยเฉพาะในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์ความรู้ ส่งเสริมให้คนไทยเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตจัดการองค์ความรู้ทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้สมัยใหม่ ตั้งแต่ระดับชุมชนถึงประเทศสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนส่งเสริมการดำรงชีวิตที่มีความปลอดภัย น่ายอยู่ บนพื้นฐานของความยุติธรรมในสังคม เสริมสร้างกระบวนการยุติธรรมแบบบูรณาการและการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังควบคู่กับการเสริมสร้างจิตสำนึกด้านสิทธิและหน้าที่ของพลเมือง และความตระหนักถึงคุณค่าและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เพื่อลดความขัดแย้ง สนองตอบยุทธศาสตร์การพัฒนาคคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 พ.ศ.2550 – 2554, หน้า 65-80) ซึ่งมีโครงการอันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามลำดับต่อไปนี้ สนับสนุนส่งเสริมประเพณี แข่งเรือยาวขึ้นโขงชิงธง อำเภอหลังสวนปีละ 1 เดือน สร้างศูนย์วิจัยด้านสวนผลไม้ อำเภอเมือง การสืบทอดวิถีชีวิตชาวเล ชุมชนบางน้ำจืด เกาะพิทักษ์ ยกระดับเทศกาลดูเหยี่ยวอพยพแห่งประเทศไทยสู่ภูมิภาคเอเชีย จัดเทศกาลชิมผลไม้เมืองชุมพร เดือนมิถุนายน บริเวณหาดทรายรี ยกระดับงานเปิดโลกทะเลชุมพร สู่มมาตรฐานสากล จัดประกวดการเล่นหนังตลุง อำเภอเมือง จัดเทศกาลอนุรักษ์อาหารทะเล ครีวเมืองชุมพร เดือนพฤษภาคม จัดตั้งศูนย์อนุรักษ์การทำนาแบบวิถีดั้งเดิม บ้านบางสน จัดประกวด เพลงกล่อมเด็ก เพลงนา เพลงเรือ อำเภอเมือง อนุรักษ์วิถีชีวิต อนุรักษ์ศิลปปะการแกะตัวหนึ่งตะลุง อำเภอท่าแซะ อบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน แก่ อบจ. อบต. อำเภอเมืองชุมพร จัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์และพิทักษ์ป่าต้นน้ำ อำเภอพะโต๊ะ อบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมแก่เยาวชน จังหวัดชุมพร อบรมความรู้เรื่องศาสนาและวัฒนธรรมสำหรับเยาวชน การฝึกปฏิบัติธรรมตามแนวพระพุทธศาสนาสำหรับนักท่องเที่ยว อบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทักษะผู้นำชุมชนรุ่นใหม่

การอภิปรายผลบทบาทหน้าที่ของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยขออภิปราบายว่าในอนาคต ภาครัฐ ควรเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนและประชาชนเข้ามา มีบทบาทและความรับผิดชอบด้านการเงินเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภค เช่น สนามบิน ท่าจอดเรือ หนึ่งภาคเอกชนและภาคประชาชนควรมีบทบาทเข้ามาร่วมวางแผน ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชาติและระดับจังหวัด โดยเฉพาะภาคเอกชนควรมี บทบาทในการร่วมทำการตลาดและสร้างมาตรฐานในการของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว หนึ่งภาครัฐควรสร้างกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ อันจะเป็นการสนองยุทธศาสตร์การเสริมสร้าง ธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศ มีการปฏิรูปกฎหมาย กฎระเบียบ และขั้นตอน กระบวนการ เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยเฉพาะกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการขนาดเล็ก และผู้ประกอบการใหม่ทั้งนี้ควรมี กฎหมายและมาตรการที่รัดกุมเพื่อป้องกันมิให้มีการลงทุนด้านการท่องเที่ยวจากต่างประเทศมากเกินไป ควรสนับสนุนให้มีการระดมทุนภายในประเทศเพื่อสร้างธุรกิจท่องเที่ยว มิฉะนั้นรายได้จาก การท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรั่วไหลกลับไปยังประเทศที่เป็นนายทุนธุรกิจของชาวไทย (สำนักกรรมการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคม, 2550, หน้า 7)

จากผลการวิจัย การสรุป การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อ พัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลใน ภาพรวมทั้งหมด มานำเสนอเชิงบูรณาการ โดยเริ่มจากการกำหนดนโยบาย (Policy) ที่นำมาจาก วิสัยทัศน์ซึ่งจะเป็นกรอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร ซึ่งสอดคล้องกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) โดยผู้วิจัยจะบูรณาแผน ยุทธศาสตร์ (Strategy) หรือแผนงานหลัก (Plan) จังหวัดชุมพรจะพัฒนาการท่องเที่ยวสัมผัสวิถี ชีวิตท้องถิ่นเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยจะพัฒนาสินค้าและบริการ การ ท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานสากลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น พัฒนาแหล่งจังหวัดให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวศูนย์กลางการศึกษาวิจัยอารยธรรมทวารวดีเพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาวิถีชีวิตท้องถิ่น และจะพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาเป็นศูนย์กลาง ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีมาตรฐานระดับโลกเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพราะแผนหลักทั้ง 4 ประการจำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้อง และให้ความสำคัญซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างสมดุลในการ พัฒนายุทธศาสตร์ดังกล่าว จึงเป็นแผนงานลำดับที่ 2 อยู่ภายใต้กรอบของนโยบายอันจะทำให้ วิสัยทัศน์ของจังหวัดชุมพรเป็นจริง โดยการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์



ภาพ 52 แผนภูมิกรอบแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์

นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้าน จัดเป็นกรอบของการพัฒนาในระดับสูง (Top Level) ภายใต้แต่ละแผนงานหลักจะมีแผนปฏิบัติการระดับกลยุทธ์ (Tactics) หรือกลุ่มของโครงการ (Programs) ซึ่งจะอยู่ในลำดับที่ 3 ของแผนการพัฒนาในภาพรวม ซึ่งแต่ละยุทธศาสตร์จะมีจำนวนกลยุทธ์ตามความเหมาะสม ทั้งนี้กลยุทธ์ทั้งหมดจะมีผลกระทบและความสัมพันธ์ต่อกันและเมื่อมีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์แต่ละด้าน จะมีโครงการ (Project) ที่จำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้กลยุทธ์เหล่านั้น บรรลุตามวัตถุประสงค์เป็นลำดับที่ 4 และโครงการทุกโครงการจะมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระดับปฏิบัติการเช่นกัน การวางแผนระดับกลยุทธ์และโครงการนั้นจัดเป็นการวางแผนระดับล่าง (Down Level) ซึ่งก็คือ แผนในระดับปฏิบัติการซึ่งต้องอยู่ภายใต้แผนระดับบน ดังนั้นแผนพัฒนาอย่างยั่งยืนของจังหวัดชุมพรจึงควรมีลักษณะการบูรณาการแผนทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการปลูกจิตสำนึก เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อจะทำให้เกิดความตระหนักถึงผลกระทบของแต่ละแผนที่จะมีผลต่อกัน ผู้วิจัยจึงขอเสนอแผนดังกล่าวในภาพรวมโดยใช้แนวทางการนำเสนอแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) ของการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment) ซึ่งนำเสนอแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเป็น 4 ขั้นตอนในรูปแบบ 4Ps ตามลำดับดังนี้



ภาพ 53 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ 4 ขั้นตอน

นอกเหนือจากด้านกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์แล้วนั้น ข้อเสนอแนะต่างๆ รวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดชุมพร นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญที่ทำให้คณะผู้วิจัยได้ทราบถึงความต้องการต่างๆ ทั้งจากภาครัฐ เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวที่เดินมาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงแนวทางให้การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดชุมพร ในอนาคตตามหลักการและทฤษฎีทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังที่ผู้วิจัยได้ อภิปรายผลไปแล้วนั้น ผู้วิจัยยังได้มีการนำข้อมูลทั้งเอกสารอ้างอิงต่างๆ มาประมวลผลเพื่อ สร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดชุมพร และขอแนะนำแผนยุทธศาสตร์ในรูปแบบบูรณาการโดยใช้การนำเสนอของ SEA การประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. งานวิจัย เรื่องการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในจังหวัดชุมพรนี้ ควรให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนยุทธศาสตร์จังหวัดนำผลจากที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หรือออกมา นำไปทดสอบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกครั้งก่อนนำแผนดังกล่าวไปประยุกต์ใช้จริง เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดและตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกๆ ด้าน

2. ในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันส่งเสริมสนับสนุนอย่างจริงจัง เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมคิด ร่วมแลกเปลี่ยน เกิดการทำงานร่วมกันในกิจกรรมต่าง ๆ โดย มีการประสานงานกับประชาชนในชุมชนอย่างใกล้ชิดในการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดจิตสำนึกที่ดีต่อ สิ่งแวดล้อมในชุมชนร่วมกันมีการจัดการและการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

3. กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวควรเน้นในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป เพื่อปลูกฝังการมีส่วนร่วมร่วมมือร่วมใจในชุมชนให้ช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดี

4. ควรมีการปรับภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆของจังหวัดชุมพรที่เริ่มเสื่อมโทรม เพื่อเป็นการกระจายนักท่องเที่ยว และสร้างความหลากหลายด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรให้น่าสนใจขึ้นอีกด้วย

5. ควรมีการจะทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรให้เป็นที่รู้จักให้มากขึ้นโดยเริ่มจากการประชาสัมพันธ์จากคนภายในจังหวัดให้เกิดการท่องเที่ยว เพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในจังหวัดก่อน เนื่องจากคนในพื้นที่ยังไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดของตนเองดีพอ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะมีการรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อมเบื้องต้น (Initial Environmental Evaluation : IEE) ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าโครงการบางโครงการจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม หรือทำ SEA (Environmental Impact Assessment) ต่อหรือไม่ ก่อนทำโครงการต่างๆ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2. ควรมีการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรต่อไป โดยใช้ ทฤษฎี PAN (Potential Analysis Network) เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ของจังหวัดชุมพรซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงไปได้ตามสภาวการณ์ต่างๆ

3. ควรมีการศึกษาการวางแผนและการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร กับจังหวัดใกล้เคียงที่อยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ตอนบนเหมือนกันเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ศักยภาพในการพัฒนาและเป็นไปตามทิศทางในการพัฒนาประเทศต่อไป

4. ควรที่จะมีการวิจัยเพื่อพัฒนาด้านการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น เนื่องจากจังหวัดชุมพรเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและเกษตรกรรม

5. ควรทำการศึกษาวิจัยในด้านอื่นๆเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร โดยเฉพาะลึกประเด็นปัญหาในเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้วิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงสภาพความเป็นจริงในทุกแง่มุมและนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กมล รัตนวิระกุล. (19 มีนาคม 2550). **การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง**. สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2552, จาก http://www.thma.org/th/index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=36.

กมล รัตนวิระกุล. (30 มีนาคม 2549). **การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2552, จาก http://www.thma.org/th/index.php?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=36

กวี วรภิน. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาคุณภาพวิชาการ. **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. (2544). **แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2538-2539). **แผนการท่องเที่ยวปี 2545**. กรุงเทพฯ: มิดเดิ้ลกรุ๊ป.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (25 52). **แผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547). **แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548 และทิศทางการตลาดการท่องเที่ยวปี 2549 – 2551**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. (2549). **รายงานร่างฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. กรุงเทพฯ: เอเชีย แล็บ แอนด์ คอนซัลแตนต์.

กิ่งพร ทองใบ. (2546). **กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช **จิราภรณ์ อัมพรพรวดี**. (ม.ป.ป.), **ทรัพยากรการท่องเที่ยว**. อุตสาหกรรมกรการท่องเที่ยว สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2552, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class6.htm>.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2548). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชนินทร์ ชุณหพันธรักษ์. (2544). **นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์เอกสารและตำรา สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). **โครงการวิถีสรรค์ วิถีไทย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์ และทักษิณานฎ สมบูรณ์. (2550). **การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อนุรักษ์: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช**. ศศ. ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.

- ดำรง วัฒนา. (2544). **คู่มือการจัดทำยุทธศาสตร์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ**. สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2550, จาก <http://www.ops.moc.go.th/pcni/Strategie%20manual.htm>
- ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ . (2529). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับความมั่นคงของชาติ**. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). **การตลาดโลกาภิวัตน์**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นพวรรณ ปีสิริกันต์ . (2551). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษา : 3 ชุมชน บริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2552, จาก <http://thesis.grad.chula.ac.th/abstracts/docs/4885686429.doc>
- นิคม จารุมณี. (2545). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย**. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- นิตา ชัชกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). **การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุปผา มีระหันนอก . (2549) **การศึกษาวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัด ลพบุรี**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง วท.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ปกรณ ปรียากร . (2527). **แนวความคิดว่าด้วยการพัฒนา**. กรุงเทพฯ : สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประเสริฐ วิทยาวิฐ . (2530,26-29 ตุลาคม). **รายงานการสัมมนาทางวิชาการเรื่องบทบาทของกฏμισศาสตร์กับการพัฒนาการท่องเที่ยว**. กาญจนบุรี: สมาคมกฏมิศาสตร์แห่งประเทศไทยร่วมกับ วิทยาลัยกาญจนบุรี.
- ประทีป สายเสน. (2534). **ท้องถิ่นของเราจังหวัดชุมพร**. กรุงเทพฯ: แมส.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: ไฟว์ แอนด์โฟร์ พรีนติ้ง.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ. (2543). **วิถีใหม่แห่งการพัฒนา : วิถี วิทยาลัยศึกษาศาสตร์ไทย**. (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). **เอกสารประกอบการเรียนการสอน เรื่อง การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พสุ เดชะรินทร์ (2546). **เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balance Scorecard และ Key Performance indicators**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พสุ เดชะรินทร์ (2546). Balance Scorecard **รู้จักในการปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พระธรรมปิฎก. (2542). **การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง

พะจิต ตามประทีป (2549). **การวางแผนกลยุทธ์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน จังหวัดชัยนาท**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง วท.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

พุทธชาติ ละอองมณี . (2544). **ศึกษาสภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา** . วิทยานิพนธ์. วท.ม., มหาวิทยาลัยทักษิณ, สงขลา.

พลอยศรี ไปราณานนท์ . (2539). **สองนครแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : เกียวโต-เชียงใหม่ เชียงใหม่และเกียวโต : ฝึกใจพื้นเมือง**. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์มิ่งเมือง.

ไพฑูรย์ พงสะบุตร และลิลาสวงค์ พงสะบุตร. (2536). **คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์** . กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพรัช เดชะรินทร์. (2516). **ทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติงานพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ภราเดช พยัฆวิเชียร. (2539). **พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน. จุลสารการท่องเที่ยว**. 15(2), 4 - 7.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . (2548). **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว** . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.(2546). **เอกสารชุดวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . (2545). **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-8**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . (2545). **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 9-15**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ยุวดี นีรัตน์ตระกูล. (2538). **ECO- TOURISM : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. จุลสารการท่องเที่ยว

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2543). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน** . กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

วรรณภา วงษ์วานิช. (2539). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ: ภาควิชาภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- วันดี สีสังข์. (2549). **แนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง วท.ม., มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วินัย วีระพัฒนานนท์. (2535). **มนุษย์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- วิทยาภรณ์ จรัสด้วง. (2544). **การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง**. วิทยานิพนธ์ ผ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- วิภา ชุ่มบัณฑิต. (2548). **การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา จังหวัดสมุทรสาคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วินิจ วีระยางกูร. (2532) **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- วีราภรณ์ วัชวัฒน์ (2549). **การวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์และเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช** . การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง วท.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ศรัณย์ เลิศรักษ์มงคล. (2540). **การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน. จุลสารการท่องเที่ยว** , 16, 12-15.
- ศุภกร ประทุมถิ่น. (2551). **การศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบยั่งยืนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง** . สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2552, จาก <http://thesis.grad.chula.ac.th/abstracts/docs/4978617139.doc>
- ศุภยวิชัยป่าไม้. (2538). **โครงการศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อรักเพื่อรักษาระบบนิเวศ :กรณีศึกษาภาคใต้**. กรุงเทพฯ: คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- ศรีพร สมบุญธรรม. (2536). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. ททท. จุลสารการท่องเที่ยว 12 ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดนครศรีธรรมราช . (2548). **โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช** . นครศรีธรรมราช. **การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม . (2545). **เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี**. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

- สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. (2542). เอกสารสรุปการเรียนรู้การสอนรายวิชา ทอส 513 กลยุทธ์การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว . กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประเทศไทย . (2542). การดำเนินเพื่อกำหนดนโยบาย การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สฤษฎ์ แสงอรุณ. (2552) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ(Ecotourism). สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2552, จาก http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Factor_Eco.html.
- สมชาย เลี้ยงพรรณ . (2547). การศึกษาแหล่งทรัพยากรนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในบริเวณทะเลน้อย ทะเลหลวง และทะเลสาบสงขลา. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยทักษิณ, สงขลา
- สมยศ นาวิกาว. (2539). เศรษฐศาสตร์การบริหาร. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาส. (2538). เอกสารประกอบการสอนวิชาเทคนิคการสื่อความหมายสิ่งแวดล้อม เรื่อง การสื่อความหมายธรรมชาติ . กรุงเทพฯ : ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สันติ บางอ้อ . (2552). การพัฒนาที่ยั่งยืนของไทย . สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2552, จาก [www.nes db. go.th/Portals/0/news/annual_meet/.../data03_2.doc](http://www.nes.go.th/Portals/0/news/annual_meet/.../data03_2.doc)
- สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง .(ม.ป.ป). จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็น กรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่าง ๆตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 . สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2552, จาก http://www.dopa.go.th/stat/y_stat50.html
- สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี . (ม.ป.ป). การบริหารปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว . สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2552, จาก <http://www3.suratthani.go.th/km/profile.htm>.
- โสภพร สุทธิศักดิ์. (2539). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ:ม.ป.พ.
- อนุช อภาภิรม. (2545). การพัฒนาอย่างยั่งยืนคำตอบอยู่ในความหลากหลาย. กรุงเทพฯ: มูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา.
- อิทธิพล ไทยกมล. (2545). ศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ :กรณีศึกษาชุมชนบางหญ้าแพรกจังหวัดสมุทรสาคร . วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

อุดม เขยกิจวงศ์. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดชุมพร. (2544). กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

ศาลากลางจังหวัดชุมพร . (2552). สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2552, จาก http://www.chumphon.go.th/general_p5.html

หอมรดกไทย . (2552). สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2552, จาก <http://www1.mod.go.th/heritage/nation/oldcity/chumporn1.htm>

นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ . (2552). สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2552, จาก <http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/Cgiin/ARTICLE/eco2sustainable/part22.htm>

การวางแผนยุทธศาสตร์ . (2552). สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2552, จาก http://www.m-society.go.th/document/news/news_1277.doc

แผนพัฒนาจังหวัดชุมพร . (2552). สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2552, จาก <http://www.chppao.go.th/download/plan4year.doc>

การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว . (2552). สืบค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2552, จาก http://webhost.mots.go.th/kpr/asd/Manual_Hand_Policy&Strategy/Manual_Handle_Working_Tourism_Sport_For_Government_Employee_In_MOTS/Management_And_Manage_Tourism.doc

เศรษฐกิจพอเพียง (2552). สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2552, จาก www.khorat.doe.go.th/KMkhorat/phrathongkham/km5.doc

Edmonds John and George Lespoky. Ecotourism and sustainable tourism development in Southeast Asia. Tourism in Southeast Asia USA: K.S. Chon.

GLOBE '90. (1990). An Action Strategy for Sustainable Tourism. Ottawa: Tourism Canada.

Richards, Greg. (1995). Cultural tourism in Europe. UK: Biffles Guildford.

Tourism Concern. (1992). Beyond the Green horizon: Principles for sustainable tourism. United Kingdom: World Wildlife Fund.

World tourism organization. (n.d.). Tourism 2020 Vision. Retrived on 13 July 2009, from <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

แบบสอบถามความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เรื่องการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ลักษณะและวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

ตอนที่ 2 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ลักษณะและวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือความเป็นจริง

- เพศ ชาย หญิง
- อายุ 17-24 ปี 25-34 ปี 35-44 ปี
 45-54 ปี 55-64 ปี 65 ปีขึ้นไป
- สถานภาพ โสด สมรส หม้าย หย่าร้าง
- การศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส
ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
- อาชีพ เกษตรกร รับจ้าง ตัวแทนขายสินค้า
 แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานลูกจ้างบริษัท อื่น ๆ
- รายได้/เดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท
 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท 25,001 ขึ้นไป
- ภูมิลำเนา กรุงเทพฯและปริมณฑล ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้

8. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมีลักษณะใด

- 1 ครั้งต่อสัปดาห์ 1 ครั้งต่อเดือน 1 ครั้งทุก 3 เดือน
 1 ครั้งทุก 6 เดือน 1 ครั้งต่อปี 4-5 ครั้งต่อปี อื่นๆ.....

9. ท่านศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หนังสือพิมพ์ วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง อินเทอร์เน็ต
 สมาคมท่องเที่ยว เพื่อน/ญาติ วิทยุ/โทรทัศน์
 บริษัททัวร์ เอกสารแผ่นพับ/โบรชัวร์ ศูนย์ข้อมูล/ททท.

10. ท่านสนใจแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมใดบ้าง

- อุทยานแห่งชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน เที่ยวเชิงสุขภาพ/สปา
 เดินป่า/ศึกษาธรรมชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ รับประทานอาหารพื้นเมือง
 เขื่อน/น้ำตก ชมพิพิธภัณฑ์ ล่องเรือสำราญ
 ดูนก/ส่องสัตว์/ดูดาว วิถีชีวิตชุมชนและโฮมสเตย์ ซื้อสินค้าพื้นเมือง/Shopping
 ล่องแก่ง ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม สถานบันเทิง
 จักรยานเสือภูเขา เทศกาลประเพณี สวนสนุก
 ปีนเขา/ไต่เขา ชมตัวเมืองเก่า งานมหกรรม
 พายเรือ/เที่ยวเกาะ อื่นๆ.....
 ดำน้ำ
 แคมป์ปิ้ง
 เที่ยวสวนเกษตร

11. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรกี่ครั้ง

- 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง มากกว่า 3 ครั้ง

12. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดชุมพรในครั้งนี้ คือ

- พักผ่อน/ท่องเที่ยว เยี่ยมญาติ/เพื่อน ทักษะศึกษา พักฟื้น
 ประชุม/สัมมนา ธุรกิจ ปฏิบัติราชการ อื่นๆ

13. ลักษณะการเดินทางมายังจังหวัดชุมพร

- คนเดียว ครอบครัว กลุ่มเพื่อน บริษัททัวร์

14. ยานพาหนะในการเดินทาง

- รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง รถเช่า/รถตู้ รถไฟ
 เรือ จักรยานยนต์ รถทัวร์บริษัทนำเที่ยว เครื่องบิน

15. ท่านพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้หรือไม่

- พักค้างคืน ไม่พักค้างคืน (ข้ามไปตอบข้อ 17)

16. ถ้าท่านพักค้างคืนท่านเข้าพักในที่พักประเภทประเภทใด

- โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ วัด/โรงเรียน
 แคมป์ปิ้ง ญาติ/บ้านเพื่อน เกสเฮ้าส์ อื่นๆ.....

17. ระยะเวลาการพักรวม 1 คืน 2 คืน 3 คืน มากกว่า 3 คืน

18. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้เฉลี่ยต่อวันต่อคน

- ต่ำกว่า 1,000 บาท 1,000 – 3,000 บาท 3,001 – 5,000 บาท มากกว่า 5,001 บาท

19. ท่านชอบมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรในฤดูกาลใด

- ฤดูร้อน ฤดูฝน ฤดูหนาว

20. ท่านคิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรอีกหรือไม่

- จะกลับมาท่องเที่ยว ไม่กลับมาท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามทุกข้อ โดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

2.1 ท่านคิดว่าข้อต่อไปนี้ เป็นแรงจูงใจให้ท่านเดินทางท่องเที่ยวในระดับใด

ระดับความคิดเห็น 5 =มากที่สุด 4 =มาก 3 =ปานกลาง 2 =น้อย 1 =น้อยที่สุด

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านมีแรงจูงใจด้านการศึกษาธรรมชาติ					
2. ท่านมีแรงจูงใจด้านท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม โบราณสถาน					
3. ท่านมีแรงจูงใจด้านความคุ้มค่าเงิน					
4. ท่านมีแรงจูงใจด้านความเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีน้ำใจและมีมิตรไมตรี					
5. ท่านมีแรงจูงใจด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน					
6. ท่านมีแรงจูงใจด้านการหลีกเลี่ยงความจำเจ และพักผ่อนหย่อนใจ					

2.2 ท่านคิดว่าข้อต่อไปนี้ เป็นแรงจูงใจให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรในระดับใด

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านมีแรงจูงใจด้านรท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร หาดทรายรี ถ้ำเขาเกียบ น้ำตกเหวไหลม เขตอนุรักษ์สัตว์ป่าถ้ำเขาพลู					
2. ท่านมีแรงจูงใจด้านท่องเที่ยวประเภทวัดศึกษาวัฒนธรรม วัดถ้ำรับเร่อ วัดเจ้าฟ้า ศาลาลอย วัดพระธาตุสุวี วัดพระธาตุถ้ำวิญเมือง					
3. ท่านมีแรงจูงใจด้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช หอประชุมชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชุมพร					
4. ท่านมีแรงจูงใจด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนส้มนายดำ สวนทิพย์ สวนเกษตรมีดี ออริคิด ไร่กาแฟ ศูนย์วิจัยพืช					
5. ท่านมีแรงจูงใจด้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำร้อน					
6. ท่านมีแรงจูงใจด้านท่องเที่ยวซื้อสินค้า OTOP ผลไม้ สินค้าพื้นเมือง					
7. ท่านมีแรงจูงใจด้านท่องเที่ยวศึกษาสภาพแวดล้อม วิถีชีวิตชุมชนลาวโซ่ง					

ตอนที่ 3 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามทุกข้อ โดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3.1 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่อไปนี้เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรในระดับใด

ระดับความคิดเห็น 5 =มากที่สุด 4 =มาก 3 =ปานกลาง 2 =น้อย 1 =น้อยที่สุด

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพรเกาะมัดตรา เกาะลังกาจิว หาดอรุโณทัย ช่าวทุ่งมะขามนอก/ใน					
2. เกาะทะลุ เกาะลวะ เกาะมะพร้าว เกาะพิทักษ์					
3. หาดภาครรภาพ หาดทรายรี หาดทุ่งวัวแล่น หาดตะวันฉาย					
4. ถ้ำขุนกระทิง บ่อน้ำร้อน ถ้ำเขาพลู ถ้ำเขาเกียบ					
5. น้ำตกทับช้าง น้ำตกเหวไหลม น้ำตกทุ่งยอ วนอุทยานน้ำตกกะเปาะ					
6. วนอุทยานเขาพัง เขตอนุรักษ์สัตว์ป่าถ้ำเขาพลู					
7. สวนส้มนายดำ สวนทิพย์ สวนเกษตรมีดีออริคิด ไร่กาแฟ ศูนย์วิจัยพืชสวน					

3.2 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไปนี้เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวของ จังหวัดชุมพรใน ระดับใด

ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความ คิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชุมพร					
2. ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราชชุมพรเขตรอุดมศักดิ์					
3. วัดถ้ำรับเร่อ วัดเจ้าฟ้าศาลาลอย วัดพระธาตุสวี วัดถ้ำวิญเมือง					
4. อนุสาวรีย์ ยูวชนทหาร สงครามโลก ครั้งที่สอง					
5. วิถีชีวิตชาวสวนและชาวประมงภาคใต้					
6. วิถีชีวิตชุมชนลาวโซ่ง					
7. สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น เสื้อกระจูด ไม้กวาดดอกหญ้า ดอกไม้ประดิษฐ์					

3.3 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรรรม เทศกาลและงานประเพณีของ จังหวัดชุมพรต่อไปนี้ สามารถดึงดูดคนมาท่องเที่ยวได้ในระดับใด

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรรรม เทศกาลและงานประเพณี	ระดับความ คิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. งานเทิดพระเกียรติเสด็จในกรมหลวงชุมพรเขตรอุดมศักดิ์และงานกาชาด					
2. งานวันผลไม้หลังสวน					
3. งานขึ้นถ้ำรับเร่อ					
4. เทศกาลล่องแพอำเภอพะโต๊ะ					
5. งานประเพณีแห่พระแข่งเรือ					
6. งานโลกทะเลชุมพร					
7. งานแข่งขันเรือยาวขึ้นโขนชิงธง ชิงถ้วยพระราชทานคลองในหลวง					
8. เทศกาลดูเหยี่ยวอพยพแห่งประเทศไทย ตำบลท่ายาง					

3.4 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมของ จังหวัดชุมพรต่อไปนี้น่าท่องเที่ยวในระดับใด

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม	ระดับความ คิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ดำน้ำชมปะการัง และฝูงปลานานาชนิด อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร					
2. การส่องนก อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร					
3. เส้นทางศึกษาธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร					

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. เส้นทางปั่นจักรยานเสือภูเขา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร					
5. ล่องแพอำเภอลำทะเมนชัย					
6. ล่องเรือชมหิ่งห้อย คลองอู่ตะเภา					
7. ศึกษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตอนุรักษ์สัตว์ป่าถ้ำเขาพลู					
8. เยี่ยมชมสวนผลไม้ สวนส้ม ไร่กาแฟ					
9. ยิงปืนระบบรถยุทธ สนามยิงปืนชุมพร					
10. ชมวิถีชีวิตชาวนา บ้านยางสน					
11. สัมผัสวิถีชีวิตชาวประมงบนเกาะพิทักษ์					

3.5 ท่านคิดว่าในภาพรวมการให้บริการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรต่อไปนี้เป็นบริการที่เหมาะสมในระดับใด

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีบริการด้านการคมนาคมเพื่อเข้าถึงจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ					
2. ระบบจราจรที่คล่องตัว ป้ายบอกทาง ที่จอดรถมีความเหมาะสม					
3. ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยว					
4. ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสเฮ้าส์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม					
5. ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร มีมาตรฐานและจำนวนที่เหมาะสม					
6. ร้านขายของที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง ร้านสะดวกซื้อ ตลาด ศูนย์การค้า					
7. โรงพยาบาล สถานเอนาไม้ คลินิก ร้านแผนไทย					
8. บิมน้ำมัน / บิมน้ำมัน NGV, LPG / ATM / ไปรษณีย์					
9. ห้องสุขาในจังหวัดและในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและจำนวนเพียงพอ					

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร
คำชี้แจง โปรดตอบคำถามทุกข้อ โดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

4.1 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรมีจุดแข็งหรือข้อดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

จุดแข็ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น ได้แก่ อุทยานแห่งชาติทางทะเล ปะการัง					
2. เป็นที่ตั้งของศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช (เสด็จเดี่ยว)					
3. จังหวัดชุมพรอยู่บนเส้นทางเอเชียไฮเวย์ซึ่งสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวมาเลเซีย อินโดนีเซีย					
4. สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยว พม่าผ่านทางจังหวัดระนอง					
5. มีความสมบูรณ์ด้านอาหาร ผลไม้					
6. ความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน					

4.2 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรมีจุดอ่อนหรือข้อด้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

จุดอ่อน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบ					
2. ขาดองค์การด้านการตลาดและบริการ การท่องเที่ยวระดับจังหวัด					
3. ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดนโยบายวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น					
4. ขาดมาตรฐานการให้บริการที่ดีของสถานบริการด้านการท่องเที่ยว					
5. การบริหารงานขาดการเชื่อมโยง ระหว่างหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					
6. ข้อมูลการท่องเที่ยว และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ					
7. ขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม					
8. ขาดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว เช่น หน่วยกู้ภัยทางทะเล					

4.3 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรมีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับใด

โอกาส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีคุณภาพและชื่อเสียงระดับโลก					
2. จังหวัดชุมพรเป็นประตูการท่องเที่ยวมาเลเซีย อินโดนีเซีย และพม่า					
3. จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีมาตรฐานระดับโลก					
4. จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านศูนย์ศึกษาวิจัยและพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ					

4.4 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรมีอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับใด

อุปสรรค	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การปรับตัวขึ้นของราคาน้ำมัน/อัตราดอกเบี้ย					
2. ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก					
3. มีคู่แข่งทางการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงที่นำกลัว					
4. การลงทุน ของชาวต่างชาติ เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์มากเกินไป					
5. ปัญหามลพิษธรรมชาติ อุทกภัย วาตภัย เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว					
6. ความไม่มั่นคงทางการเมืองของประเทศ					
7. มีภาวะระบาดของไข้หวัด 2009					

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร
 คำชี้แจง โปรดตอบคำถามทุกข้อ โดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

5.1 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรควรมีวิสัยทัศน์ (ความ ใฝ่ฝันในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอีกห้า/สิบปีข้างหน้า) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในข้อต่อไปนี้ในระดับใด

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. จังหวัดชุมพรจะ Brand จังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลด้านการดำน้ำที่มีมาตรฐานระดับโลกเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
2. จังหวัดชุมพรจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพสูงสุดเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชนจังหวัดชุมพร					

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. จังหวัดชุมพรจะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง					
4. จังหวัดชุมพรจะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อปลูกจิตสำนึกของชาวชุมพรให้เกิดความรักหวงแหนและอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิตของชาวชุมพรอย่างยั่งยืน					

5.2 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรควรมียุทธศาสตร์ (การแสวงหาแนวทางในการทำให้วิสัยทัศน์หรือความปรารถนาของจังหวัดชุมพรเป็นจริง) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดในระดับใด

ยุทธศาสตร์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ					
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
3. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก					

5.3 ท่านคิดว่าข้อต่อไปนี้เป็นกลยุทธ์และโครงการ (แผนปฏิบัติการเพื่อดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์ภายในกรอบเวลาที่กำหนดไว้) ของแต่ละยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับใด

กลยุทธ์ และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ					
กลยุทธ์ที่ 1.1 การจัดการด้านการตลาด					
โครงการที่ 1 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 2 การสร้างBrand ท่องเที่ยวด้านด่านำจังหวัดชุมพรในระดับโลก					
โครงการที่ 3 การสร้างBrand ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดชุมพรในระดับภูมิภาคเอเชีย					
โครงการที่ 4 วิจัยกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 5 จัดประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย Brand ด่านำและ Brand ท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
โครงการที่ 6 จัดทำส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร					

กลยุทธ์ และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 7 การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นประตูสู่พม่า					
โครงการที่ 8 การสร้างสื่อโฆษณาการท่องเที่ยวเพื่อขายตรง เว็บไซต์และเชิญสื่อท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร					
กลยุทธ์ที่ 1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 ยกระดับสินค้า บริการ และกิจกรรมด้านน้ำสู่มาตรฐานโลก					
โครงการที่ 2 ยกระดับสินค้า บริการ และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานสากล					
โครงการที่ 3 ยกระดับมาตรฐานด้านที่พักแรม ร้านอาหาร และบริการทางการท่องเที่ยวหาดทรายรี หาดภาครตราพ สู่มาตรฐานโลก					
โครงการที่ 4 ยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยววัด พิพิธภัณฑ โบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ในจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 5 ยกระดับกิจกรรมล่องแก่ง ล่องแพ และเดินป่า อำเภอพะโต๊ะสู่มาตรฐานสากล					
โครงการที่ 6 ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานสากล สวนนายดำ สวนทิพย์					
โครงการที่ 7 กำหนดเส้นทางย้อมร้อยเสด็จประพาส รัชกาลที่ 5 ถ้ำเขาเงิน อำเภอหลังสวน					
โครงการที่ 8 ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธาราบ่าบัด บ่อน้ำร้อนถ้ำเขาพลู อำเภอละแม					
โครงการที่ 9 ยกระดับการท่องเที่ยวถ้ำและน้ำตก บริเวณน้ำตกเหวไหลมสู่มาตรฐานสากล					
โครงการที่ 10 ยกระดับการท่องเที่ยวแหล่งโบราณคดี เขานาพร้าว อำเภอท่าแซะ					
โครงการที่ 11 ยกระดับการท่องเที่ยวพื้นที่ตามแนวพระราชดำริ หนองใหญ่					
กลยุทธ์ที่ 1.3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 ตั้งองค์กรกลางเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม					
โครงการที่ 2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 3 สร้างมหาวิทยาลัยชุมพรเขตอุดมศักดิ์และหลักสูตรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและดำน้ำ					
โครงการที่ 4 วางแผนปฏิบัติการจัดการท่องเที่ยวระดับชุมชน ตำบล อำเภอ และระดับจังหวัดชุมพร					

กลยุทธ์ และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 5 หลักสูตรมาตรฐานเพื่ออบรมบุคลากรการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ให้ก้าวไปในระดับสากล					
โครงการที่ 6 จัดตั้งศูนย์กู้ภัยทางทะเล					
โครงการที่ 7 จัดตั้งศูนย์ประสานงานป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 8 ประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด					
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
กลยุทธ์ที่ 2.1 การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land use) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลในอุทยานแห่งชาติหมู่ เกาะชุมพร					
โครงการที่ 2 กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 3 ยกระดับมาตรฐานและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณป่าต้นน้ำพะ โต๊ะ					
โครงการที่ 4 ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวบริเวณหาดทรายรี					
โครงการที่ 5 กำหนดมาตรฐานและเส้นทางการท่องเที่ยวป่าชายเลน คลองอู่ ตะเกา					
โครงการที่ 6 กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวพื้นที่ตามแนวพระราชดำริ หนองใหญ่					
กลยุทธ์ที่ 2.2 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่ง ท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 การจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวโดยการใช้น้อง ใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ ใหม่ (3Rs)					
โครงการที่ 2 การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลมในโรงแรม รีสอร์ท และโฮมส เตย์ในหาดทรายรี					
โครงการที่ 3 การบำบัดน้ำเสียในโรงแรม รีสอร์ท และร้านอาหาร ริมหาดภาจร ภาพ					
โครงการที่ 4 การนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ย ก๊าซชีวภาพ เพื่อใช้ในโรงแรมและ ภาคการในจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 5 ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ หาดทุ่งว แล่น					

กลยุทธ์ และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 3.1 การสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน					
โครงการที่ 1 การรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ระดับอำเภอและตำบล					
โครงการที่ 2 อบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ในอำเภอเมือง					
โครงการที่ 3 การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์ในเกาะพิทักษ์ อำเภอหลังสวน					
โครงการที่ 4 สร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว และร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรป่าต้นน้ำอำเภอพะโต๊ะ					
กลยุทธ์ที่ 3.2 การกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น					
โครงการที่ 1 การจัดตั้งธุรกิจขนาดกลางด้านที่พักโฮมสเตย์สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน บ้านบางน้ำจืด					
โครงการที่ 2 การจัดตั้งศูนย์สินค้าและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทะเล และสินค้าเกษตร อำเภอเมือง					
โครงการที่ 3 การเพิ่มมูลค่างานหัตถกรรม สื่อ เครื่องจักสาน อำเภอท่าแซะ					
โครงการที่ 4 การอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการที่พัก ร้านอาหารและบริการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 5 การอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
โครงการที่ 6 การอบรมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านแพทย์ทางเลือกและสมุนไพร จังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 7 การอบรมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านการดำน้ำ จังหวัดชุมพร					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก					
กลยุทธ์ที่ 4.1 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 สนับสนุนส่งเสริมประเพณี แข่งเรือยาวขึ้นโขนชิงธง อำเภอหลังสวน ปีละ 1 เดือน					
โครงการที่ 2 การสืบทอดวิถีชีวิตชาวเล ชุมชนบางน้ำจืด เกาะพิทักษ์					
โครงการที่ 3 จัดประกวดการเล่นหนังตลุง อำเภอเมือง					
โครงการที่ 4 จัดประกวด เพลงกล่อมเด็ก เพลงนา เพลงเรือ อำเภอเมือง					
โครงการที่ 5 อนุรักษ์วิถีชีวิต อนุรักษ์ศิลปประเพณีแกะตัวหนังตลุง อำเภอท่าแซะ					

กลยุทธ์ และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 6 สร้างศูนย์วิจัยด้านสวนผลไม้ อำเภอเมือง					
โครงการที่ 7 ยกกระต๊อบงานเปิดโลกทะเลชุมพร สุมาตราฐานสากล					
โครงการที่ 8 ยกกระต๊อบเทศกาลดูเหยี่ยวอพยพแห่งประเทศไทยสู่ภูมิภาคเอเชีย					
โครงการที่ 9 จัดตั้งศูนย์อนุรักษ์การทำนาแบบวิถีดั้งเดิม บ้านบางสน					
โครงการที่ 10 จัดเทศกาลชิมผลไม้เมืองชุมพร เดือนมิถุนายน บริเวณหาดทรายรี					
โครงการที่ 11 จัดเทศกาลอนุรักษ์อาหารทะเล คัรวเมืองชุมพร เดือนพฤษภาคม					
กลยุทธ์ที่ 4.2 การพัฒนาจิตใจ					
โครงการที่ 1 อบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 2 อบรมความรู้เรื่องศาสนาและวัฒนธรรมสำหรับเยาวชน					
โครงการที่ 3 การฝึกปฏิบัติธรรมตามแนวพระพุทธศาสนาสำหรับนักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 4 การเสริมสร้างทักษะผู้นำชุมชนรุ่นใหม่					
กลยุทธ์ที่ 4.3 การปลูกจิตสำนึก					
โครงการที่ 1 อบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมแก่เยาวชน จังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 2 อบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน แก่ อบจ. อบต. อำเภอเมืองชุมพร					
โครงการที่ 3 จัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์และพิทักษ์ป่าต้นน้ำ อำเภอพะโต๊ะ					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง โปรดเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร สิ่งที่ท่านคิดว่าควรจะมีหรือควรที่จะพัฒนาในจังหวัดชุมพร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้
นางสาวณปกร เจ็ยวแห่ง

**แบบสอบถามความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน
เรื่องการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
กรณีศึกษาจังหวัดชุมพร**

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 4 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 5 บทบาทของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน

จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือความเป็นจริง

- | | | | | |
|-----------------|---|---|--|-----------------------------------|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง | | |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 17-24 ปี | <input type="checkbox"/> 25-34 ปี | <input type="checkbox"/> 35-44 ปี | |
| | <input type="checkbox"/> 45-54 ปี | <input type="checkbox"/> 55-64 ปี | <input type="checkbox"/> 65 ปีขึ้นไป | |
| 3. สถานภาพ | <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> สมรส | <input type="checkbox"/> หม้าย | <input type="checkbox"/> หย่าร้าง |
| 4. การศึกษา | <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส | |
| | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> ปริญญาโท | <input type="checkbox"/> ปริญญาเอก | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ |
| 5. อาชีพ | <input type="checkbox"/> เกษตรกร | <input type="checkbox"/> รับจ้าง | <input type="checkbox"/> ตัวแทนขายสินค้า | |
| | <input type="checkbox"/> แม่บ้าน/พ่อบ้าน | <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | |
| | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> พนักงานลูกจ้างบริษัท | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ | |
| 6. รายได้/เดือน | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,001 – 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท | |
| | <input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 20,001 – 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 25,001 ขึ้นไป | |

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามทุกข้อ โดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

2.1 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่อไปนี้เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรในระดับใด

ระดับความคิดเห็น 5 =มากที่สุด 4 =มาก 3 =ปานกลาง 2 =น้อย 1 =น้อยที่สุด

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพรเกาะมัดรา เกาะลังกาจิว หาดอรุโณทัย อ่าวทุ่งมะขามนอก/ใน					
2. เกาะทะลุ เกาะละวะ เกาะมะพร้าว เกาะพิทักษ์					
3. หาดภาครรภาพ หาดทรายรี หาดทุ่งวัวแล่น หาดตะวันฉาย					
4. ถ้ำขุนกระทิง บ่อน้ำร้อน ถ้ำเขาพลู ถ้ำเขาเกี๋ยบ					
5. น้ำตกทับช้าง น้ำตกเหวไหลม น้ำตกทุ่งยอ วนอุทยานน้ำตกกะเปาะ					
6. วนอุทยานเขาพัง เขตอนุรักษ์สัตว์ป่าถ้ำเขาพลู					
7. สวนลี้มนายดำ สวนทิพย์ สวนเกษตรมีดีออริคิด ไร่กาแฟ ศูนย์วิจัยพืชสวน					

2.2 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไปนี้เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวของ จังหวัดชุมพรในระดับใด

ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชุมพร					
2. ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราชชุมพรเขตรอุดมศักดิ์					
3. วัดถ้ำรับเห่อ วัดเจ้าฟ้าศาลาลอย วัดพระธาตุสวี วัดถ้ำขวัญเมือง					
4. อนุสาวรีย์ ยุวชนทหาร สงครามโลก ครั้งที่สอง					
5. วิถีชีวิตชาวสวนและชาวประมงภาคใต้					
6. วิถีชีวิตชุมชนลาวโซ่ง					
7. สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น เสื้อกระจูด ไม้กวาดดอกหญ้า ดอกไม้ประดิษฐ์					

2.3 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรรรม เทศกาลและงานประเพณีของ จังหวัดชุมพรต่อไปนี้ สามารถดึงดูดคนมาท่องเที่ยวได้ในระดับใด

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรรรม เทศกาลและงานประเพณี	ระดับความ คิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. งานเทิดพระเกียรติเสด็จในกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์และงานกาชาด					
2. งานวันผลไม้หลังสวน					
3. งานขึ้นถ้ำรับร้อย					
4. เทศกาลล่องแพอำเภอพะโต๊ะ					
5. งานประเพณีแห่พระแข่งเรือ					
6. งานโลกทะเลชุมพร					
7. งานแข่งขันเรือยาวขึ้นโขนชิงธง ซึ่งถ้วยพระราชทานคลองในหลวง					
8. เทศกาลดูเหยี่ยวอพยพแห่งประเทศไทย ตำบลท่ายาง					

2.4 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมของ จังหวัดชุมพรต่อไปนี้ น่าท่องเที่ยวในระดับใด

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม	ระดับความ คิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ดำน้ำชมปะการัง และฝูงปลานานาชนิด อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร					
2. การส่องนก อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร					
3. เส้นทางศึกษาธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร					
4. เส้นทางปั่นจักรยานเสือภูเขา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร					
5. ล่องแพอำเภอพะโต๊ะ					
6. ล่องเรือชมหิ่งห้อย คลองอู่ตะเภา					
7. ศึกษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตอนุรักษ์สัตว์ป่าถ้ำเขาพลู					
8. เยี่ยมชมสวนผลไม้ สวนส้ม ไร่กาแฟ					
9. ยิงปืนระบบรณยุทธ สนามยิงปืนชุมพร					
10. ชมวิถีชีวิตชาวนา บ้านยางสน					
11. สัมผัสวิถีชีวิตชาวประมงบนเกาะพิทักษ์					

2.5 ท่านคิดว่าในภาพรวมการให้บริการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรต่อไปนี้เป็นบริการที่เหมาะสมในระดับใด

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีบริการด้านการคมนาคมเพื่อเข้าถึงจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ					
2. ระบบจราจรที่คล่องตัว ป้ายบอกทาง ที่จอดรถมีความเหมาะสม					
3. ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยว					
4. ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสเฮ้าส์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม					
5. ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร มีมาตรฐานและจำนวนที่เหมาะสม					
6. ร้านขายของที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง ร้านสะดวกซื้อ ตลาด ศูนย์การค้า					
7. โรงพยาบาล สถานเอนามัย คลินิก ร้านแผนไทย					
8. ปิมน้ำมัน / ปิมน้ำแก๊ซ NGV, LPG / ATM / ไปรษณีย์					
9. ห้องสุขาในจังหวัดและในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและจำนวนเพียงพอ					

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร
คำชี้แจง โปรดตอบคำถามทุกข้อ โดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3.1 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรมีจุดแข็งหรือข้อดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

จุดแข็ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น ได้แก่ อุทยานแห่งชาติทางทะเล ปะการัง					
2. เป็นที่ตั้งของศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช (เสด็จเดี่ยว)					
3. จังหวัดชุมพรอยู่บนเส้นทางเอเชียไฮเวย์ซึ่งสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยว มาเลเซีย อินโดนีเซีย					
4. สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยว พม่าผ่านทางจังหวัดระนอง					
5. มีความสมบูรณ์ด้านอาหาร ผลไม้					
6. ความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน					

3.2 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรมีจุดอ่อนหรือข้อด้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

จุดอ่อน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบ					
2. ขาดองค์การด้านการตลาดและบริการ การท่องเที่ยวระดับจังหวัด					
3. ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดนโยบายวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นศูนย์					
4. ขาดมาตรฐานการให้บริการที่ดีของสถานบริการด้านการท่องเที่ยว					
5. การบริหารงานขาดการเชื่อมโยง ระหว่างหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					
6. ข้อมูลการท่องเที่ยว และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ					
7. ขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม					
8. ขาดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว เช่น หน่วยกู้ภัยทางทะเล					

3.3 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรมีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับใด

โอกาส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีคุณภาพและชื่อเสียงระดับโลก					
2. จังหวัดชุมพรเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวมาเลเซีย อินโดนีเซีย และพม่า					
3. จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีมาตรฐานระดับโลก					
4. จังหวัดชุมพรมีโอกาสพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านศูนย์ศึกษาวิจัยวงจรชีวิตนกนางแอ่น					

3.4 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรมีอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับใด

อุปสรรค	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การปรับตัวขึ้นของราคาน้ำมัน/อัตราดอกเบี้ย					
2. ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก					
3. มีคู่แข่งทางการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงที่นำกลัว					
4. การลงทุน ของชาวต่างชาติ เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์มากเกินไป					
5. ปัญหากฎธรรมชาติอุทกภัย วาตภัย เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว					
6. ความไม่มั่นคงทางการเมืองของประเทศ					
7. มีภาวะระบาดของไข้หวัด 2009					

ตอนที่ 4 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร
คำชี้แจง โปรดตอบคำถามทุกข้อ โดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

4.1 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรควรมีวิสัยทัศน์ (ความ ใฝ่ฝันในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอีกห้า/สิบปีข้างหน้า) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในข้อต่อไปนี้ในระดับใด

วิสัยทัศน์	ระดับความ				
	คิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. จังหวัดชุมพรจะBrandจังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลด้านการดำน้ำที่มีมาตรฐานระดับโลกเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
2. จังหวัดชุมพรจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพสูงสุดเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชนจังหวัดชุมพร					
3. จังหวัดชุมพรจะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง					
4. จังหวัดชุมพรจะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อปลูกจิตสำนึกของชาวชุมพรให้เกิดความรักหวงแหนและอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิตของชาวชุมพรอย่างยั่งยืน					

4.2 ท่านคิดว่าจังหวัดชุมพรควรมียุทธศาสตร์ (การแสวงหาแนวทางในการทำให้วิสัยทัศน์หรือความปรารถนาของจังหวัดชุมพรเป็นจริง) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดในระดับใด

ยุทธศาสตร์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ					
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
3. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปะวัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก					

4.3 ท่านคิดว่าข้อต่อไปนี้เป็นกลยุทธ์และโครงการ (แผนปฏิบัติการเพื่อดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์ภายในกรอบเวลาที่กำหนดไว้) ของแต่ละยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับใด

กลยุทธ์ และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ					
กลยุทธ์ที่ 1.1 การจัดการด้านการตลาด					
โครงการที่ 1 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 2 การสร้างBrand ท่องเที่ยวด้านดำน้ำจังหวัดชุมพรในระดับโลก					
โครงการที่ 3 การสร้างBrand ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดชุมพรในระดับภูมิภาคเอเชีย					
โครงการที่ 4 วิจัยกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 5 จัดประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย Brand ดำน้ำและ Brand ท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
โครงการที่ 6 จัดทำส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 7 การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นประตูสู่พม่า					
โครงการที่ 8 การสร้างสื่อโฆษณาการท่องเที่ยวเพื่อขายตรง เว็บไซต์และเชิญสื่อท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร					
กลยุทธ์ที่ 1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 ยกระดับสินค้า บริการ และกิจกรรมดำน้ำสู่มาตรฐานโลก					
โครงการที่ 2 ยกระดับสินค้า บริการ และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานสากล					
โครงการที่ 3 ยกระดับมาตรฐานด้านที่พักแรม ร้านอาหาร และบริการทางการท่องเที่ยวหาดทรายรี หาดถ้ำพรหม สุราษฎร์ธานี					
โครงการที่ 4 ยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยววัด พิพิธภัณฑ์ โบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ในจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 5 ยกระดับกิจกรรมล่องแก่ง ล่องแพ และเดินป่า อำเภอพะโต๊ะสู่มาตรฐานสากล					
โครงการที่ 6 ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานสากล สวนนายดำ สวนทิพย์					
โครงการที่ 7 กำหนดเส้นทางย้อมร้อยเสด็จประพาส รัชกาลที่ 5 ถ้ำเขาเงิน อำเภอหลังสวน					
โครงการที่ 8 ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธาราบ้ำบัด บ่อน้ำร้อนถ้ำเขาพลู อำเภอละแม					

กลยุทธ์ และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 9 ยกระดับการท่องเที่ยวถ้ำและน้ำตก บริเวณน้ำตกเหวไหลมสู่มาตรฐานสากล					
โครงการที่ 10 ยกระดับการท่องเที่ยวแหล่งโบราณคดี เขานาพร้าว อำเภอท่าแซะ					
โครงการที่ 11 ยกระดับการท่องเที่ยวพื้นที่ตามแนวพระราชดำริ หนองใหญ่					
กลยุทธ์ที่ 1.3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 ตั้งองค์กรกลางเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม					
โครงการที่ 2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 3 สร้างมหาวิทยาลัยชุมพรเขตรอุดมศักดิ์และหลักสูตรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและค่าน้ำ					
โครงการที่ 4 วางแผนปฏิบัติการการจัดการท่องเที่ยวระดับชุมชน ตำบล อำเภอ และระดับจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 5 หลักสูตรมาตรฐานเพื่ออบรมบุคลากรการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรให้ก้าวไปในระดับสากล					
โครงการที่ 6 จัดตั้งศูนย์วิจัยทางทะเล					
โครงการที่ 7 จัดตั้งศูนย์ประสานงานป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 8 ประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด					
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
กลยุทธ์ที่ 2.1 การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land use) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลในอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร					
โครงการที่ 2 กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 3 ยกระดับมาตรฐานและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณป่าต้นน้ำพะโต๊ะ					
โครงการที่ 4 ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวบริเวณหาดทรายรี					
โครงการที่ 5 กำหนดมาตรฐานและเส้นทางท่องเที่ยวป่าชายเลน คลองคูตะเภา					
โครงการที่ 6 กำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวพื้นที่ตามแนวพระราชดำริ หนองใหญ่					

กลยุทธ์ และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 2.2 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 การจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวโดยการใช้ซ้ำ ใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ (3Rs)					
โครงการที่ 2 การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลมในโรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ในหาดทรายรี					
โครงการที่ 3 การบำบัดน้ำเสียในโรงแรม รีสอร์ท และร้านอาหาร ริมหาดภาวธรภาพ					
โครงการที่ 4 การนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ย ก๊าซชีวภาพ เพื่อใช้ในโรงแรมและภาคการในจังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 5 ยกกระดับคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ หาดทุ่งวัวแล่น					
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 3.1 การสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน					
โครงการที่ 1 การรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรระดับอำเภอและตำบล					
โครงการที่ 2 อบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในอำเภอเมือง					
โครงการที่ 3 การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์ในเกาะพิทักษ์ อำเภอหลังสวน					
โครงการที่ 4 สร้างการมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยว และร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรป่าต้นน้ำอำเภอพะโต๊ะ					
กลยุทธ์ที่ 3.2 การกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น					
โครงการที่ 1 การจัดตั้งธุรกิจขนาดกลางด้านที่พักโฮมสเตย์สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนบ้านบางน้ำจืด					
โครงการที่ 2 การจัดตั้งศูนย์สินค้าและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทะเล และสินค้าเกษตร อำเภอเมือง					
โครงการที่ 3 การเพิ่มมูลค่างานหัตถกรรม สือ เครื่องจักสาน อำเภอท่าแซะ					
โครงการที่ 4 การอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการที่พัก ร้านอาหารและบริการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 5 การอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					

กลยุทธ์ และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 6 การอบรมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านแพทย์ทางเลือกและสมุนไพร จังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 7 การอบรมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านการดำน้ำ จังหวัดชุมพร					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก					
กลยุทธ์ที่ 4.1 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 สนับสนุนส่งเสริมประเพณี แข่งเรือยาวขึ้นโขนชิงธง อำเภอหลังสวน ปีละ 1 เดือน					
โครงการที่ 2 การสืบทอดวิถีชีวิตชาวเล ชุมชนบางน้ำจืด เกาะพิทักษ์					
โครงการที่ 3 จัดประกวดการเล่นหนังตลุง อำเภอเมือง					
โครงการที่ 4 จัดประกวด เพลงกล่อมเด็ก เพลงนา เพลงเรือ อำเภอเมือง					
โครงการที่ 5 อนุรักษ์วิถีชีวิต อนุรักษ์ศิลปกรรมแกะตัวหนังตะลุง อำเภอท่าแซะ					
โครงการที่ 6 สร้างศูนย์วิจัยด้านสวนผลไม้ อำเภอเมือง					
โครงการที่ 7 ยกระดับงานเปิดโลกทะเลชุมพร สู่มাত্রฐานสากล					
โครงการที่ 8 ยกระดับเทศกาลดูเหยี่ยวอพยพแห่งประเทศไทยสู่ภูมิภาคเอเชีย					
โครงการที่ 9 จัดตั้งศูนย์อนุรักษ์การทำนาแบบวิถีดั้งเดิม บ้านบางสน					
โครงการที่ 10 จัดเทศกาลชิมผลไม้เมืองชุมพร เดือนมิถุนายน บริเวณหาดทรายรี					
โครงการที่ 11 จัดเทศกาลอนุรักษ์อาหารทะเล ครวเมืองชุมพร เดือนพฤษภาคม					
กลยุทธ์ที่ 4.2 การพัฒนาจิตใจ					
โครงการที่ 1 อบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 2 อบรมความรู้เรื่องศาสนาและวัฒนธรรมสำหรับเยาวชน					
โครงการที่ 3 การฝึกปฏิบัติธรรมตามแนวพระพุทธศาสนาสำหรับนักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 4 การเสริมสร้างทักษะผู้นำชุมชนรุ่นใหม่					
กลยุทธ์ที่ 4.3 การปลูกจิตสำนึก					
โครงการที่ 1 อบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมแก่เยาวชน จังหวัดชุมพร					
โครงการที่ 2 อบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน แก่ อบจ. อบต. อำเภอเมืองชุมพร					
โครงการที่ 3 จัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์และพิทักษ์ป่าต้นน้ำ อำเภอพะโต๊ะ					

ตอนที่ 5 บทบาทของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามทุกข้อ โดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

5.1 ท่านคิดว่าภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนควรมีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดชุมพรในหัวข้อต่อไปนี้ในระดับใด

บทบาทและหน้าที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ภาครัฐ					
1. บทบาทในการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ระดับประเทศ					
2. บทบาทในการลงทุนด้านการพัฒนาสาธารณูปโภค					
3. บทบาทในการพัฒนา อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ					
4. บทบาทในการสร้างมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว					
5. บทบาทในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว					
ภาคเอกชน					
1. บทบาทในการร่วมกำหนดนโยบายและการลงทุนด้านการพัฒนาสาธารณูปโภค					
2. บทบาทในการร่วมพัฒนา อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว					
3. บทบาทในการร่วมสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว					
4. บทบาทในการร่วมทำการตลาดด้านการท่องเที่ยว					
5. บทบาทในการสนับสนุนการกระจายรายได้สู่ชุมชน					
ประชาชน					
1. บทบาทในการร่วมกำหนดนโยบายและตัดสินใจและร่วมวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว					
2. บทบาทในการดูแลรักษาทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน					
3. บทบาทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล					
4. บทบาทในการร่วมพัฒนาสาธารณูปโภคท้องถิ่น					
5. บทบาทในการร่วมพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวของท้องถิ่น					
6. บทบาทในการมีส่วนร่วมประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น					

รายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

1. รายการทรัพยากรธรรมชาติ

1. ทรัพยากรธรรมชาติ	ลักษณะและ ผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล ท่องเที่ยว	ชื่อผู้ ติดต่อ สถานที่/โทร
1.1 ภูมิทัศน์และภูมิอากาศ : หาด ถ้ำ ปะการัง เกาะ เขา ที่ราบ ที่ราบสูง ภูเขาไฟ ที่ลุ่ม ที่ดอน ถ้ำถ้ำ หุบเขา หุบเขา ชายฝั่งทะเล ลม ฯลฯ							
1.2 พืช : ป่า ไร่ เขา สวน สวนผลไม้ ฟาร์ม ต้นไม้ ดอกไม้ ไร่ของ ป่าสมบูรณ์ ดอกไม้ป่า ทุ่งหญ้า สมุนไพร สวนครัว ป่าชายเลน ป่าเขตร ร้อน ฯลฯ							
1.3 น้ำ : ลำธาร แม่น้ำ คู่งน้ำ น้ำตก ทะเลสาบ น้ำพุร้อน บึง หนอง ทะเล หิมะ ฝน น้ำแข็ง ฯลฯ							

2. ทรัพยากรวัฒนธรรม

2. ทรัพยากรวัฒนธรรม	ลักษณะและ ผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล ท่องเที่ยว	ชื่อผู้ ติดต่อ สถานที่/โทร
2.1 มรดกวัฒนธรรม : ปราสาท ป้อม โบราณสถาน โบราณวัตถุ หมู่บ้าน พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ ภาษาท้องถิ่น							
2.2 มรดกด้านศาสนา: โบสถ์ สุเหร่า โบสถ์คริสต์ สุสาน วัด เมรุ เจดีย์ พระพุทธรูปปางต่างๆ ปะติมากรรม ฯลฯ							
2.3 ศิลปะ/ชาติพันธุ์ : ชนกลุ่มน้อย ชาวเขา คนพื้นเมือง การฟ้อนรำ ดนตรี ภาษาท้องถิ่น อาหาร เครื่องดื่ม หัตถกรรม อุตสาหกรรม ครัวเรือน บ้านเรือน							

3. รายการทรัพยากรมหกรรมปรากฏการณ์สำคัญ (Events)

3. ทรัพยากรมหกรรม (Events)	ลักษณะและผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล ท่องเที่ยว	ชื่อผู้ติดต่อ สถานที่/โทร
3.1 มหกรรม : เฟสติวลดนตรีชนิดต่างๆ แจ๊ส บัลเล่ ลิเกหนังใหญ่ เหล้า งานแสดงสินค้า							
3.2 การ Tournaments : การแข่งขันกีฬา กอล์ฟ เทนนิส ฟุตบอล การแข่งขันเรือยาว ประเพณีแข่งรถ แข่งจักรยาน							
3.3 งานแสดงสินค้าธุรกิจ : งานแสดงสินค้าเกษตรกรรม งานแสดงสินค้ารถยนต์ เรือ อุปกรณ์กีฬา							
3.4 งานแสดงอื่นๆ : วันชาติ งานฉลองชาวเขา งานฉลองถนนต่างๆ แสงบุญมหกรรม หัตถกรรม							

4. รายการทรัพยากรด้านกิจกรรม

4. ทรัพยากรด้านกิจกรรม	ลักษณะและ ผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล ท่องเที่ยว	ชื่อผู้ที่ ติดต่อ สถานที่/โทร
4.1 กิจกรรมสันตนาการ : สนามเทนนิส เส้นทางศึกษาธรรมชาติ จักรยาน คลอง ไตร ร่วม กรีฑา สระว่ายน้ำ การพายเรือ ตกปลา แกะสลัก							
4.2 กิจกรรมด้านบริการ : ขายปลีกอุปกรณ์ แคมป์ปิ้ง อุปกรณ์เซซล่นสกี หอคิลปี เสื้อผ้า เฉพาะ เซรามิคแก้ว สินค้าโรงงาน สินค้ามือ สอง ละคร ภาพยนตร์ ศูนย์ประชุม							

5. รายการทรัพยากรด้านบริการ

5. ทรัพยากรด้านบริการ	ลักษณะและผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล ท่องเที่ยว	ชื่อผู้ติดต่อ สถานที่/โทร
5.1 การขนส่ง : การเข้าถึง ยานพาหนะ เรือ รถไฟ รถยนต์ เครื่องบิน รถทัวร์ สนามบิน ท่าเรือ							
5.2 ที่พักแรม : โรงแรม 2-3-4-5ดาว Guest House B+B Home stay Farm stay โมเต็ล หอพัก							
5.3 การต้อนรับ: แผนที่ โบชัวร์ ป้ายบอกทาง เดินเที่ยวเอง ท่าทีของเจ้าบ้าน บริษัททัวร์ ฯลฯ							
5.4 บริการอื่นๆ : การซ่อมต่างๆ ปั้มน้ำมัน ธนาคาร ATM ที่แลกเงิน ตำรวจท่องเที่ยว บริการสุขภาพ							

6. การประเมินทรัพยากรท่องเที่ยว

ลักษณะของทรัพยากร	คุณภาพ	ความโดดเด่นเมื่อเทียบกับที่อื่น	จุดดึงดูดนักท่องเที่ยว
6.1 ทรัพยากรธรรมชาติ			
6.2 ทรัพยากรวัฒนธรรม			
6.3 Events			
6.4 กิจกรรม			
6.5 บริการ			

7. ตารางจัดอันดับความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว

ลักษณะทรัพยากร	คุณสมบัติความโดดเด่น	ลูกค้าสำคัญ	โอกาสในการพัฒนา	อุปสรรคต่อการพัฒนา	อันดับ
7.1 ทรัพยากรธรรมชาติ					
7.2 ทรัพยากรวัฒนธรรม					
7.3 Events					
7.4 กิจกรรม					
7.5 บริการ					



ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล ณปกร เจี้ยวแห้ง

วัน เดือน ปีเกิด 26 ธันวาคม 2526

ที่อยู่ปัจจุบัน 6/490 อาคารมาเจสติกทาวเวอร์ ตำบลสวนใหญ่ อำเภอเมือง
 จังหวัดนนทบุรี

ประสบการณ์การทำงาน
 พ.ศ. 2549 อาจารย์ โรงเรียนสุราษฎร์เทคโนโลยีบริหารธุรกิจ 8/23 ซอยศรีวิชัย
 59 ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประวัติการศึกษา
 พ.ศ. 2548 บธ.บ. (การจัดการการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

