



ประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ กรณีศึกษา  
องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่

**Effectiveness of Tourism Policy Implementation : A  
Case Study of  
Ao Nang Subdistrict Administration Organization,  
Krabi Province.**

สุนีย์ จุลมณีโชติ

**Sunee Chullamaneechot**

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the  
Requirements  
for the Degree of Master of Public Administration  
Prince of Songkla University  
2554**

ชื่อสารนิพนธ์      ประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ กรณี ศึกษา  
องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่

ผู้เขียน      นางสาวสุณีย์ จุลมณีโชติ

สาขาวิชา      รัฐประศาสนศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์จู่ตามณี ตระกูลมุกดา )

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์จู่ตามณี ตระกูลมุกดา )

.....กรรมการ

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพจน์ โกวิทยา )

.....กรรมการ

( รองศาสตราจารย์สุรเชษฐ์ ชีระมณี )

.....

( รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย กาญจนสุวรรณ )

ผู้อำนวยการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขารัฐประศาสนศาสตร์

ชื่อสารนิพนธ์	ประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่
ผู้เขียน	นางสาวสุณีย์ จุลมณีโชติ
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไป 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมาปฏิบัติให้เกิดประสิทธิผล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐและบุคลากรภาคเอกชน จำนวน 248 คน โดยแบ่งเป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐจำนวน 47 คน บุคลากรหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 201 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และนำข้อมูล มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t – test ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง
2. ปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติแตกต่างกัน
3. ข้อเสนอแนะ ควรวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อนำไปปรับพัฒนาการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และควรศึกษาประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทุก ๆ ปีเพื่อปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานให้มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

## **Abstract**

**Minor Thesis Title**      Effective tourism policy implementation case study of Ao Nang subdistrict Administration Organization, Krabi province.

**The Author**                Miss Sunee Chullamaneechot

**Major Programme**        Master of Public Administration

**Academic Year**            2010

The purpose of this study for 1) To study the effectiveness of tourism policy implementation, 2) To compare the effectiveness of personal factors and policy to promote tourism. 3) To provide policy guidelines for promoting tourism into practice more effectively.

The sample used in the study backpacks, chief government agencies and personnel, the private sector of 248 people, divided into official government of 47 people staff private sector of 201 students used to gather data were questionnaires and The data were analyzed using computer by calculating the percentage, mean, standard deviation and the t – test results showed that

1. effectiveness of tourism policy implementation in the medium level.
2. personal factors and effectiveness of tourism promotion policy implemented differently.
3. Recommendations should comment on a comparative analysis of tourism policy implementation by agencies both public and private sector development in order to adjust the policy to promote tourism And should study the effectiveness of the policy every year to promote tourism and improve the operation more efficient.

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยฟื้นฟูและรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดช่วงระยะ 10 ปีที่ผ่านมา คือนับตั้งแต่ประเทศประสบกับภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปีที่ 2540 เป็นต้นมา เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับสองรองจากการส่งออกสินค้าคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี โดยสร้างรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5- 6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการกำหนดแนวทางการพัฒนาในระยะที่ผ่านมา ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และยุทธศาสตร์ปรับโครงสร้างการท่องเที่ยว ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมทั้งนโยบายพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล ได้มุ่งเน้นการสร้างรายได้แก่ประเทศเป็นเป้าหมายหลัก ( ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ,2550 ) การเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยสามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศ เพื่อแก้ปัญหาการขาดดุลชำระเงินตราจากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ในปี 2520 ดุลการท่องเที่ยวประมาณ 1423 ล้านบาทเพิ่มเป็น 67726 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2534 คิดเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 31.77 ต่อปี( การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ,2535 ) นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม การทวีรายได้ประชาชาติ และการกระจายรายได้( สการินทร์ โพธิวาสวริน , 2535 ) ด้วยเหตุนี้รัฐบาลแต่ละประเทศจึงมุ่งสนใจและให้การสนับสนุนกิจการด้านนี้เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ รัฐบาลไทยได้ผนวกเอาการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 3 ( 2515 - 2519 ) เป็นต้นมา และในปี พ.ศ. 2519 ประเทศไทยเริ่มมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกโดยเน้นการวางแผนการพัฒนาสร้างสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคของแหล่งการท่องเที่ยวและตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาได้มีการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุกฉบับ

ช่วงที่ผ่านมาภาคการท่องเที่ยวของประเทศได้รับผลกระทบจากปัจจัยลบต่างๆ ทั้งจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก ปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และการแพร่ระบาดของโรคต่างๆ ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศ นอกจากนี้คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2552 ประกาศให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ใช้ความพยายามทุกรูปแบบในการช่วยกู้วิกฤตให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศกลับฟื้นตัวได้ในเวลาอันรวดเร็วที่สุด ด้วยเหตุผลดังกล่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์และมาตรการกระตุ้น การท่องเที่ยวปี 2552-2555 ดังนี้

กรอบแนวคิดในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กู้วิกฤตและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว พ.ศ.2552-2555 มีการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศ เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในกระบวนการร่างแผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อให้เกิดการยอมรับและนำไปใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติ ขอบเขตครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวค้ำถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศ ในภาคใต้มีการพัฒนาเชื่อมการท่องเที่ยวใน 2 ฝั่งมหาสมุทร โดย

- 1) ชายฝั่งอันดามัน กลุ่มจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นศูนย์กลางแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลแบบครบวงจร ให้มีความแข็งแกร่ง ในขณะเดียวกัน ต้องเร่งพัฒนาจังหวัดตรัง และสตูลเพื่อให้ความพร้อมที่จะรองรับการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวจากภูเก็ต อย่างสมดุล
- 2) ชายฝั่งทะเลอ่าวไทย พัฒนาเกาะสมุย และเกาะพะงัน เป็นศูนย์กลาง ควบคู่ไปกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติบนบก แหล่งวัฒนธรรมโบราณสถาน และภูมิสังคมของภาคใต้ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช การค้าชายแดนและการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวตามกรอบความร่วมมือ IMG-GT ( กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ) สำหรับสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มีทิศทางการเติบโตที่ดีมาโดยตลอด ทั้งนี้เพราะจังหวัดกระบี่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเล โดยเฉพาะน้ำทะเล และหาดทรายที่สะอาด และความสวยงามของโลกใต้ทะเล ไม่ว่าจะเป็น ปะการัง และปลานานาชนิด อันเป็นมนต์เสน่ห์ที่สร้างความประทับใจและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยเสริมอย่างเช่น การเปิดบริการสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) โครงการ Unseen Thailand ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เพิ่มขึ้นทุกปี สำหรับในปี 2548 กระแสการเดินทางท่องเที่ยว ยังคงขยายตัวร้อยละ 10.68 โดยตลาดหลักยังคงเป็นผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศที่มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.76 ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาค

ยุโรป โดยเฉพาะประเทศสวีเดนและอังกฤษ ส่วนผู้เยี่ยมชมชาวไทยมีอัตราการเติบโต  
กระตือรือร้นเล็กน้อยร้อยละ 3.84 โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากภาคใต้ และ  
กรุงเทพมหานคร

สำหรับพาหนะที่ผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่ใช้ในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวคือรถ  
ส่วนตัวมากที่สุด รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง และเครื่องบิน ตามลำดับ ส่วน  
แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ อ่าวพระนาง

ในการเดินทางแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 4.33 วัน ลดลงจากเดิม  
เล็กน้อย โดยมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันประมาณ 2,801.94 บาท ก่อให้เกิดรายได้ของ  
นักท่องเที่ยวเป็นเงิน 18,908.95 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อ  
วันเป็น 1,567.63 บาท และมีรายได้เท่ากับ 416.42 ล้านบาท เมื่อรวมรายได้  
ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในจังหวัดกระบี่เป็นจำนวนทั้งสิ้น 19,325.37 ล้านบาท  
ดังนั้น ผู้เยี่ยมชมจึงมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 2,619.43 บาท

สำหรับสถานการณ์ด้านการพักรวม พบว่า จำนวนห้องพักมีการเติบโตเพิ่มขึ้นเป็น  
จำนวน 10,950 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 20.49 โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั้งปีร้อยละ  
47.54 เพิ่มขึ้นจากเดิม คิดเป็นร้อยละ 3.60 และมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยในสถานพักรวม  
เป็น 2.85 วัน

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาประสิทธิผลการนำนโยบาย  
ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ของเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชนที่  
เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการนำนโยบายไปปฏิบัติส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การ  
บริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ. กระบี่ เพื่อศึกษา ข้อมูล และ เสนอแนะแนวทางการนำ  
นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมาปฏิบัติให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์การบริหารส่วนตำบล อ่าว  
นาง ต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมาปฏิบัติให้เกิดประสิทธิผล

## สมมติฐานการศึกษา

1. การนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติของ องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัด กระบี่มีประสิทธิผลอยู่ในระดับดี
2. บุคลากรหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาในการทำงาน และ สถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็น เกี่ยวกับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติแตกต่างกัน

## ความสำคัญและประโยชน์ของการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึง ความแตกต่างของประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติในความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
2. เพื่อนำผลการศึกษาไปเสนอแนะ ให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ.กระบี่ เป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนโดยมีขอบเขตดังนี้



## 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ

หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ตำรวจท่องเที่ยว และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานกระบี่

หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ประกอบการร้านค้า และ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา

ตาราง 1 ประชากรหน่วยงานภาครัฐและ ภาคเอกชน

หน่วยงานภาครัฐ/ ภาคเอกชน	ประชากร ( คน )
หน่วยงานภาครัฐ	121
องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	103
ตำรวจท่องเที่ยว	11
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่	7
หน่วยงานเอกชน	520
ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	150
ผู้ประกอบการร้านค้า	250
ผู้ประกอบการธุรกิจสปา	120
รวม	641

ที่มา : ฝ่ายบุคคล องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ( ข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2552 ),สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวกระบี่ (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2553), การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ (ข้อมูล ณ วันที่ 24 มกราคม 2554 ) , สำนักปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ( ข้อมูล ณ วันที่ 17 มกราคม 2554 )

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 248 คน ได้จาก การใช้ตารางสำเร็จรูปซึ่งเป็นตารางที่กำหนดให้ความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 หรือมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ซึ่งเป็นระดับความเชื่อมั่นที่นิยมใช้ แล้วคำนวณโดยใช้สูตรของยามานะ จะได้จำนวนตัวอย่าง จากประชากร 641 คนได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 248 ผู้วิจัยจึงนำขนาดกลุ่มตัวอย่างมาหาสัดส่วนดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างหน่วยงานภาครัฐและ ภาคเอกชน

หน่วยงานภาครัฐ/ ภาคเอกชน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง ( คน )
<b>หน่วยงานภาครัฐ</b>	<b>121</b>	<b>47</b>
องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	103	40
ตำรวจท่องเที่ยว	11	4
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่	7	3
<b>หน่วยงานภาคเอกชน</b>	<b>520</b>	<b>201</b>
ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	150	58
ผู้ประกอบการร้านค้า	250	97
ผู้ประกอบการธุรกิจสปา	120	46
<b>รวม</b>	<b>641</b>	<b>248</b>

ที่มา : ฝ่ายบุคคล องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ( ข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2552 ),สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวกระบี่ (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2553), การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ (ข้อมูล ณ วันที่ 24 มกราคม 2554 ) , สำนักปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ( ข้อมูล ณ วันที่ 17 มกราคม 2554 )

## 2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

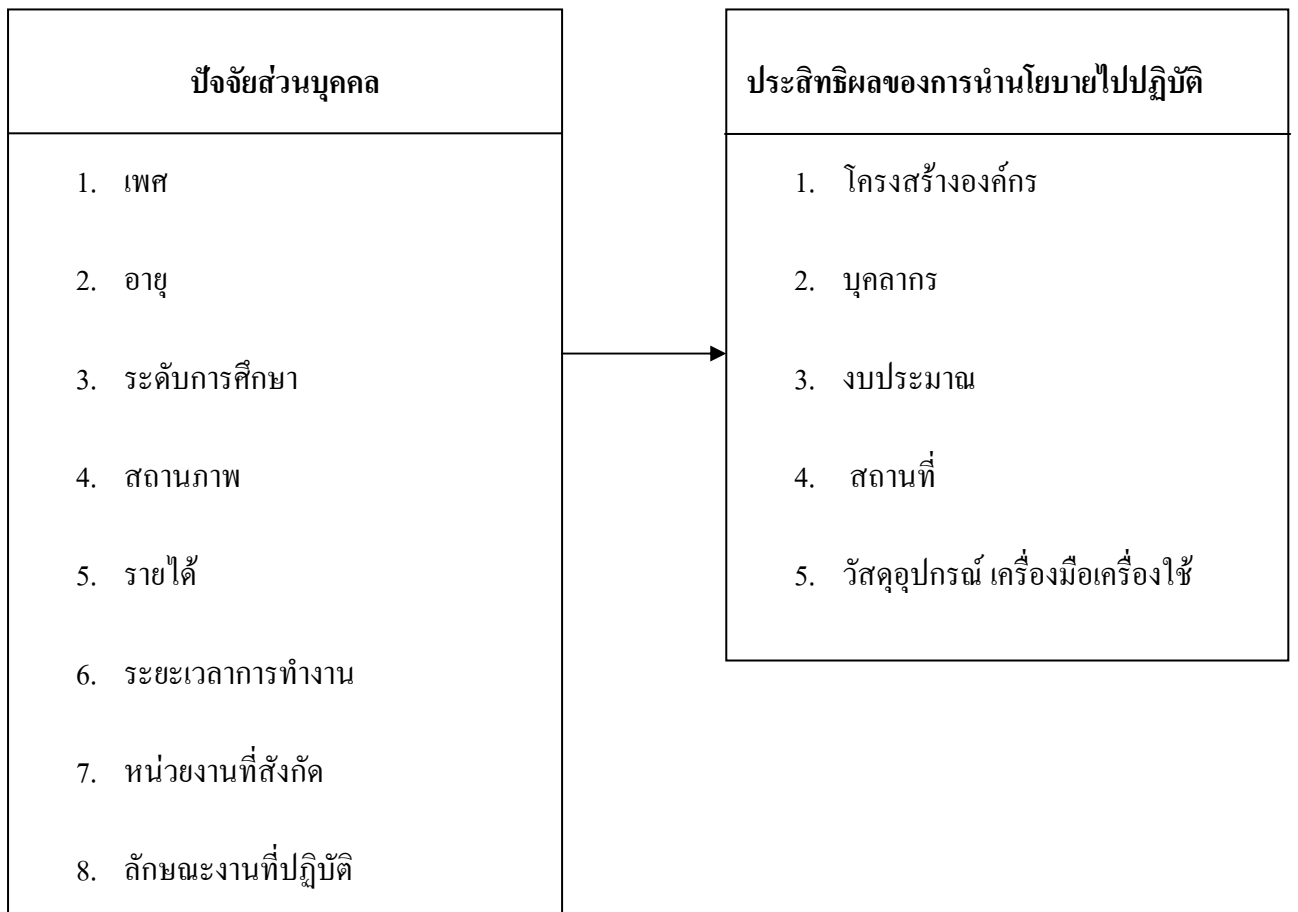
2.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการทำงาน ลักษณะของหน่วยงาน

2.2 ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ โครงสร้างองค์กร บุคลากร งบประมาณ สถานที่ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้

### กรอบความคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น ( X )

ตัวแปรตาม ( Y )



## นิยามศัพท์เฉพาะ

**ประสิทธิผล** หมายถึง ความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือ เป้าหมายที่กำหนด

**นโยบาย** หมายถึง หลักการและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการ

**ประสิทธิผลของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ** หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานให้ตามบรรลุวัตถุประสงค์ของ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ วัตถุประสงค์นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ มีดังนี้

1. ประชาสัมพันธ์อ่าวนางให้เป็นที่รู้จักของเมืองท่องเที่ยวทั่วโลก
2. จัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวประจำปีของตำบลอ่าวนาง
3. พัฒนาสาธารณูปโภคที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุกระบบ
4. เน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
5. อำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

**โครงสร้างองค์กร** หมายถึง การวางลำดับชั้น หรือสายการทำงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

**บุคลากร** หมายถึง ทรัพยากรบุคคลที่นำนโยบายมาปฏิบัติ มีความรู้ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว รับผิดชอบ บุคลากรเป็นบุคลากรงานจริงในการเปลี่ยนแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติ บุคลากรที่รับผิดชอบในการแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติควรเป็นผู้มีความรู้ความชำนาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนโยบายนั้น ๆ

**งบประมาณ** หมายถึง เงินในการบริหารองค์กร

**สถานที่** หมายถึง สถานที่ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้

**วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้** หมายถึง สิ่งช่วยเหลือที่จะก่อให้เกิดความสะดวก

**การประชาสัมพันธ์** หมายถึง วิธีการขององค์กรอันมีแบบแผนและการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้องค์กรและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย

**การจัดกิจกรรม** หมายถึง รูปแบบ วิธีการ กระบวนการ เทคนิค การปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง  
ให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ อย่างมีลำดับขั้นตอน มีแบบแผน

**การอนุรักษ์** หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากรอย่างฉลาด การใช้ประโยชน์นั้นจะต้องเกิดผลดี  
ต่อ

ประชากรโลกส่วนรวมมากที่สุด จะต้องรู้จักใช้ประโยชน์ให้ได้เป็นเวลายาวนานที่สุด ให้มีการ  
สูญเสียทรัพยากรอย่างเปล่าประโยชน์น้อยที่สุด

**การพัฒนาสาธารณสุขภาค** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น  
ไฟฟ้า ประปา ถนน ฯลฯ ไปจากสภาพเดิม ไปสู่สภาพใหม่ที่ก้าวหน้าหรือเป็นไปในเชิงบวก

**ความคิดเห็น** หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึก ความเชื่อและการตัดสินใจ  
ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยอาศัยความรู้ การรับรู้ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมในขณะนั้นเป็นฐาน  
ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการนำนโยบาย  
ส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางไปปฏิบัติ

**การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน** หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม สามารถดำรงไว้ซึ่ง  
ทรัพยากรทางธรรมชาติในการท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย

**การอนุรักษ์** หมายถึง การเก็บรักษาไว้เพื่อใช้ในอนาคต หรือเพื่อใช้ให้เกิดประสิทธิผลยิ่งขึ้น

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติกรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ.กระบี่ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล
2. แนวคิดเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ
3. ตัวแบบของการนำนโยบายไปปฏิบัติ
4. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการนำนโยบายไปปฏิบัติ
5. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล

ความหมายของประสิทธิผล ( Effectiveness ) ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้คำนิยามความหมายไว้ดังนี้

สมพงษ์ เกษมสิน ( 2541 อ้างถึงในประสิทธิผล ,2551 ) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การพิจารณาผลของการทำงานที่สำเร็จลุล่วงตั้งประสงค์หรือคาดหวังไว้เป็นหลัก และความสำเร็จของงานอย่างมีประสิทธิภาพนั้น อาจเกิดจากการปฏิบัติงานที่ประหยัดหรือมีประสิทธิภาพก็ได้เพราะประสิทธิภาพเป็นเรื่องของการทำงานให้ได้ผลสูงสุดส่วนประสิทธิผลเป็นเรื่องของการนำเอาผลงานที่สำเร็จดังที่คาดไว้มาพิจารณา

Reddin ( 1971 อ้างถึงใน อนันต์ เกตุวงศ์ ,2526 ) ได้นิยามว่า “Effectiveness is extent to which a manager achieves the output requirements of his position ” หรือประสิทธิผล เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของผู้บริหารให้ผลงานนั้นบรรลุผลสำเร็จตามความคาดหวังงานของนักบริหารจะต้องเน้นอยู่ที่ประสิทธิผลคือจะต้องทำงานให้ได้ผล ประสิทธิภาพการบริหารหรือการจัดการมีส่วนสัมพันธ์กับผลงานหรือผลผลิตที่นักบริหารได้กระทำในสถานการณ์หนึ่งโดยใช้วิธีการปฏิบัติงานที่เหมาะสมเพื่อให้ได้ผลล้นมากขึ้นเรื่อยๆ หรือให้ได้ผลงานมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้( ประสิทธิภาพ ,2551)

James (1973 อ้างถึงใน ภรณ์ีย์ ( กิริติบุตร)มหามานนท์,2529 )กล่าวถึง

ประสิทธิผลขององค์การ ว่าเป็นความสามารถบรรลุเป้าหมาย( Degree of goal achievement )( ความหมายของประสิทธิผล ,2551 )

เกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง ( 2529 อ้างถึงใน แนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล,2551) ให้ความหมายประสิทธิผลไว้ว่า หมายถึง เครื่องแสดงความสำเร็จของเป้าหมาย ความสำเร็จในการปฏิบัติงานสิ่งที่เราได้ตัดสิ้นการกระทำ

จินดาลักษณ์ วัฒนประสิทธิ์ ( 2529 อ้างถึงในประสิทธิผล, 2551 )กล่าวว่า ประสิทธิผล คือ การพิจารณาว่าผลงานของนโยบายนั้นบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่เพียงไร ประสิทธิผลเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการใช้หลักเหตุผลทางเทคนิควิชาการ ( Technical Rationality)

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์ ( 2529 อ้างถึงใน ประสิทธิผล,2551 ) ได้ให้ความหมายของคำว่าประสิทธิผล ว่าเป็นเรื่องการเน้นความสำคัญของสิ่งที้ออกแทนที่จะเป็นสิ่งที่ป้อนเข้า จุดมุ่งหมายที่สำคัญของผลลัพธ์ จึงได้แก่การศึกษาว่าผลลัพธ์ที่ปรากฏบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่เพียงใด

ภรณ์ กิรติบุตร( 2529 อ้างถึงใน ความหมายของประสิทธิผล,2551 )ได้นิยามความหมายของคำว่า ประสิทธิผล ว่าหมายถึง เครื่องตัดสินใจในการบริหารหลักสูตรว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใด

Stuftebeam( อ้างถึงใน ภรณ์ กิรติบุตร,2529 ) ให้ความหมายว่า “เป็นกระบวนการของการวิเคราะห์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ในการตัดสินใจในทางเลือกต่างๆที่มีอยู่”( ความหมายของประสิทธิผล ,2551)

นิตา ชูโต ( 2531 อ้างถึงใน ความหมายของประสิทธิผล,2551 ) ให้ความหมายว่า “เป็นกิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ความหมายข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความต้องการหาแนวทางวิธีการปรับปรุงวิธีการจัดการและหาผล ที่แน่ใจว่าเป็นการเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของโครงการให้ดียิ่งขึ้น ”

อุทัย หิรัญโต ( 2533 อ้างถึงใน ความหมายของประสิทธิผล ,2551 ) กล่าวถึงคำว่า “ ประสิทธิผล” หมายถึง ความสำเร็จของการบริหารที่บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากการปฏิบัติงานที่ไม่มีประสิทธิภาพก็ได้ เพราะประสิทธิผลที่เพียงแต่พิจารณาถึงผลงานที่ได้รับเท่านั้น ลักษณะการบริหารที่มีประสิทธิผลคือการบรรลุเป้าหมาย แต่การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพคือการใช้ทรัพยากรการบริหารอย่างประหยัด เกิดผลรวดเร็วโดยการนำเวลาเข้ามาพิจารณาด้วย

ประพันธ์ สุริหาร ( 2533 อ้างถึงใน ความหมายของประสิทธิผล,2551 ) ได้ให้ความหมายของประสิทธิผลว่า หมายถึง การพิจารณาผลของการทำงานที่สำเร็จตามความคาดหวังไว้ ความสำเร็จของงานอย่างมีประสิทธิผลนั้น อาจเกิดจากกรปฏิบัติงานไม่ประหยัด

หรือไม่มีประสิทธิภาพก็ได้ เพราะประสิทธิภาพเป็นเรื่องของการทำงานให้ได้ผลสูงสุด ส่วน ประสิทธิภาพเป็นเรื่องของการทำงานที่เอาผลงานที่สำเร็จดังที่คาดหวังมาพิจารณา ดังนั้นงานที่มี ประสิทธิภาพจึงไม่จำเป็นต้องมีประสิทธิภาพเสมอไป

Chester( 1938 อ้างถึงใน สวัสดิ์ ภูทอง ,2536 ) ได้กล่าวถึงคำว่า ประสิทธิภาพ ว่าประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรนั้น เพื่อที่จะมุ่งให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การดำเนินงานที่เรียกว่าก่อให้เกิดประสิทธิผลนั้น ก็คือ การดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด ไว้ ( แนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล,2551 )

David J .Lawless ( 1972 อ้างถึงในสุจินต์ ธารายุทธ,2538 )ได้ให้ความหมายของ ประสิทธิภาพว่า หมายถึง เกณฑ์ที่ใช้สำหรับวัดวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ว่าเมื่อปฏิบัติแล้ว สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่องค์กรได้ตั้งไว้หรือไม่ ( ความคาดหวังของประสิทธิผล ,2551 )

ประสิทธิผล (Effectiveness ) หมายถึง ตัวชี้วัดดัชนีวัดระดับความสำเร็จของ การปฏิบัติงานเมื่อเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ การปฏิบัติงานที่มี ประสิทธิภาพ หมายถึง การปฏิบัติงานที่ได้ผลงานออกมาเท่ากับหรือมากกว่าวัตถุประสงค์และ เป้าหมายที่ตั้งไว้ ( ประสิทธิภาพ,2551 )

จूरวัลย์ ภักดีวุฒิ ( 2551 อ้างถึงใน อย่างไหนคือประสิทธิภาพ / ประสิทธิภาพ ,2551) กล่าวไว้ว่า ประสิทธิภาพ แปลมาจาก Effective เป็นศัพท์บัญญัติทางการบริหารจัดการ หมายถึง ความสำเร็จของงานเป็นไปตามความมุ่งหวัง (purpose)ที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ หรือ เป้าหมายตั้งนั้น ในประเด็นความมีประสิทธิภาพ จึงมุ่งเน้นไปที่การพิจารณาจุดสิ้นสุดของกิจกรรม หรือการดำเนินงานว่าได้ตามที่ตั้งไว้หรือไม่ ซึ่งมักจะมีตัวชี้วัด ( indicator)ที่ชัดเจน จากที่กล่าวถึงข้างต้นเห็นได้ว่า ประสิทธิภาพ หมายความว่าผลสำเร็จหรือผลสัมฤทธิ์ในการ ปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้



## การวัดประสิทธิผล

การวัดประสิทธิผลมีหลายแนวทาง และหลายแนวคิด เช่นการวัดตามรูปแบบเดิมโดยอาศัยเกณฑ์การวัดต่างๆ จากการพิจารณาถึงขนาดความสามารถในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งประสิทธิผลขององค์การที่จะเกิดขึ้นได้จะต้องผสมผสานกับความมีประสิทธิภาพขององค์กร นั่นคือ ความมีประสิทธิภาพสูงและความอยู่รอดขององค์การท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งจากภายนอกและภายใน (แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล ,2551 )

ในการศึกษาวัดประสิทธิผลในเรื่องใดเรื่องหนึ่งนั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอเกณฑ์ ( Criteria ) ที่ใช้วัดประสิทธิผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเกณฑ์ที่ใช้วัดประสิทธิผลขององค์กรมีกว้างขวางมากมาย ตั้งแต่การวัดสิ่งที่วัดได้ยาก เช่น ตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมในรูปของขวัญ ( Moral ) ความยืดหยุ่นขององค์กร ( Organization flexibility ) ความยุ่งยากภายในองค์กร ( Internal strain )

James ( 1973 อ้างถึงใน ( ภรณ์ีย์ กิรติบุตร) มหานนท์ ,2529 )ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์กร โดยจำกัดแนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลเพียงว่าเป็นความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย (Degree of goal achievement ) เท่านั้น โดยได้เสนอเกณฑ์ที่ใช้ประเมินประสิทธิผลขององค์กร ที่เรียกว่า “ ตัวแปรแทรกซ้อน” ( Intervening variable )เป็นตัวบ่งชี้ความมีประสิทธิภาพขององค์กร ซึ่งมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลและการแบ่งส่วนงาน การติดต่อสื่อสาร และขนาดขององค์กร ซึ่งหมายความว่าสิ่งที่ระบุให้ได้ว่าอะไรเป็นสาเหตุของความแตกต่างในประสิทธิผลก็คือการระบุถึงตัวแปรแทรกซ้อน ซึ่งได้แก่ ( แนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล,2551 )

1. ความสามารถในการผลิต(Productivity)
2. การยินยอมปฏิบัติตามระเบียบองค์กร( Conformity )
3. ขวัญ ( Morale)
4. ความสามารถในการปรับตัว ( Adaptive ness )
5. ความเป็นปึกแผ่น ( Institutionalization)

อนันต์ เกตุวงศ์( 2526 อ้างถึงใน ประสิทธิผล,2551)ได้กล่าวถึงขอบเขตของ ประสิทธิผลแต่ละอย่างว่าควรมีลักษณะดังนี้ เป็นตัวแทนของผลงาน ไม่ใช่ตัวแทนของ ทรัพยากรในการป้อนระบบ ขอบเขตของประสิทธิผลควรเป็นตัวนำไปสู่ประสิทธิผล เช่น ขอบเขตของประสิทธิผลด้านการบริหารงานบุคคลมีขอบเขตอย่างหนึ่งในหลาย ๆอย่าง คือ การ ฝึกอบรม การฝึกอบรมนี้จะทำให้คนมีความรู้ ความสามารถในการทำงานให้ได้ผลงานที่ดียิ่งขึ้น ไม่ใช่ไปกล่าวถึงสิ่งของและทรัพยากรต่าง ๆที่ต้องใช้มากมายซึ่งมิได้มีส่วนทำให้ผลงานดีขึ้น นำไปสู่วัตถุประสงค์ซึ่งสามารถวัดได้ ขอบเขตของประสิทธิผลจะต้องเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าเมื่อ ทำงานในขอบเขตที่กำหนดแล้วนั้น จะส่งผลออกมาตามวัตถุประสงค์ที่มีอยู่และสามารถวัดได้ ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด เป็นส่วนสำคัญของตำแหน่งต้องอยู่ในขอบเขต อำนาจและความรับผิดชอบของตำแหน่งนั้น ไม่ควรที่จะกำหนดเกินเลยอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่

สุพาดา สิริกฤตดาและคณะ( 2543 อ้างถึงใน การวัดประสิทธิผลองค์การ, 2551 ) ได้กล่าวถึงลักษณะของการวางแผนที่มีประสิทธิผล ( Effective planning ) ดังนี้ มีความเจาะจง ( Specific ) หมายความว่า แผนนั้นสามารถนำไปใช้ได้โดยตรงสำหรับโครงการ นั้น เช่นระบุว่าควรใช้วิธีการอย่างไรจึงจะได้ผลดีที่สุด ยืดหยุ่นได้ ( Flexibility ) ในบางครั้ง องค์กรประกอบบางประการของแผนอาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนได้พอสมควร เนื่องจากสภาพ แวดล้อมของประการมีการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นแผนจึงต้องมีลักษณะยืดหยุ่นได้เพื่อการ ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ทำให้เกิดการประสานงาน ( Improved coordination ) ลักษณะของแผนที่จะต้องกำหนดให้มีหน้าที่ต่าง ๆ และฝ่ายต่าง ๆที่เกี่ยวข้องมีการประสานงาน กันในการปฏิบัติ ทำให้เกิดการควบคุมที่ดีขึ้น ( Better control ) แผนที่ต้องเป็นแนวทางและ เป็นมาตรฐานเพื่อที่จะสามารถใช้ควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทำให้สามารถบริหารเวลาได้ดีขึ้น ( Better time management ) ในลักษณะของแผนที่นั้นจะต้อง มีตารางเวลาเพื่อช่วยขจัดเวลาที่สูญเปล่า ซึ่งจะช่วยให้การปฏิบัติตามแผนนั้นรวดเร็วและ ทันเวลา สามารถทำให้การบริหารเวลามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถนำไปใช้งานได้จริง ( Practically plan ) เป็นแผนที่เหมาะสมไม่เกินจริงและสามารถปฏิบัติตามแผนนั้นได้

แนวทางวิธีการวัดประสิทธิผลขององค์การ สามารถสรุปได้ดังนี้ ( การวัด ประสิทธิผลองค์การ,2551)วิธีวัดผลสำเร็จตามเป้าหมาย แนวทางนี้เชื่อว่า ประสิทธิผลของ องค์กรสามารถวัดได้จากความสามารถในการทำงานจนบรรลุตามเป้าหมาย ดังนั้นการวัดผล สำเร็จที่ได้ตามเป้าหมายจึงเป็นหลักเกณฑ์ที่นำมาใช้วัดประสิทธิผลขององค์การ วิธีการบริหาร ประสิทธิผลเชิงระบบ แนวทางนี้เชื่อว่าการพิจารณาประสิทธิผลขององค์การต้องพิจารณาเน าระบบ หมายถึงความสามารถขององค์การในการแสวงหาทรัพยากรการแปรสภาพเป็นผลผลิต ใช้เกณฑ์ความสามารถในการแสวงหาปัจจัยนำเข้าวิธีการบริหารประสิทธิผลโดยอาศัยกลยุทธ์ แนวทางนี้ตระหนักถึงความสำคัญการพึ่งพาอาศัย พิจารณาสภาพแวดล้อมเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้อง

กับการอยู่รอดขององค์กร ซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร การใช้วิธีการแข่งขันคุณค่า แนวคิดนี้ประสิทธิผลขององค์กรจะมีลักษณะขึ้นอยู่กับค่านิยม ความชอบ ความต้องการของแต่ละคนและผลประโยชน์ของกลุ่มที่เป็นตัวแทนสำคัญ ดังนั้นการประเมินประสิทธิผลที่ดีต้องใช้วิธีการเปรียบเทียบหรือแข่งขันคุณค่าระหว่างกัน

**เกณฑ์การวัดประสิทธิผล แสดงไว้ดังนี้ ( การวัดประสิทธิผลองค์กร ,2551 )**

**เกณฑ์การวัดประสิทธิผลในระยะสั้น**

- ผลผลิต ( Production ) มุ่งวัดที่ผลผลิตเบื้องต้นขององค์กร
- ประสิทธิภาพ ( Efficiency ) วัดการใช้ทรัพยากรที่ขาดแคลนขององค์กร
- ความพึงพอใจ ( Satisfaction ) วัดความพึงพอใจของสมาชิกลูกค้า

**เกณฑ์การวัดประสิทธิผลในระยะปานกลาง**

- การปรับตัว ( Adaptive ness ) วัดการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- การพัฒนา ( Dvelopment ) วัดพันธะผูกพันขององค์กรที่มีต่อการขยายศักยภาพสำหรับการเจริญเติบโต

**เกณฑ์การวัดประสิทธิผลระยะยาว**

- การอยู่รอด ( Survival ) วัดความสามารถในการอยู่รอดและการคงไว้ซึ่งวิธีการสร้างความสมดุลที่เหมาะสม

**ความหมายของประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ**

ประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง องค์กร บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหารทั้งหมด ปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่ แค่นั้น เพียงใดการนำนโยบายไปปฏิบัติให้เกิดความสนใจเกี่ยวกับเรื่องของความสามารถ ที่จะผลักดันให้การทำงานของกลไกที่สำคัญทั้งหมดสามารถบรรลุผลตามนโยบายที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ เป็นการแสวงหาคำอธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์หรือสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นภายในกระบวนการของการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อที่จะศึกษาทเรียนพัฒนาแนวทางและสร้างกลยุทธ์ เพื่อที่จะปรับปรุงนโยบายและการปฏิบัติให้ดีขึ้นเพื่อที่จะทำการนำนโยบายไปปฏิบัติบังเกิดความสำเร็จ( วรเดช จันทศร,2539:193 )

**ตัวแบบของประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ**

วเรช จันทร ( 2537 : 535-550 ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาหรือสิ่ง เชื่อมโยงระหว่างความสำเร็จและความล้มเหลวของกานนโยบาย แผนงาน และโครงการไป ปฏิบัติ โดยได้นำเสนอตัวแบบ(model) หรือแนวทางการศึกษารวม 6 ตัวแบบโดยในการศึกษา ครั้งนี้ได้ยึดตัวแบบการจัดการ ในการศึกษา

#### **ตัวแบบการจัดการ (Management Model)**

ตัวแบบที่มุ่งเน้นความสนใจที่สมรรถนะขององค์การ เพราะเชื่อว่าความสำเร็จของการนำ นโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับองค์การที่รับผิดชอบในการนำนโยบาย ไปปฏิบัติว่ามีขีด ความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับความคาดหวังเพียงใดโครงการที่จะประสบความสำเร็จได้จึงจำเป็นต้องอาศัยโครงสร้างขององค์การที่เหมาะสมบุคลากรที่อยู่ในองค์การต้อง มีความรู้ความสามารถทางด้านการบริหารและเทคนิคเพียงพอนอกจากนี้ องค์การยังต้องมีการ วางแผนเตรียมการหรือความพร้อมเป็นอย่างดีทั้งทางด้านวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ เครื่องมือ เครื่องใช้ และงบประมาณ ตัวแบบนี้เป็นการพยายามที่จะศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาอุปสรรคของการปฏิบัติตามที่เกิดขึ้นในอดีต

#### **ตัวแบบที่ยึดหลักเหตุผล (Rational Model)**

เป็นการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติที่มุ่งเน้นการสร้างประสิทธิภาพในการวางแผนและการ ควบคุม โดยยึดคำว่า “ ยึดหลักเหตุผล ” หมายถึง ความจำเป็นขององค์การที่จะดำเนินงานในฐานะ ที่เป็น “ rational value maximizers ” ซึ่งมีพฤติกรรมที่เน้นวัตถุประสงค์เป็นแนวทาง เพื่อให้ องค์การสามารถสร้างผลงานได้ใกล้เคียงกับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์หลักมากที่สุดฐานคติ ของ ตัวแบบนี้ คือโครงการที่ประสบผลสำเร็จจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์หรือภารกิจที่ชัดเจน มี การ มอบหมายงานและกำหนดมาตรฐานการทำงานให้หน่วยงานย่อย ๆ ขององค์การมีระบบวัด ผลการปฏิบัติงานและจัดระบบให้คุ้มให้โทษ

#### **ตัวแบบทางด้านการพัฒนาองค์กร ( Organization Model )**

เป็นการศึกษาปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติในแง่ของการสร้างความผูกพันและการยอมรับ เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการทางด้านจิตวิทยาและสังคมของมนุษย์ เป็นเรื่องของการนำตัวแบบทางการพัฒนาองค์กรมาประยุกต์ใช้โดยตรง เน้นการมีส่วนร่วมขององค์กรเป็นสำคัญ ภายใต้ฐานคติที่ว่าความร่วมมือจะทำให้เกิดการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ การนำนโยบายมาปฏิบัติให้บังเกิดความสำเร็จจึงน่าเป็นเรื่องของการจูงใจ การใช้ภาวะผู้นำที่เหมาะสม การสร้างความผูกพันโดยวิธีการให้สมาชิกในองค์กรมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการยอมรับ ตลอดจนการสร้างทีมงานมากกว่าการใช้การควบคุมหรือใช้อำนาจทางรูปนัยของผู้บังคับบัญชา

### **ตัวแบบทางกระบวนการของระบบราชการ ( Bureaucratic Proces Model )**

ตัวแบบนี้พยายามสร้างกรอบการมองหาสภาพความเป็นจริงทางสังคมขององค์กร เชื่อว่าอำนาจขององค์กรไม่ได้อยู่ที่ตำแหน่งทางรูปนัย แต่อำนาจที่แท้จริงกระจายอยู่ที่องค์กร คือสมาชิกขององค์กรทุกคนมีอำนาจในแง่ของการใช้วิจารณ์ญาณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าราชการที่มีหน้าที่ต้องติดต่อกับประชาชนอย่างใกล้ชิดสามารถใช้วิจารณ์ญาณในการปฏิบัติหน้าที่ของตนโดยที่ผู้บังคับบัญชาไม่อาจควบคุมได้ ตามตัวแบบนี้ความล้มเหลวมักเกิดกับผู้กำหนดนโยบายไม่เข้าใจว่าสภาพความเป็นจริงของการให้บริการเกิดขึ้นในลักษณะใดมากกว่า ในบางครั้งการกำหนดนโยบายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรซึ่งอาจเป็นข้าราชการหรือประชาชนผู้มีส่วนร่วม จำเป็นจะต้องพัฒนามาจากเบื้องล่าง โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจสภาพความเป็นจริง และพฤติกรรม การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริงๆอย่างแจ่มชัด

### **ตัวแบบทางการเมือง ( Political Model )**

ตัวแบบนี้เชื่อว่าความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดจากความสามารถของบุคคลที่เป็นตัวแทนขององค์กร และความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกองค์กร ตัวแบบนี้เห็นว่าการสร้างสมานฉันท์ และวิธีการของการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นยาก ความขัดแย้งเป็นปรากฏการณ์ธรรมดาที่เกิดขึ้นในองค์กรและในระบบสังคมทั่วไปการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงเป็นเรื่องของการเผชิญหน้า การบริหารความขัดแย้ง การแสวงหาความสนับสนุน การโฆษณาชวนเชื่อ การรู้จักสร้างเงื่อนไขและหาข้อต่อรองในการจัดสรรทรัพยากรความเป็นไปได้ที่การนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีความสำเร็จ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการเจรจา สถานะอำนาจ และทรัพยากรที่มีอยู่ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการต่อรองของบุคคลที่เป็นตัวแทนขององค์กร

### **ตัวแบบทั่วไป ( General Model )**

ตัวแบบนี้ให้ความสำคัญต่อปัจจัย 3 ปัจจัยคือกระบวนการในการสื่อสารข้อความ ปัญหาทางด้านสมรรถนะขององค์กรที่นำนโยบายไปปฏิบัติและความร่วมมือสนับสนุนของบุคลากรกระบวนการสื่อสารข้อความ ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับความเข้าใจของบุคลากรว่าตนเองควรจะทำอย่างไรบ้าง ซึ่งความเข้าใจจะมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความชัดเจนของนโยบาย กิจกรรมต่างๆ ปัญหาทางด้านสมรรถนะขององค์กรที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับความสามารถของหน่วยปฏิบัติว่าจะสามารถทำงานให้เป็นไปตามที่คาดหวังเพียงใด ซึ่งความสามารถนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมของทรัพยากร กิจกรรมจูงใจ คุณภาพของบุคลากร ภาวะผู้นำ ความสำคัญของหน่วยงาน และสถานะทางเศรษฐกิจสังคม การเมืองทั่วไปความร่วมมือสนับสนุนของบุคลากร ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคลากรเอง ซึ่งจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความภักดีของบุคคลต่อองค์กร ผลประโยชน์ส่วนตัว และความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง จากวิธีการปฏิบัติงานที่ทำอยู่เดิมในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ตัวแบบด้านการจัดการ Donald S. Van Meter and Carl E. Van Horn ( 1975 : 4 ) ได้กล่าวถึงปัจจัยหรือตัวแปรสำคัญ 6 ประการที่มีผลต่อการแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติ และมีความสำคัญต่อผลลัพธ์ของนโยบายมีลักษณะสำคัญดังนี้ วัตถุประสงค์ของนโยบาย สิ่งแรกที่สำคัญที่สุดคือการแบ่งแยกให้ชัดเจนว่าวัตถุประสงค์ที่กำหนดนโยบายมีอะไรบ้าง ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุประสงค์เป็นเกณฑ์ที่ใช้ประเมินความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติจึงทำหน้าที่เสมือนหนึ่งเป็นกรอบกำหนดแนวทางปฏิบัติต่างๆ วัตถุประสงค์เป็นส่วนขยายเป้าหมายรวมของนโยบายให้ชัดเจนแจ่มแจ้งยิ่งขึ้น ทำให้เป้าหมายมีลักษณะเป็นรูปธรรมที่ง่ายต่อการจินตนาการและเข้าใจ ทรัพยากร หมายถึง งบประมาณ และผลประโยชน์ตอบแทนอื่นๆที่จะเป็นตัวเร่งให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในการเปลี่ยนแปลงนโยบายทั่วไปทรัพยากรที่มักเป็นปัญหาคือ งบประมาณ หลายครั้งงบประมาณอาจไม่เพียงพอ การสื่อสาร และการทำให้ปฏิบัติตามนโยบายระหว่างองค์กรต่างๆ การสื่อสารต้องถูกต้องรวดเร็ว ต่อเนื่อง และไม่มีปิดบังข่าวสารระหว่างกัน นอกจากนั้นภายในหน่วยงานเดียวกันการสื่อสารก็ต้องมีประสิทธิภาพด้วยการแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติจะประสบผลสำเร็จได้ หากหน่วยงานต่างๆมีกลไกและขั้นตอนที่ช่วยให้ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน สามารถเพิ่มความเป็นไปได้ที่ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือลูกน้องปฏิบัติในลักษณะที่สอดคล้องและส่งเสริมวัตถุประสงค์ของนโยบาย

## 2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ

Charies O.Jones (1970 : 139 อ้างถึงในเสียรธิดา เหมพิพัฒน์, 2546 :34 ) ได้ให้ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติว่าเป็นกิจกรรมที่มุ่งให้แผนงาน (Program) บรรลุซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอยู่สามประการด้วยกันคือ ประการแรก ได้แก่ การตีความ (Interpretation) ซึ่งหมายถึงการแปลความหมายของแผนงานให้เป็นคำสั่งที่ปฏิบัติได้ ประการที่สองก็คือ องค์กร (Organization) ซึ่งหมายถึง การจัดตั้งองค์การและระเบียบวิธีการปฏิบัติเพื่อให้แผนงานบรรลุผลและประการสุดท้าย ก็คือ เรื่องของการปฏิบัติ (Application) ซึ่งได้แก่ การให้บริการต่าง ๆ

วเรช จันทรศร (2541 : 3 ) กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นเรื่องของการศึกษาว่า “องค์การที่รับผิดชอบสามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหาร ตลอดจนกลไกที่สำคัญทั้งหมดไปปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่ แค่นั้น เพียงใด” หรืออีกนัยหนึ่ง การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องของ “ความสามารถที่ผลักดันให้การทำงานของกลไกที่สำคัญทั้งหมดสามารถบรรลุผลลัพธ์ที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้”

ศุภชัย ยวาระประภาส (2540 : 90) ได้ให้ความหมายการนำนโยบายไปปฏิบัติไว้ 2 ประเด็นสำคัญ ประเด็นแรก คือการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการนั้น คือ มีความต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง แต่ละขั้นตอนมีความสัมพันธ์กันตลอดเวลา และประเด็นที่สองคือ การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นการดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายของนโยบาย

เจตน์ ธนวัฒน์ (2539 : 26) กล่าวถึงการนำนโยบายไปปฏิบัติว่าหมายถึง การดำเนินการของบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งที่จะให้วัตถุประสงค์และเป้าหมายตามอาณัติของนโยบายบรรลุผลสำเร็จโดยตรง ทั้งนี้ลักษณะการดำเนินการดังกล่าวจะต้องสังเกตและตรวจสอบได้จากปรากฏการณ์ที่เป็นจริง

สรุปได้ว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง การดำเนินการของบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนกระบวนการในการบริหารทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรทางกายภาพ เพื่อดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายของนโยบายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้จะต้องสามารถตรวจสอบและประเมินผลความสำเร็จนั้นได้

**แนวทางการนำนโยบายไปปฏิบัติ**

หลังจากกำหนดทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมที่สุดเป็นนโยบายแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การนำนโยบายที่กำหนดไปปฏิบัติให้เกิดผลซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่จะชี้ความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย

การศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติในช่วงเกือบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมายังไม่มีทฤษฎีหรือตัวแบบใดที่เป็นที่ยอมรับร่วมกันในหมู่นักวิชาการด้านนี้ กระนั้นก็ตาม Majone (1989 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2538 : 26 – 28) ก็ได้สรุปแนวทางการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติซึ่งมี 3 แนวทางคือ

แนวทางที่ 1 เห็นว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนหนึ่งซึ่งแยกออกจากการกำหนดนโยบาย กล่าวคือ เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากการกำหนดนโยบาย ซึ่งอาจอยู่ในรูปของกฎหมาย คำสั่ง หรือ โครงการที่ได้กำหนดเป้าหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ ไว้แล้ว ไปดำเนินการให้บรรลุผล ซึ่ง Majone เรียกการศึกษาในแนวทางนี้ว่า “Implementation as Control or Rational Model or Classical Model” (1989 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2538 : 26) แนวทางการศึกษานี้จะประกอบด้วย

- 1) การกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน การระบุถึงรายละเอียดของแผนต่าง ๆ และเน้นการควบคุมอย่างมาก
- 2) การกำหนดนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีการกำหนดขอบเขตของ แต่ละฝ่ายและแยกจากกัน
- 3) การกำหนดนโยบายเป็นเรื่องของการเมือง ส่วนการนำนโยบายไปปฏิบัติจะไม่ใช่เรื่องของการเมือง แต่จะเป็นเรื่องทางเทคนิค
- 4) เน้นในเรื่องการให้คำแนะนำ การออกคำสั่ง หรือการให้ความยินยอม
- 5) การดำเนินการตามนโยบายจะเป็นไปในแนวทางเดียว คือ จากข้างบนลงมาสู่ข้างล่าง (Top Down) ตามลำดับชั้นของการจัดโครงสร้างขององค์กร

การศึกษาแนวนี้ในแง่ของการนำนโยบายไปปฏิบัติ มักเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายว่าในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีปัจจัยในด้านใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลว นักวิชาการที่ศึกษาตามแนวทางนี้ ได้แก่ Mazmamian, Sabatier, Rein, Robinovitz, Van Mete and Van Hom



แนวทางที่ 2 เห็นว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติกับการกำหนดนโยบายไม่สามารถแยกออกจากกัน อย่างชัดเจน เนื่องจากนโยบายมักได้รับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอในระหว่างการนำไปปฏิบัติ ซึ่งในแนวทางที่ 2 นี้เรียกว่า แบบปฏิสัมพันธ์ หรือ The Interaction Model เป็นแบบที่เน้นกระบวนการโดยพิจารณาว่าในระหว่างการนำนโยบายไปปฏิบัติผู้แสดง (Actors) ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะพยายามเข้าแทรกแซงนโยบาย มีการเจรจาต่อรองเพื่อปรับเป้าหมายและวิธีการให้เป็นที่ยอมรับร่วมกันในระหว่าง Action เหล่านี้ ซึ่งการศึกษาในแนวทางนี้จะมีลักษณะดังนี้ คือ Majone (1989 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2538 : 27)

- 1) เน้นในเรื่องของการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) การเจรจาต่อรอง (Bargaining) ความเห็นพ้องต้องกัน (Consensus) ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ
- 2) การปรับเปลี่ยนของแต่ละพรรคแต่ละกลุ่มเป็นไปภายใต้กระบวนการทางการเมือง (ซึ่งรูปแบบนี้เห็นว่ากระบวนการ (Process) เป็นจุดหมายที่สำคัญ)
- 3) การตัดสินใจตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางเลือกซึ่งเป็นส่วนต่างมากกว่าจะพิจารณาทั้งหมด
- 4) วิธีการ – เป้าหมาย (Means – Ends) และเป้าหมาย – วิธีการ (Ends – Means) มีการปรับเปลี่ยนไปมาคงอยู่อย่างต่อเนื่องมิได้แยกจากกัน
- 5) การพิจารณาเฉพาะส่วนที่เพิ่มขึ้น (Incrementalism) เป็นการสร้างความพอใจให้แต่ละฝ่าย
- 6) ตัวแบบนี้มีข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรและความสามารถของมนุษย์ (เมื่อเปรียบเทียบกับความสลับซับซ้อนของปัญหาต่าง ๆ) นักวิชาการที่เน้นการศึกษาในแนวนี้ได้แก่ Bardach, Berman, McLaughlin

แนวทางที่ 3 แบบวิวัฒนาการ หรือ Implementation as Evolution เป็นการมองการนำนโยบายไปปฏิบัติในลักษณะของกระบวนการวิวัฒนาการที่ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไม่มีการกำหนดเป้าหมายนโยบาย แต่เป้าหมายและวิธีการต่าง ๆ จะปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์และสถานการณ์ในการปฏิบัติ ตัวแบบนี้มีลักษณะดังนี้ Majone (1989 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2538 : 28) คือ

- 1) นโยบายเป็นสมมติฐานที่ได้มาจากการทดสอบ
- 2) การกำหนดนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการต่อเนื่องอันหนึ่งอันเดียวกัน ไม่สามารถแยกจากกันได้
- 3) รูปแบบนี้ให้ความสนใจกับการเปลี่ยนแปลงที่ได้มาจากการเรียนรู้และการค้นพบสิ่งใหม่
- 4) เมื่อเปรียบเทียบกับลักษณะปัญหาที่สลับซับซ้อนแล้ว ความรู้ของมนุษย์ก็ยังเป็นสิ่งที่มีย่อยอย่างจำกัด
- 5) ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติจะเป็นตัวแสดงที่มีบทบาทสำคัญที่สุดมากกว่าตัวแสดง

(Actors) อื่น ๆ นักวิชาการที่เน้นอธิบายตามแนวทางนี้ ได้แก่ Majone, Wildavsky, Palumbo Harder

### ปัจจัยกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

กรวีร์ ศรีกิจการ (2540 : 63-67) กล่าวว่า ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติพอสรุปได้กว้าง ๆ ดังนี้ (1) ลักษณะของนโยบาย (2) วัตถุประสงค์ของนโยบาย (3) ความเป็นไปได้ทางการเมือง (4) ความเป็นไปได้ทางวิชาการ (5) ความพอเพียงของทรัพยากร (6) ลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (7) กลไกในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (8) ทศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ

- ลักษณะของนโยบายที่มีส่วนในการกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายได้แก่

1) ประเภทของนโยบาย การปฏิบัติตามนโยบายจะมีโอกาสประสบผลสำเร็จมากที่สุดหากนโยบายนั้นเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ น้อยที่สุด และมีความเห็นพ้องต้องกันในวัตถุประสงค์ในระดับสูง

2) ผลประโยชน์ของนโยบายนั้น ๆ ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นกับประสบการณ์ที่ผ่านมา น้ำหนักของผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์และสังคมที่นโยบายนั้นผลักดันให้เกิดขึ้นมา ถ้าการรับรู้มีมากกว่านโยบายให้ประโยชน์มากกว่านโยบายอื่น โอกาสความสำเร็จจะมีมาก

3) ความสอดคล้องกับค่านิยมที่มีอยู่ และความต้องการของผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากนโยบายนั้น

4) ความเป็นไปได้ในการทดลองปฏิบัติ หากสามารถนำมาทดลองในเชิงปฏิบัติในลักษณะของโครงการทดลองก่อน โอกาสสำเร็จจะมีมากกว่านโยบายที่ไม่สามารถทำเป็นโครงการทดลองก่อนได้

5) ความเห็นผลได้ของนโยบาย นโยบายที่สามารถส่งผลที่สามารถเห็นได้ชัดเจนจะมีโอกาสในการประสบความสำเร็จในทางปฏิบัติมากกว่านโยบายที่ไม่สามารถชี้ให้เห็นถึงผลที่ชัดเจน

6) คุณภาพของการส่งข้อมูลย้อนกลับ คุณประโยชน์ของการส่งข้อมูลย้อนกลับมีความสำคัญมากต่อความสำเร็จของนโยบาย โดยเฉพาะถ้าเป็นนโยบายที่เสนอการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ

- วัตถุประสงค์ของนโยบายในเรื่องวัตถุประสงค์ที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการที่จะให้การนำนโยบายไปปฏิบัติประสบความสำเร็จ แยกพิจารณาได้ดังนี้

1) ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ หากวัตถุประสงค์ไม่ชัดเจน โอกาสตีความผิดจะเป็นเหตุให้การนำนโยบายไปปฏิบัติล้มเหลวได้

2) ความสอดคล้องกันของวัตถุประสงค์ นอกจากวัตถุประสงค์จะต้องชัดเจนแล้วยังจำเป็นจะต้องมีความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

3) ความยากง่ายในการรับรู้วัตถุประสงค์ คือ ง่ายต่อความเข้าใจ ความรับรู้ของผู้ที่จะนำไปปฏิบัติว่านโยบายนั้น ๆ มีวัตถุประสงค์เช่นไร

4) ตัวชี้วัดความสำเร็จของนโยบายจะทราบว่าความสำเร็จของนโยบายนั้นแสดงให้เห็นได้อย่างไร อะไรคือตัวชี้ว่านโยบายนั้นประสบผลสำเร็จ ฉะนั้นจำเป็นต้องมีดัชนีชี้วัดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของนโยบายนั้น ๆ

5) ความเที่ยงตรงของข่าวสารต่อผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ หากแหล่งข้อมูลข่าวสารให้ข้อมูลที่ไม่สอดคล้องในการแปลวัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือมาตรฐานต่าง ๆ ของนโยบาย ข้อขัดแย้งเหล่านั้นจะทำให้การปฏิบัติเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของนโยบายที่แท้จริง

- ความเป็นไปได้ทางการเมือง ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1) การเจรจาระหว่างรัฐบาลกับเอกชน ความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนหรือคัดค้านที่เอกชนมีต่อนโยบาย ถ้านโยบายใดจำเป็นต้องมีการเจรจากับกลุ่มธุรกิจ เอกชนอยู่เสมอ โอกาสที่จะประสบกับปัญหาจะมีเมื่อนำไปปฏิบัติ

2) ความสนับสนุนจากทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง นโยบายที่ขาดการสนับสนุนจากกลุ่ม ผลประโยชน์ และบุคคลในวงการบริหารและรัฐสภา มีโอกาสที่จะถูกคัดค้านเมื่อนำเข้ามา พิจารณาในกระบวนการทางนิติบัญญัติ

3) ผลกระทบของนโยบายที่มีต่อกลุ่มอาชีพที่มีอิทธิพล กลุ่มอิทธิพลจะใช้วิถีทางทั้ง การเมืองและเศรษฐกิจ เพื่อที่จะยับยั้งการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายดังกล่าว

4) การสนับสนุนชนชั้นนำ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาหากขาดการสนับสนุนจากชน ชี้นำ โอกาสนำนโยบายไปปฏิบัติให้สัมฤทธิ์ผลเป็นไปได้ยาก การสนับสนุนในการเรื่องนี้ร่วม หมายถึงการสนับสนุนที่จะได้จากฝ่ายบริหาร นิติบัญญัติ ตุลาการ

5) การสนับสนุนจากสื่อมวลชน นโยบายที่ขาดการสนับสนุนจากสื่อมวลชนมักประสบ ปัญหาในทางปฏิบัติ

6) การสนับสนุนจากผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งว่าชอบหรือไม่กับนโยบาย

- ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นรวดเร็ว และแต่ละครั้ง จะส่งผลต่อการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบาย เทคโนโลยีจะนำไปใช้ในการปฏิบัตินโยบายที่วางไว้ ต้องสอดคล้องกับสถานการณ์หรือภาวะแวดล้อมที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติ ข้อเสนอของ นักวิชาการ ที่ปรึกษาชาวต่างประเทศ จะต้องนำมาพิจารณาให้รอบคอบ เพราะอาจไม่สอดคล้อง กับสภาพการณ์ในประเทศกำลังพัฒนาที่เป็นไปได้

- ความพอเพียงของทรัพยากร นโยบายที่จะนำไปปฏิบัติให้สำเร็จนั้นต้องได้รับการสนับสนุน ทางทรัพยากรทั้งด้านเงิน คน วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งจะกระทบกับประสิทธิภาพของนโยบาย

- ลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ โครงสร้างของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติจะมี ส่วนอย่างมากต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายนั้นซึ่งพิจารณาได้เป็น

1) ประเภทหน่วยงาน หน่วยงานที่มีกำลังคน ทรัพยากรอื่น ๆ พร้อมอยู่แล้ว มีโอกาสที่นโยบายจะประสบความสำเร็จ ในการนำไปปฏิบัติมากกว่าหน่วยงานที่ไม่พร้อม

2) โครงสร้างและลำดับชั้นการบังคับบัญชา หน่วยงานขนาดเล็กที่มีระดับชั้นการบังคับบัญชาน้อย จำนวนผู้อยู่ใต้บังคับบัญชามากจะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติมากกว่าหน่วยงานขนาดใหญ่ที่มีระดับชั้น และสายการบังคับบัญชามาก แต่ผู้บังคับบัญชาน้อย

3) ความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่กำหนดนโยบาย ความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการระหว่างหน่วยงานที่กำหนดและหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ถ้าความสัมพันธ์มีมาโอกาสความสำเร็จจะมีมากด้วย

- กลไกภายในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

1) จำนวนงานที่เกี่ยวข้อง หากจำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากขึ้นเท่าใด ปัญหาในเรื่องการประสานงานจะมีมากขึ้น และหากไม่สามารถประสานกันได้ โอกาสที่นโยบายจะล้มเหลวมีมากขึ้น

2) จำนวนจุดตัดสินใจ จำนวนจุดตัดสินใจของนโยบายถ้ามีมากขึ้นเท่าใด ความล่าช้าในการปฏิบัติจะมีมากขึ้นเท่านั้น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ

จักรกฤษณ์ นรนิติผดุงการ และคณะ (อ้างถึงใน จำรูญ ก้องศิริวงศ์, 2548 : 26-29)  
กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารโครงการตามนโยบายให้บังเกิดผลสำเร็จว่ามี ดังนี้

- 1) การเตรียมโครงการขึ้นรองรับนโยบาย
- 2) การจัดองค์การของโครงการ
- 3) การจัดแผนดำเนินการ
- 4) การจัดทรัพยากร
- 5) กระบวนการติดต่อสื่อสารและความเข้าใจของผู้ปฏิบัติ
- 6) การประเมินผลและการป้อนข้อมูลย้อนกลับ
- 7) การถ่ายทอดงานสู่สภาวะปกติ

- การเตรียมโครงการ ได้แก่ การจัดทำโครงการเพื่อเตรียมดำเนินการในกิจการใดกิจการหนึ่ง ซึ่งสาระสำคัญของขั้นตอนนี้แสดงให้เห็นถึงเหตุผลในการจัดทำโครงการ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของโครงการ การกำหนดทางเลือกในการดำเนินการ ตลอดจนการระบุถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ที่จำเป็น และองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการตามโครงการ กล่าวได้ว่าการเตรียมแผนงานโครงการนั้น เป็นขั้นตอนแรกในการดำเนินการของโครงการ ซึ่งมีความมุ่งหมายที่จะใช้เป็นบรรทัดฐานในการวิเคราะห์และคิดคำนวณผลประโยชน์ตอบแทนหรือจุดคุ้มทุนของโครงการ เพื่อให้ผู้อนุมัติโครงการพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโครงการ ตลอดจนเป็นกรอบในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณของฝ่ายการเงินและเป็นกรอบสำหรับผู้อำนวยการโครงการที่ใช้เป็นบรรทัดฐานในการกำหนดวิธีการดำเนินงานรายละเอียดอื่น ๆ เมื่อโครงการได้รับการอนุมัติแล้ว สำหรับตัวชี้วัดถึงความเหมาะสมของการเตรียมโครงการ ได้แก่ ความแม่นยำ ความถูกต้อง หรือเที่ยงตรง ในการประมาณถึงความสามารถในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของโครงการ เช่น โครงการจะระบุถึงกลวิธีและกิจกรรมที่ดำเนินการโดยจะต้องมีความสอดคล้องต่อกันระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ และจะต้องมีการประมาณงบประมาณ การเงินกำลังคน ตลอดจนระยะเวลาในการดำเนินการอย่างถูกต้อง

- การจัดองค์การโครงการ ได้แก่ การกำหนดรูปแบบหรือโครงสร้างขององค์กรที่รองรับโครงการในขั้นตอนการปฏิบัติ (Implementation) ซึ่งสาระสำคัญ คือ การคำนึงถึงสมรรถนะขององค์กรที่จะน่านโยบายหรือโครงการการออกปฏิบัติว่าสามารถที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้เพียงไร สำหรับตัวชี้วัดความเหมาะสมของการจัดองค์การของโครงการก็คือ ความสามารถ

ของบุคลากรในองค์กร ความเพียงพอของทรัพยากรที่สนับสนุนตามนโยบาย กิจกรรมที่บังคับ ให้มีการปฏิบัติตามความสำคัญของหน่วยงาน ตลอดจนสถานะทางเศรษฐกิจ สังคม และ การเมือง

- การจัดแผนงานดำเนินการ ภายหลังที่ได้ดำเนินการจัดโครงสร้างขององค์กร หรือหน่วยงานที่ รับผิดชอบโครงการแล้ว จะต้องดำเนินการเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือโครงการออกเป็น แผนปฏิบัติการโดยแปลงแนวความคิดในนโยบายโครงการออกเป็นแนวทางปฏิบัติของผู้ปฏิบัติงาน ปัจจัยที่จะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความเหมาะสมของการจัดแผนปฏิบัติงานในการ ดำเนินตามโครงการขึ้นอยู่กับความแน่นอน (Certainty) และความชัดเจน (Clarity) อันจะ ส่งผลทำให้สามารถเข้าใจในแผนปฏิบัติงานนั้นได้ แผนปฏิบัติงานดังกล่าวจะต้องสามารถ ปรับตัวหรือเปลี่ยนแปลงเพื่อความเหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติได้ นอกจากนี้ แผนงาน ดังกล่าวจะต้องไม่เกิดความสูญเสียในด้านทรัพยากรทั้งการเงิน บุคลากรและเวลาโดยใช้เหตุ

- การจัดสรรทรัพยากร ประกอบด้วยแหล่งที่มาและจำนวนวัสดุ อุปกรณ์และเงินที่จะใช้จ่ายตาม โครงการ การจัดสรรงบประมาณ การควบคุมและเงื่อนไขของการใช้จ่ายทรัพยากรตามโครงการ ความสัมพันธ์ของการใช้จ่ายทรัพยากรกับการทำงาน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสมดุลระหว่าง งานกับเงิน และผลประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินการตามโครงการ ปัจจัยที่เป็นตัวชี้ให้เห็นถึง ความเหมาะสมในการจัดสรรทรัพยากร ได้แก่งบประมาณ หรือการเงินที่เพียงพอ การได้ สัดส่วน หรือความสมดุล ระหว่างผลลัพธ์ของงานกับค่าใช้จ่ายที่ลงทุนไป นอกจากนี้สามารถ พิจารณาได้จากระดับการสนับสนุนที่โครงการได้รับและความคล่องตัวของการจัดสรร งบประมาณให้แก่ผู้ปฏิบัติงานในช่วงเวลาที่เหมาะสม ขณะเดียวกันการจัดสรรงบประมาณ และ การเงินจะต้องกระทำด้วยความรอบคอบ หรือรัดกุมในการควบคุมการใช้จ่ายเงินในการดำเนินการ ตามโครงการ

- กระบวนการติดต่อสื่อสารและการสนับสนุนของผู้ปฏิบัติ สำหรับปัจจัยด้านนี้มีความสำคัญต่อ ความสำเร็จหรือล้มเหลวของการปฏิบัติตามนโยบาย กล่าวคือประสิทธิภาพและประสิทธิผลของ การนำนโยบาย หรือโครงการออกปฏิบัติย่อมขึ้นอยู่กับความเข้าใจของผู้ปฏิบัติตนว่าควร จะกระทำอย่างไรบ้าง ความเข้าใจดังกล่าวจะมีมากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับความเข้าใจของผู้ ปฏิบัติตนว่าควรจะทำอย่างไรบ้าง ความเข้าใจดังกล่าวจะมีมากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับ ความชัดเจน นโยบายโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะมีส่วนช่วยทำให้ผู้ปฏิบัติมีความรู้ความ เข้าใจได้อย่างดีขึ้น และอีกปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำ นโยบายไปปฏิบัติก็คือ ความภักดีของบุคลากรที่มีต่อองค์กร ผลประโยชน์ส่วนตัว ตลอดจน ความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงจากวิธีการปฏิบัติงานที่ทำอยู่เดิม เพื่อความเหมาะสมและความ คล่องตัวในการทำงานอันจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการที่กำหนดไว้

- การประเมินผลและการป้อนข้อมูลกลับ ได้แก่ การกำหนดแนวทางและระเบียบวิธี ตลอดจนผู้รับผิดชอบในการประเมินผล ซึ่งการประเมินผลไม่ใช่เป็นเพียงแค่เป็นการชี้ปัญหาเท่านั้น หากแต่ผู้ประเมินจะต้องเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดจากนโยบายหรือโครงการนั้นได้ด้วย เพราะจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการประเมินผล คือ การทราบถึงปัญหาของนโยบายเพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงนโยบาย ให้เป็นนโยบายที่ดีกว่าและได้ผลปฏิบัติที่ดีกว่านโยบายเดิมต่อไป สำหรับปัจจัยที่จะเป็นตัวชี้ถึงความเหมาะสมของการประเมินผล และการป้อนกลับของข้อมูลคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากการแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับจากการประเมินนโยบาย
- การถ่ายทอดงานสู่สภาพปกติ ขั้นตอนนี้เป็นวิธีเตรียมการไว้ล่วงหน้าหลังจากปฏิบัติตามนโยบายหรือโครงการสิ้นสุดลงแล้ว สามารถทำให้งานที่ได้สร้างขึ้นนั้นมีความถาวรและเป็นประโยชน์ต่อไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ได้อย่างไร ตลอดจนการพัฒนาให้ดีขึ้นได้อย่างไร ปัจจัยที่เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความเหมาะสมในเรื่องนี้ ได้แก่ การพัฒนาความสามารถของหน่วยงานหรือองค์ที่เข้ามารับผิดชอบ ให้อยู่ในระดับที่สามารถดำเนินการปฏิบัติต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ได้ผลสำเร็จและมาตรฐานของงานตรงตามที่ต้องการ

### การแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

การแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติหรือการถ่ายทอดนโยบายสู่การปฏิบัติถือว่าเป็นขั้นตอนย่อยส่วนหนึ่งของขั้นตอนหลัก เรื่องการนำนโยบายไปปฏิบัติซึ่งนับว่ามีความสำคัญมากในการผลักดันให้นโยบายได้รับการรับรู้ เข้าใจ ยอมรับ และสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้ปฏิบัติตามนโยบายและประชาชนผู้ได้รับผลจากนโยบายอันจะเป็นเครื่องมือที่ทำให้นโยบายได้รับความสำเร็จในท้ายที่สุด

วิชัย รูปขำดี (อ้างถึงใน สายสนม หลีกทอง, 2544 : 40 - 43) กล่าวว่า เนื่องจากการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติมีลักษณะเป็นการจัดทำนโยบายย่อยรองรับนโยบายใหญ่ และหรือการจัดทำแผนเพื่อให้เป็นกลไกของนโยบายนั่นเอง ดังนั้นผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องทราบถึงขั้นตอนและปัจจัยที่ต้องพิจารณาในกระบวนการดังกล่าวด้วย จึงจะทำให้การปฏิบัติได้ผลดี ขั้นตอนดังกล่าวอาจกำหนดตามลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์นโยบายของหน่วยเหนือ เพื่อให้สามารถตีความวัตถุประสงค์แนวทางและกลไกของนโยบายได้ถูกต้องชัดเจน จำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์ถึงนโยบายของหน่วยงานเหนือที่กำหนดมา การวิเคราะห์ที่ดีอาจจำเป็นต้องศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของนโยบายนั้น แนวความคิดที่อยู่เบื้องหลังของนโยบาย ลักษณะและกระบวนการก่อเกิดของนโยบาย การเข้ามา



มีบทบาทของกลุ่ม สถาบัน หรือผู้นำในการกำหนดนโยบาย ผลของการนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติ ที่ผ่านมามาตลอดจนการปรับเปลี่ยนพัฒนานโยบายนั้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการช่วยให้สามารถตีความหมายแยกแยะ คาดการณ์ และขยายความ วัตถุประสงค์ แนวทาง และกลไกของนโยบายดังกล่าวได้ถูกต้องลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์นโยบายและแผนของหน่วยงานปฏิบัติ ผู้แปลงนโยบายของหน่วยงานเหนือจำเป็นต้องทราบนโยบายเป็นนโยบายเก่าหรือใหม่ แต่มีการปรับเปลี่ยนจากนโยบายเดิม และนโยบายนั้นได้มีการถ่ายทอดลงเป็นนโยบายหรือแผนของหน่วยงานที่ตนเองรับผิดชอบแล้ว อย่างไร ทั้งนี้เพื่อจะได้นำนโยบายนั้นมาวิเคราะห์ โดยใช้แนวทางเดียวกันกับการวิเคราะห์นโยบายของหน่วยเหนือ แต่จะสามารถวิเคราะห์ที่ได้ละเอียดลึกซึ้งกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้าน ปัญหา การปฏิบัติและผลของการนำมาปฏิบัติ เพื่อจะนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ประกอบในการวางแผนต่อไป

ขั้นที่ 3 วิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือพื้นที่รับผิดชอบ นอกจากนโยบายของหน่วยงานเหนือ นโยบายและแผนในเรื่องนั้น ๆ ของหน่วยงานตัวเองแล้ว ผู้รับนโยบายก่อนจะจัดทำแผนต่อไป จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของประชากรกลุ่มเป้าหมายหรือปัญหาของพื้นที่รับผิดชอบเป็นการเฉพาะด้าน กล่าวคือหากหน่วยงานที่รับนโยบายเป็นระดับอำเภอ ผู้รับนโยบายจำเป็นต้องนำข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในนโยบายนั้นมาพิจารณา หากยังไม่มีการจำเป็นต้องเก็บรวบรวมเพิ่มเติมโดยกำหนดกรอบเพื่อให้เป็นแนวทางในการรวบรวมวิเคราะห์ให้ตรงกับประเด็นหลักที่ต้องการ ในการวิเคราะห์อาจแยกแยะให้เห็นสภาพปัญหาและความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ หรือแยกแยะตามพื้นที่หรือทั้ง 2 ด้าน ทั้งนี้เพื่อให้เห็นระดับของสภาพที่เป็นอยู่ปัจจุบันและช่องว่างระหว่างเป้าหมายของนโยบายที่หน่วยเหนือต้องการ อันจะนำไปสู่การกำหนดเป้าสำเร็จ (Goal Setting) และความเป็นไปได้ของเป้าหมายที่จะตั้งขึ้น ตลอดจนวิธีปฏิบัติและทรัพยากรที่ต้องใช้

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ศักยภาพของหน่วยงานในการวางแผนเพื่อตอบสนองนโยบายนั้น จำเป็นต้องมีการจำแนกเป้าสำเร็จ แนวทางปฏิบัติและทรัพยากรที่ใช้ของแต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบไปปฏิบัติ ทั้งนี้เพราะแต่ละหน่วยงานนอกจากจะมีปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่อาจแตกต่างกันไปแล้ว ยังมีศักยภาพและความพร้อมแตกต่างกันไปด้วย

ศักยภาพและความพร้อมที่จะปฏิบัติตามนโยบายในที่นี้หมายถึง ความสามารถที่จะปฏิบัติตามนโยบายให้บรรลุเป้าสำเร็จ ซึ่งโดยทั่วไปพิจารณาได้จากปัจจัย 3 ด้าน คือ

1) ปัจจัยด้านโครงสร้างของหน่วยงาน คือ การที่หน่วยงานมีโครงสร้างเล็กใหญ่ ขนาดใด การจัดหน่วยงาน บทบาทภารกิจกว้างแคบเพียงใด ตลอดจนการจัดตั้งเก่าใหม่อย่างไร โครงสร้างหน่วยงานจะเป็นศักยภาพพื้นฐานที่ช่วยให้หน่วยงานสามารถจะรับนโยบายมาปฏิบัติได้กว้างแคบแค่ไหน ตัวอย่างเช่น หากหน่วยงานมีโครงสร้างที่ลงไปถึงระดับหมู่บ้านและครัวเรือนย่อมจะทำให้บรรลุเป้าหมายการนำประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้ง่ายกว่าหน่วยงานที่ไม่มีโครงสร้างถึงระดับหมู่บ้าน เป็นต้น

2) ปัจจัยความพร้อมด้านทรัพยากร คือการที่หน่วยงานมีอัตรากำลังคน เครื่องมือ เครื่องใช้ ตลอดจนงบประมาณเพียงพอแค่นั้นสำหรับการรับนโยบายมาปฏิบัติตนเอง

3) ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการจัดการ คือ ความสามารถหรือสมรรถนะของหน่วยงานด้านการจัดการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายสำเร็จของนโยบายนั่นเอง หน่วยงานบางแห่งมีทรัพยากรมาก แต่อาจขาดประสิทธิภาพการจัดการ แต่บางหน่วยงานมีประสิทธิภาพการนำนโยบายไปปฏิบัติได้สูงทั้ง ๆ ที่มีทรัพยากรจำกัด

4) ปัจจัยที่ 4 ด้านนี้จะต้องนำมาพิจารณาประกอบกันเพื่อประเมินศักยภาพความพร้อมโดยมีส่วนของหน่วยงานที่จะรับนโยบายปฏิบัติและใช้ในการกำหนดเป้าหมายสำเร็จและแนวทางปฏิบัติของแผนด้วย

ขั้นที่ 5 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของหน่วยงานในการวางแผนเพื่อตอบสนองนโยบายใดก็ตาม จำเป็นต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับนโยบายนั้น เช่น นโยบายสาธารณสุขมูลฐานในท้องที่อำเภอหนึ่ง ๆ จำเป็นต้องพิจารณาสภาพเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมของชุมชน ที่จะปัญหาข้อจำกัด หรือสิ่งเอื้อต่อความสำเร็จของนโยบายด้วย เช่น ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ อาจมีข้อจำกัดด้านสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมของชุมชนต้องงานด้านสาธารณสุขมูลฐานมากกว่าในภาคกลางหรือภาคเหนือ เป็นต้น

นอกจากสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมแล้ว ในด้านหน่วยงานอื่นที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับนโยบายนั้น ๆ มีหรือไม่ ได้แก่ หน่วยงานใดจำเป็นที่จะต้องนำมาวิเคราะห์ในแง่ที่เป็นหน่วยงานเชิงแข่งขัน หรือเชิงประสานประโยชน์ก็จะช่วยให้การวางแผนสนองนโยบายมีความครอบคลุมและรอบคอบมากขึ้นด้วย

ขั้นที่ 6 กำหนดเป้าสำเร็จในการวางแผนสนองนโยบายใด ๆ เมื่อวิเคราะห์เป้าสำเร็จที่  
ต้องการของนโยบาย ปัญหาความต้องการ และศักยภาพของหน่วยรับนโยบายแล้ว จึงนำเอาผล  
วิเคราะห์ในข้อต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นมากำหนดเป้าสำเร็จ โดยแยกเป็นเป้าสำเร็จรวมและเป้า  
สำเร็จย่อย ซึ่งอาจแบ่งตามกลุ่มพื้นที่หรือกลุ่มเป้าหมายก็ได้ เช่น หมู่บ้าน ตำบล ที่มีศักยภาพ  
ความพร้อมสูงอาจกำหนดเป้าสำเร็จให้ต่ำกว่าทั่วไปก็ได้ ทั้งนี้การกำหนดเป้าหมายสำเร็จจะต้อง  
คำนึงถึง 1. ความเป็นไปได้ที่จะบรรลุ (Obtainable) 2. สามารถวัดได้ (Measurable) 3. ทำทาย  
ให้ยากทำจนบรรลุเป้าสำเร็จ (Chalienging)

ขั้นที่ 7 กำหนดวิธีปฏิบัติและทรัพยากรที่ใช้ เมื่อสามารถกำหนดเป้าสำเร็จได้เหมาะสม  
แล้ว มีการตรวจสอบความเป็นไปได้แล้วผู้รับนโยบายจำเป็นต้องแปลงและดำเนินการนโยบาย  
ให้ออกมาเป็นวิธีการปฏิบัติ และวิธีปฏิบัตินั้นจะต้องมุ่งให้บรรลุเป้าสำเร็จของนโยบายและแผน  
และสอดคล้องกับแนวดำเนินนโยบายด้วย

ขั้นที่ 8 กำหนดองค์กรปฏิบัติในการรับนโยบายมาปฏิบัติแต่ละเรื่องอาจใช้องค์กรประจำ  
ที่หน่วยงานมีอยู่แล้วได้ หรือบางครั้งนโยบายต้องการหน่วยงานที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษต่างหาก  
จากหน่วยงานเดิมก็ได้ เช่น อาจต้องตั้งเป็นคณะกรรมการขึ้นมาใหม่ โดยมีหน่วยงานอื่นเข้า  
มาร่วมหรือมีประชาชนเข้าร่วมหรืออาจจำเป็นต้องตั้งหน่วยงานโครงการขึ้นมาเฉพาะก็ได้ และ  
เมื่อนโยบายนั้นบรรลุเป้าสำเร็จแล้วก็ยกเลิกหน่วยงานนี้ไป เป็นต้น

การกำหนดองค์กรปฏิบัติดังกล่าวหน่วยงานระดับบนและระดับกลางจะต้องวางเค้าโครง  
ลงไปจนถึงหน่วยงานปฏิบัติด้วย เช่น หน่วยงานระดับอำเภอ รับนโยบายมาปฏิบัติก็ต้องกำหนด  
โครงสร้างองค์กรตั้งแต่ระดับอำเภอลงไปถึงระดับตำบล หมู่บ้าน และครอบครัว เป็นต้น ซึ่งต้อง  
พิจารณาความพร้อมของหน่วยงานด้านล่างว่าสามารถจะมอบหมายให้บริการที่รับช่วงให้ทำได้  
ระดับใด ถ้าหากหน่วยงานด้านล่างมีความพร้อมในการปฏิบัติตามนโยบายนั้นก็อาจจำเป็นต้อง  
วางแผนกำหนดเป้าหมายสำเร็จ วิธีปฏิบัติ ทรัพยากร และวิธีการจัดการไปให้ด้วย

ขั้นที่ 9 กำหนดวิธีการจัดการ เพื่อให้หน่วยงานล่างสามารถรับแผนหรือนโยบายไป  
ปฏิบัติได้ชัดเจนจึงจำเป็นต้องกำหนดวิธีการจัดการ คือ การแตกแต่งกิจกรรมต่าง ๆ และ  
ทรัพยากรที่ใช้ให้สัมพันธ์กันกับเป้าสำเร็จที่ต้องการบรรลุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสร้างระบบ  
อำนวยการจัดการให้เกิดขึ้นด้วย เช่น มีระเบียบ เป็นแนวทางปฏิบัติให้มีการตัดสินใจได้ระดับ  
หนึ่ง เพื่อให้เกิดความคล่องในการจัดการ และการปรับเปลี่ยนเป้าสำเร็จ วิธีดำเนินการ ตลอดจน

การใช้ทรัพยากรเพื่อให้กิจกรรมเข้ากับสภาพความเป็นจริงของผู้ปฏิบัติตนเองและจะต้องไม่ลืมนว่ามีจัดการในแต่ละระดับของหน่วยงานแตกต่างกันอย่างไรด้วย

ขั้นที่ 10 กำหนดแนววิธีการควบคุมการบรรลุเป้าสำเร็จ ในการกำหนดเป้าสำเร็จและวิธีการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ โดยธรรมชาติการทำงานทั่วไปมีแนวโน้มที่จะใช้ทรัพยากรมากแต่บรรลุเป้าสำเร็จต่ำ ดังนั้นในการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติจึงมักจะต้องมีการควบคุมให้ใช้ทรัพยากรน้อยแต่ได้เป้าสำเร็จสูง การควบคุมดังกล่าวจึงอาจเป็นมาตรการเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ ซึ่งมีขอบข่ายกว้างในทางการจัดการอาจมีลักษณะ ได้แก่ การรายงาน การติดตามการนิเทศ และการประเมินผลซึ่งถ้าหากจะทำให้เกิดความชัดเจนแก่ผู้ปฏิบัติก็ควรมีการกำหนดเกณฑ์ชี้วัดความสำเร็จไว้ให้ชัดเจน

### นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

มีการกำหนด กรอบ นโยบายของคณะกรรมการ ททท. ในปีพ.ศ. 2550 – 2554(นโยบายและแผนการตลาด,2553 )ดังนี้

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสีงแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุล ระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้อัตลักษณ์รวม ทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการค้า

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e -Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ

8. ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ในปี พ.ศ. 2552 มีการสรุปแผนการตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญดังนี้แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2552 ถูกจัดทำขึ้นจากกรอบนโยบายและแผนยุทธศาสตร์หลัก 3 กรอบ ได้แก่

1) กรอบนโยบายรัฐบาล:

- เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพและยั่งยืน ทั้งในมิติ “มูลค่า” และ “คุณค่า” ด้วย “สะดวก สะอาด ปลอดภัย”
- ให้เอกลักษณ์ที่ชัดเจนง่ายต่อการรับรู้ จดจำในลักษณะกลุ่มพื้นที่ (Cluster)

2) กรอบนโยบายคณะกรรมการ ททท.: ส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่เชื่อมโยงกลุ่มพื้นที่ (Cluster)

3) แผนวิสาหกิจ ททท. (ปี 2551 – 2554 ): ดำเนินการตลาดภายใต้แนวคิดเชิงกลยุทธ์ โดยสร้างความแตกต่างในจุดขาย ประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านการตลาดใหม่ๆ และพัฒนาระบบฐานข้อมูล เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์

**เป้าหมายด้านตำแหน่งทางการตลาด:**

“แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่หลากหลาย ให้ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าและน่าประทับใจ”

ตาราง 3 เป้าหมายด้านตำแหน่งทางการตลาด

เป้าหมายด้าน	ตลาดต่างประเทศ	ตลาดในประเทศ
<b>เศรษฐกิจ:</b>		
เป้าหมายรายได้	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5
ทางการท่องเที่ยว	( ประมาณการรายได้	( ประมาณการรายได้

	630,000 ล้านบาท )	407,600 ล้านบาท )
ประมาณการ จำนวนนักท่องเที่ยว	16 ล้านคน	87.06 ล้านคน

## กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานในปี 2552

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ในปี 2552 ททท. จะเน้นการสร้างกระแสการเดินทาง ทั้งตลาดต่างประเทศและในประเทศให้เกิดขึ้นตลอดทั้งปี ภายใต้กลยุทธ์รณรงค์ส่งเสริม “ปีท่องเที่ยวไทย 2551-2552” ตามนโยบายของรัฐบาล ผนวกร่วมกับการดำเนินงานสานต่อกลยุทธ์การตลาดในปีที่ผ่านมา ซึ่งจะมีจุดเน้นที่แตกต่างกันไปตามสภาวะและแนวโน้มตลาดในแต่ละพื้นที่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 1. กลยุทธ์ส่งเสริมปีท่องเที่ยวไทยทั้งในตลาดต่างประเทศและในประเทศ

#### แนวทางการดำเนินงาน

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

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

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

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

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

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

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

7 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

นอกจากนี้ ในส่วนของ Festivities จะนำเสนอแนวคิดหลัก (Theme) ในการท่องเที่ยวในแต่ละเดือน เพื่อให้ประเทศไทยมีสิ่งที่น่าสนใจตลอดทั้งปี คือ

เดือนมกราคม: สวรรค์เมืองไทย – Thailand Extravaganza

เดือนกุมภาพันธ์: ดอกไม้กับความรัก - Flower Paradise

เดือนมีนาคม: ธรรมชาติ กีฬา ดนตรี – Summer Music & Sports

เดือนเมษายน: เย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ – Songkran Splendours

เดือนพฤษภาคม: อร่อยทุกไร่ ชิมไปทุกสวน – Thai Fruit

เดือนมิถุนายน: เที่ยวไทยหัวใจสีเขียว – Lively Green Journey

เดือนกรกฎาคม: สืบศาสตร์ สานศิลป์ – Timeless Thai Elegance

เดือนสิงหาคม: ครอบครัวสุขสันต์ – Family Festival

เดือนกันยายน: สุดยอดเรือสยาม – International Boat Races

เดือนตุลาคม: มหัศจรรย์ฝั่งโขง – The Magnificent Mekhong River

เดือนพฤศจิกายน: ลีลน้แห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง – Loi Krathong Festival

เดือนธันวาคม: สยามสนุก – Siam Sanook

ผนวกกับการตอกย้ำจุดแข็งในด้านภาพลักษณ์มิตรไมตรี และลีลน้ของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ภายใต้การชูจุดขายภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างของแต่ละพื้นที่ในแต่ละภาค ซึ่งได้แก่

**ภาคเหนือ:** ชูภาพลักษณ์ “แหล่งวัฒนธรรมล้านนาผสานความมีระดับ” (Classy Lanna) นำเสนอความโดดเด่นของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมล้านนา ผสมผสานกับความมีสไตล์และมีระดับของสินค้าและบริการ

**กรุงเทพฯ:** ชูภาพลักษณ์ “วิถีชีวิตเมืองกรุง” (The Touch of Bangkok) นำเสนอบรรยากาศของชุมชนชาวบางกอกดั้งเดิม ที่แฝงอยู่ในชีวิตทันสมัยสไตล์ชาวกรุงปัจจุบัน

**ภาคกลาง:** ชูภาพลักษณ์ “การท่องเที่ยวแบบอภิลทออดีต” (Nostalgia Tourism) นำเสนอความสงบสบายตามรูปแบบการใช้ชีวิตของชาวไทยภาคกลางในอดีต

**ภาคตะวันออก:** ชูภาพลักษณ์ “เที่ยวสนุก ทุกระดับ” (Affordable Active Beach) นำเสนอความสนุกสนานของกิจกรรมชายหาด ที่ทุกคนสามารถสัมผัสได้

**ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ:** ชูภาพลักษณ์ “แหล่งเรียนรู้ อู่อารยธรรม” (The Cradle of Learning and Civilization) นำเสนอความลึกซึ้งของอารยธรรมอีสาน ที่สืบสวย้อนไปได้ถึงยุคดึกดำบรรพ์

**ภาคใต้ :** ชูภาพลักษณ์ “ป่าสว ทะเลใส” (Blue and Green: Clean and Clear) นำเสนอความบริสุทธิ์ สดใสของผืนป่าและท้องทะเล ที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก

นอกจากนี้ ททท. ได้ย้ำเจตนารมย์อย่างต่อเนื่องที่จะรณรงค์ให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นผลงานในอดีตที่ทำต่อเนื่องถึงปัจจุบัน อาทิ การให้รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดีเด่นด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม (Tourism Awards) การสนับสนุนการให้มาตรฐานโรงแรมสีเขียว (Green Leaf Hotel) การสนับสนุนกิจกรรมด้านรักษาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ประกอบกับแนวโน้มโลกที่นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับสภาวะวิกฤต “โลกร้อน” ททท. จึงจะใช้โอกาสนี้ ตอกย้ำภารกิจของการท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยนำเสนอขายสินค้าการท่องเที่ยวและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิด “7 Greens” ซึ่งประกอบด้วย



**Green Hearts:** การสร้างความรู้สึกให้นักท่องเที่ยวและชุมชนมีหัวใจที่เปี่ยมไปด้วยรัก ความศรัทธา ใส่ใจ และให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม

**Green Logistics:** การปรับเปลี่ยนวิธีการเดินทางหรือรูปแบบการให้บริการด้านการคมนาคมขนส่ง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเน้นการเสนอขายกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ยานพาหนะเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การขี่จักรยาน การเดินทางด้วยขนส่งมวลชน (รถไฟ รถประจำทาง)

**Green Attractions:** สนับสนุนการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการบริหารจัดการที่ดี ที่ตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เป็นหลัก

**Green Communities:** สนับสนุนการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั้งชุมชนเมืองและชนบท ที่ให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน

**Green Activities:** สนับสนุนการเสนอขายกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอยู่ภายใต้ขอบเขตความเหมาะสมของจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่/ครั้ง

**Green Services:** สนับสนุนการเสนอขายรูปแบบการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ด้วยมาตรฐานและคุณภาพที่ดี ภายใต้การคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่มีการดูแลอย่างเหมาะสม

**Green Plus:** เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบแทนสู่สังคม ด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการลด ละ เลิก พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างสิ่งแวดล้อมใหม่ที่ดียิ่ง เช่น การปลูกป่า เป็นต้น

ซึ่ง ททท. จะสื่อ “สาร” ข้างต้นไปยังนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและทั่วโลก เพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์ “คุณค่า” ของแบรนด์ “ประเทศไทย” ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกและเกิดความเชื่อว่าปี 2552 เป็นปีที่คุ้มค่าที่จะท่องเที่ยวไทยแคมเปญโฆษณาปีท่องเที่ยวไทยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์รณรงค์ปีท่องเที่ยวไทยในต่างประเทศ จะยังคงใช้แคมเปญ “Amazing Thailand” เป็นตัวหลัก และเสริมด้วยแคมเปญ “Visit Thailand Year 2009” ส่วนตลาดในประเทศ จะรณรงค์การเดินทางภายใต้แนวคิด “เที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก” เพื่อสร้างความรู้สึกให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของไทยให้ฟื้นตัว โดยระดมออกสื่อที่หลากหลายครอบคลุมทุกช่องทาง และผ่านบุคคลผู้มีชื่อเสียง รวมถึงการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (Below the Line) ทั้งในและต่างประเทศ เช่น สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ โดยจัดอบรมให้ความรู้แก่เยาวชน เพื่อประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

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

1. โครงการ **Visit Thailand Year 2009** (ตุลาคม 2551): จัด Mega Familiarization Trip ครั้งใหญ่ เชิญผู้ประกอบการนำเที่ยว และสื่อมวลชนทั่วโลกเดินทางมาสำรวจสินค้าของไทย เน้นเสนอขายสินค้าใหม่ ภายใต้ 7 Wonders of Amazing Thailand และชูจุดขายเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่แตกต่างกัน

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

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

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

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

6. โครงการ **E-Marketing** (ดำเนินการตลอด 12 เดือน): ใช้สื่อ IT เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมตลาด และเพิ่มขีดความสามารถด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้าของไทยเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคและเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

7. โครงการ **Amazing Thailand: Romancing the Kingdom** (กุมภาพันธ์ 2552): คัดเลือกคู่แต่งงานจากทุกตลาดทั่วโลก ให้เดินทางมาจัดงานแต่งงานที่เมืองไทยในคราวเดียวกัน เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าแพคเกจแต่งงาน และสร้างการรับรู้ถึงความพร้อมของประเทศไทยสำหรับกลุ่มตลาดดังกล่าว

8. โครงการ **Amazing Songkran Festival** (เมษายน 2552): ใช้งานเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งเป็น World Event ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ดึงดูดตลาดทั่วโลก

9. โครงการ **Amazing Thailand: Adrenaline Rush** (พฤษภาคม 2552): เสนอขายสินค้าด้านกีฬาและการผจญภัย เช่น กอล์ฟ มาราธอน ปีนหน้าผา ฯลฯ โดยจัดงาน/กิจกรรมดังกล่าวหลาย ๆ งาน เพื่อดึงดูดตลาดในคราวเดียวกัน

10. โครงการ **Thailand Travel Mart+ 2009** (มิถุนายน 2552): จัดเวทีให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวในต่างประเทศทั่วโลก เดินทางมาพบปะกับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวของไทย

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

12. โครงการ **Amazing Thailand Through the Lens** (สิงหาคม 2552): เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกส่งภาพถ่ายประเทศไทยเข้าประกวด โดยผู้ชนะจะได้รับการคัดเลือกให้เดินทางมาเที่ยวและถ่ายรูปในประเทศไทย

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 โดยจัดทำคู่มือและร่วมกับพันธมิตรจัดทำรายการท่องเที่ยวพิเศษ เสนอขาย และการจัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยรวมทั้งสร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวรองคือ ภาคอีสาน ต่อจากปี 2551ภายใต้การประกาศเป็น “ปีท่องเที่ยวอีสาน 2551-2553” โดยจะจัดงานส่งเสริมการขาย Amazing I-san Fair นำผู้ประกอบการในภาคอีสาน มาออกบูธเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ 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 โดยประเทศไทยมีสินค้าแห่งความสุขที่จะนำเสนอได้ตลอด

ทั้งปี ภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand” ซึ่งจะเป็นการต่อยอดภาพลักษณ์ “คุณค่า” ของ แบรินด์ ประเทศไทย ผ่านสื่อต่างๆ เข้าถึงนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งสื่อระดับโลก (Worldwide) เช่น ทางโทรทัศน์ ผ่านช่อง National Geographic และสื่อระดับท้องถิ่น (in market) เช่น ป้ายโฆษณา ในสนามบิน ทิวทัศน์รถประจำทาง/รถแท็กซี่ บิลบอร์ด ฯลฯ รวมทั้งเชิญสมาคมนักเขียนระดับโลกให้เดินทางมาประชุมประจำปีในประเทศไทย เพื่อให้มีการเขียนบทความเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศ

**2.2 กลยุทธ์ขยายตลาดกลุ่มคุณภาพ:** เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยว จะเน้นเจาะตลาดระดับบน ซึ่งมีกำลังซื้อสูง และสามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้ภายใต้ภาวะวิกฤตพลังงานโลก โดยเฉพาะการเข้าถึงกลุ่มผู้มีรายได้สูงและกลุ่มตลาดความสนใจพิเศษ ซึ่งจะดำเนินการโดยเน้นสร้างความร่วมมือด้านการตลาดกับพันธมิตรทั้งในและนอกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสนอขายสินค้าคุณภาพที่สนับสนุนแบรนด์ ในลักษณะการนำเสนอสินค้าที่มีแนวคิด เน้นเรื่องราวสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ 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 รวมถึงการกระตุ้นตลาด โดยชูจุดแข็งด้านความคุ้มค่าเงิน ผ่านการนำเสนอบัตร “Amazing Thailand Card” ซึ่งเป็น Value Card ใช้เป็นส่วนลดสินค้า/บริการของไทยในราคาพิเศษ ทั้งในต่างประเทศและในประเทศ และสานสัมพันธ์ต่อเนื่องผ่านทาง Web Blog หรือส่งข่าว Update สินค้าผ่านทาง E-mail Blast ไปสู่สมาชิก เป็นต้น

สำหรับตลาดระยะใกล้ เช่น เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ และอาเซียน จะพลิกวิกฤตพลังงานโลกเป็นโอกาสในการดึงดูดตลาด ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Holiday Breaks Destination) ภายใต้การนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยว 3 วัน 2 คืน ในโครงการ 72 Hours in Thailand ซึ่งจะเป็เหมือน 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:** โดยเน้นใช้ประโยชน์จากเทคนิคสมัยใหม่ในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง อาทิ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยผ่านทาง Internet TV ในออสเตรเลีย และเยอรมนี ในลักษณะข้อมูลภาพเคลื่อนไหวผ่านหน้าเว็บไซต์ รวมทั้งสร้างช่องทางในเวปไซต์ของ ททท. ให้เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างนักท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกากับผู้ประกอบการในไทย (E-Marketing) เป็นต้น

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

ในขณะเดียวกัน จะมีการขยายการเปิดสำนักงานสาขา เพิ่มขึ้นอีก 3 แห่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงตลาดเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง โดยเน้นตลาดระยะใกล้ ได้แก่ สำนักงานเชียงใหม่และสำนักงานคุนหมิง ในประเทศจีน และสำนักงานมুমไบในประเทศอินเดีย

### 3. การส่งเสริมตลาดในประเทศ

แนวทางการดำเนินงาน สำหรับตลาดในประเทศ นอกเหนือจากการดำเนินงานในกลยุทธ์ปีท่องเที่ยวไทยแล้ว จะยังคงดำเนินการสานต่อกลยุทธ์ของปี 2551 เพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อเนื่องในอีก 5 กลยุทธ์ คือ

**3.1 กลยุทธ์สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต:** จะใช้แนวคิดในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกับกลยุทธ์ปีท่องเที่ยวไทย ในการสร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต คือ “เที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก” และเพื่อรองรับการสร้างกระแสให้มีการเดินทางท่องเที่ยว จะนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปและกิจกรรมท่องเที่ยวแปลกใหม่ในหลากหลายมิติ ตามความชอบและความสนใจของนักท่องเที่ยว อาทิ การ

งานเทศกาลท่องเที่ยวภาคใต้ 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 เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานและการดูแลรับผิดชอบให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้อย่างใกล้ชิดและสามารถรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

**3.2 กลยุทธ์ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยง:** จะเน้นการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้และภายในภูมิภาค โดยจะจัดทำเส้นทางและคู่มือท่องเที่ยว รวมทั้งเสนอขายแพคเกจภายใต้โครงการขับรถสุขใจเที่ยวเมืองไทยใกล้กรุงเทพฯ (ท่องเที่ยวภายในภาคกลาง) โครงการร้อยเรื่องเมืองใต้ (ท่องเที่ยวภายในภาคใต้) และมีการนำนวัตกรรมทางการตลาดมาใช้ในส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว เช่น โครงการขับรถสุขใจไปกับ Mobile Phone โครงการขับรถสุขใจไปภาคกลางกับ GPS ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค โดยการจัดงาน Road Show ข้ามภูมิภาค และกิจกรรมกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวทั่วไทย เช่น โครงการบินไปบินกลับ ขับรถเที่ยว เป็นต้น

**3.3 กลยุทธ์สร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่:** จะนำเสนอจุดต่างภาพลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ โดยโฆษณาประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมที่สะท้อนภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่แตกต่างตามแนวคิดที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

**3.4 กลยุทธ์รณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว:** จะรณรงค์ให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งในมุมของการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีต่อเนื่องจากปี 2551 ภายใต้แคมเปญ “เก็บเมืองไทยให้สวยงาม” ผ่านสื่อต่างๆ และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ปลูกจิตสำนึกและสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโครงการเที่ยวอีสานสุขใจ...ตระหนักภัยโลกร้อน โครงการตามรอยกินรี (การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ที่พัก ชุมชน และรายการนำเที่ยวที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว) ซึ่งจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระยะยาวนอกจากนั้น ททท. ได้จัดทำโครงการปฏิญญารักษาสีเขียวเพื่อสร้างกระแสการ

รับรู้เรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยบรรณรักษ์และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนให้เกิดการตระหนักและเห็นความสำคัญในการร่วมมือดำเนินการเพื่อลดภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้น ภายใต้กิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ

1. การบรรณรักษ์ ไทย ต้านภัยโลกร้อน ตามแนวคิด “7 Greens”
2. การจัดทำฐานข้อมูลสินค้าการท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม
3. การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวตัวอย่าง โดยคัดสรรสินค้าการท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับแนวคิดการต้านภัยโลกร้อน
4. การจัดประชุมสัมมนาเชิงวิชาการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวยุคใหม่ร่วมต้านภัยโลกร้อน

**3.5 กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้:** จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากการเดินทางท่องเที่ยว เช่น จัดค่ายเยาวชนให้ความรู้ด้านต่าง ๆ ระบบนิเวศทางทะเล ระบบนิเวศทางบก จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เป็นต้น

นอกจากนี้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดธรรมชาติอย่างเป็นมิตร

### **การท่องเที่ยวมีความสำคัญ**

1. การท่องเที่ยวเป็นการใช้เวลาว่างของมนุษย์เพื่อแสวงหาความสุขและความเพลิดเพลิน จากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนเป็นการช่วยผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าและความเครียด ทำให้สุขภาพทางกายและจิตใจสดชื่นดีขึ้น พร้อมทั้งจะกลับไปเผชิญกับภารกิจต่าง ๆ และการดำรงชีวิตที่จำเริญได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้ประสบการณ์ความแปลกใหม่ ตลอดเวลาการเดินทาง ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิตในด้านต่าง ๆ และเข้าใจสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนดีขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มจิตสำนึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม

3. หากการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีระบบที่ดี จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณโดยรอบได้ ซึ่งเรื่องนี้ในอดีตไม่ได้สนใจกัน

มากนัก จนกระทั่งกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับโลกได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย หลายฝ่ายเริ่มมองเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นตามลำดับ

4. การท่องเที่ยวเป็นกลไกธรรมชาติที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้วัฒนธรรมของแต่ละฝ่ายดีขึ้น และนำไปสู่ความเข้าใจและมีมิตรภาพที่ดีต่อกัน

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้การไหลเวียนของเศรษฐกิจและการจ้างงานทั้งในระดับท้องถิ่นภูมิภาคและประเทศโดยรวม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Bio Tourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย" (สฤกษ์ เวชกร, 2548)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชนชนบทธรรมนิยม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539 อ้างใน สฤกษ์ เวชกร, 2548) สำหรับ



ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีบุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย เป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่งและได้รับการอ้างอิงถึงเสมอ ที่สำคัญมีดังนี้

Ceballos Lascurain (1991) อาจจะเป็นคนแรกที่ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "เป็นการท่องเที่ยว รูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชม ศึกษา เรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ เหล่านั้น"

Elizabeth Boo (1991) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม"

The Ecotourism Society (1991) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ และในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น"

Western (1993) ได้ปรับปรุงคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ The Ecotourism Society ให้สั้นและกระชับ แต่มีความหมายสมบูรณ์มากขึ้นคือ "การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น"

The Common Wealth Department of Tourism (1994) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ การท่องเที่ยวธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา การเข้าใจธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืน คำว่า ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมยังครอบคลุมถึงขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นด้วย ส่วนคำว่ารักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืนนั้น หมายถึง "การป้อนผลประโยชน์ต่าง ๆ กลับสู่ชุมชนท้องถิ่นและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ"

เสรี เวชบุษกร (2538) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานโบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย"

กรมป่าไม้ (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็น "การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ นั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย"

โดยสรุปก่อนอื่นมีข้อสังเกตจากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมาจากนิยามศัพท์และความหมายของคำ " Ecotourism" นั้น ขึ้นอยู่กับพื้นฐานอาชีพ ความเข้าใจ และวัตถุประสงค์ของแต่ละคนหรือองค์กร ซึ่งในภาษาไทยอาจเรียกว่า "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" แต่ในที่สุดราชบัณฑิตยสถาน ได้พิจารณากำหนดคำศัพท์ Ecotourism ว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ"

ข้อพิจารณาต่อมาคือความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าวข้างต้น เกือบทั้งหมดให้การยอมรับว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ที่มีลักษณะพิเศษเป็นของตนเอง และแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติเป็นฐาน (nature - based tourism ) เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภท อุทยาน วนอุทยาน เกาะแก่ง และชายทะเล เป็นต้น แต่อาจหมายรวมถึง ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น หากสิ่งเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหรือเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติ

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศน้อยหรือต่ำ หรือไม่มีผลกระทบต่อวิถีทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น จนทำให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงไปในทางลบ เพราะฉะนั้นการป้องกันและควบคุมผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว จึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ เช่น ไม่นับปริมาณนักท่องเที่ยว ไม่นับสนุนให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น เน้นธรรมชาติและองค์ประกอบของธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูด เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้ และเข้าใจธรรมชาติและองค์ประกอบธรรมชาติ (รวมทั้งศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น) ตลอดจนผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก เพราะฉะนั้นการจัดระบบบริการข้อมูลและการสื่อความหมายธรรมชาติ รวมทั้งการเพิ่มพูนศักยภาพของมัคคุเทศก์จึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการคิด (วางแผน) การทำ (ปฏิบัติหรือดำเนินการ) และการติดตามตรวจสอบประเมินผลร่วมกับผู้เกี่ยวข้องส่วนอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมได้รับผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของท้องถิ่นด้วยความเหมาะสมเป็นธรรม จากลักษณะดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดังนี้ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หมายถึง “การเดินทางท่องเที่ยวไปตามแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ และมีการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม โดยมีการควบคุมผลกระทบและสร้างบรรยากาศของการศึกษาเรียนรู้ ธรรมชาติแวดล้อม พร้อมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์เพื่อเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต” ตามคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของราชบัณฑิตยสถาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะหมายรวมถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทุกแห่งตั้งแต่แหล่งธรรมชาติ โบราณสถาน ไปจนถึงชุมชนท้องถิ่น เพราะฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ไปจนถึงชุมชนต่างๆ ที่เปิดให้มีการท่องเที่ยว แต่ปัจจุบันเรื่องการป้องกันผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้มาเยือน ตามคำจำกัดความกระทำได้บ้างในระดับหนึ่ง คือยังไม่สมบูรณ์หรือได้มาตรฐานเพียงพอ ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานแห่งชาติบางแห่งเท่านั้น อย่างเช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ดอยอินทนนท์ น้ำหนาว เขาสกก แก่งกระจาน ฯลฯ อย่างไรก็ตาม หากยึดความหมายและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปฏิบัติกันอยู่หลายประเทศ เช่น คอสตาริกา เคนย่า และประเทศในทวีปอเมริกาและอเมริกาใต้ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว

ที่จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะจำกัดวงเฉพาะที่เป็นแหล่งธรรมชาติเท่านั้น (nature-based destinations) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติและ วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ที่สำคัญได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และแหล่งสรวงธรรมชาติในรูปแบบอื่น ดังนั้น ตามความหมายที่เป็นสากล ชี้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ ควรจะเน้นการพัฒนาและการจัดการ เฉพาะในแหล่งธรรมชาติซึ่งถือกันว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสนองตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (niche market) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความรู้และอยากเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับความเพลิดเพลินและมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น รวมทั้งให้ประโยชน์กลับคืนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

โดยลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีดังนี้

1. เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้ รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้น ๆ
2. มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
3. เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว
4. ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการสร้างเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่คืนประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
6. เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากการท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมุ่งเน้นในด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้นักท่องเที่ยว การพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์ให้แก่สิ่งแวดล้อม

และเศรษฐกิจ และการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมที่ปรากฏในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้และสร้างความพึงพอใจเกี่ยวกับความหลากหลายและวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนเหล่านั้นด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาอยู่ 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศ หากปัจจัยข้างต้นได้รับผลกระทบกระเทือนจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตาม โอกาสที่จะเกิดความเสื่อมโทรมหรือถูกทำลายจนด้อยคุณค่าไปก็มีอยู่สูง

1. การให้ความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้กับราษฎรท้องถิ่น มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย วิธีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปได้แก่ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น การจัดตั้งศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การจัดเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดทำนิตยสาร/แผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ การจัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการฝึกอบรมมััคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่างๆ ทั้งสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำทนาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่างๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ้ง ซึ่งเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว และขณะเดียวกันการท่องเที่ยวมีผลต่อการคง

อยู่ของธรรมชาติแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการ  
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม  
และทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และลด  
การพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติลง ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ซึ่งม  
ีความสำคัญต่อสังคมส่วนรวมระดับประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวและ  
ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมถ่ายรูป  
ธรรมชาติ บันทึกเทปวิดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่อง/ ดูนก กิจกรรมศึกษา/ เที่ยวถ้ำ  
หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทตื่นเต้นผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติก็ได้ ดังที่กล่าวมาข้างต้น การ  
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติ  
และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยสร้างรายได้ และยังเป็นการ  
สร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจาก  
กิจกรรมการท่องเที่ยว ก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ  
ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจการ  
ท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า การ  
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืน

#### การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการผลักดันและส่งเสริมให้เป็นองค์ประกอบสำคัญ  
อย่างหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืน และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือหรือมาตรการหนึ่งในการ  
ส่งเสริมเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพซึ่งมีแนวโน้มว่าจะลดน้อยหรือเสื่อมโทรมลง อันเป็นผล  
มาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่มี  
สาเหตุจากการบรรจบของแนวโน้มในด้านการอนุรักษ์และแนวโน้มแห่งการเปลี่ยนแปลงด้าน  
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศที่  
กำลังพัฒนาทั้งหลายได้พยายามผสมผสานเรื่องของการอนุรักษ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจโดยการ  
ใช้ประโยชน์พื้นที่อนุรักษ์ให้เป็นแหล่งพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่ไปกับการสงวน

รักษาระบบนิเวศตามธรรมชาติ โดยส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ ด้วยความเชื่อที่ว่า การท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ จะเป็นทางเลือกหนึ่งที่เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานและสร้างรายได้จำนวนมากทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้แก่อำเภอในชนบทให้ตระหนักถึงความสำคัญและช่วยสนับสนุนการสงวนรักษาพื้นที่อนุรักษ์และทรัพยากรธรรมชาติ สำหรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มนุษย์มีความต้องการการท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัยมากขึ้น รวมทั้งการได้เข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวธรรมชาติมีความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ได้ไปเยือนทั้งในด้านระบบนิเวศ ชนิดพันธุ์พืช และสัตว์ที่ได้พบเห็น รวมถึงประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีสาเหตุสำคัญจากการตื่นตัวและให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาในประเทศต่างๆ ทั่วโลก จากกรอบแนวความคิด Earth Summit ที่ประเทศบราซิลในปี 2535 กำหนดกระแสการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 ด้าน คือ ความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้ และความต้องการพัฒนาคนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มาจากรากหญ้า ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายรายได้ที่เหมาะสมในท้องถิ่น จึงนำไปสู่การเกิดทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีแนวคิดที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตใต้สำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ( สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย , 2540 อังไฉ มหาวชิราวุฒยาลัยรามคำแหง, 2548)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะแตกต่างไปจากแนวคิดการท่องเที่ยวเดิมๆ ที่เน้นในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคแต่เพียงมิติเดียว โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาคน ชุมชน และสังคม โดยการนำศักยภาพที่มีเป็นทุนเดิมของสังคมมาพัฒนาและจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการบูรณาการกิจกรรมด้านต่างๆ ในท้องถิ่นเข้าด้วยกัน โดยคำนึงถึงบริบทของท้องถิ่น และสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ท้องถิ่น

อย่างแท้จริง (การสัมมนาระดับชาติเรื่องท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, 2545 อ่างใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง , 2548)

ดังนั้นโดยนัยแนวความคิดระดับชาติและนานาชาติสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะ เกี่ยวกับการนำแหล่งทุนทางธรรมชาติและแหล่งทุนทางวัฒนธรรม มาพัฒนาบริหารจัดการเพื่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นนั้น ๆ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ ซึ่งบ่งบอก ให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมี สารสำคัญ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเป็นพื้นที่ ธรรมชาติ ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และอาจรวมไปถึงแหล่ง ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อ สภาพแวดล้อมธรรมชาติและระบบนิเวศ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย หรือทำให้ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือมีประสบการณ์กับ สภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อม ธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังจะเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้าน สิ่งแวดล้อมเชิงบวกด้วย

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ ธรรมชาติและการอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะเดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรง และทางอ้อม นอกจากนี้ จะมุ่งเน้นที่คุณค่าของธรรมชาติ หรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของ แหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เน้นที่การเสริมแต่งหรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ



## การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

มีการศึกษาวิจัยโดยชุมชนเป็นฐานในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ยังคงขาดการศึกษาประเมินความยั่งยืนของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างไรก็ตามได้มีสิ่งบ่งชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนจะยั่งยืนได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ความต้องการของชุมชน โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับชุมชนใดก็ตามจะต้องเกิดจากความสนใจและความต้องการของสมาชิกชุมชนเองเป็นหลัก มิใช่หน่วยงานของทางราชการหรือองค์การภาคเอกชนหรือใครก็ตามไปยึดเยียดให้โดยที่ชุมชนไม่เต็มใจที่รับโครงการไว้และมีส่วนร่วม อาจเพราะความเกรงใจเกรงบารมีหรืออำนาจตามวิสัยธรรมชาติของชุมชนในชนบท
2. ความรู้และความตระหนักของชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญอีกตัวหนึ่งที่จะชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนจะยั่งยืนหรือไม่ ความรู้และความตระหนักนี้ รวมไปถึงแนวคิดและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนและศักยภาพ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน (ต้นทุนทางสังคม) และสภาพแวดล้อมธรรมชาติ (ต้นทุนทางธรรมชาติแวดล้อม) หากดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความรู้อื่น ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการพัฒนาและการบริหารจัดการ
3. การได้รับการสนับสนุนจากภายนอก ชุมชนท้องถิ่นในชนบทส่วนใหญ่มักอยู่ในภาวะด้อยโอกาสในหลายเรื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องความรู้และทักษะในการพัฒนาและการจัดการ ยิ่งเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นงานบริการที่ต้องมีมาตรฐานขั้นต่ำ เพราะมีการแข่งขันทางการตลาดแล้ว เป็นสิ่งที่ชุมชนท้องถิ่นไม่คุ้นเคย ก็เป็นสาเหตุทำให้เกิดความท้อแท้และไม่

สามารถดำเนินการต่าง ๆ ตามความตั้งใจได้ ตรงจุดนี้หน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชน รวมทั้ง NGOs หรือผู้รู้ต่าง ๆ จะต้องเข้ามาสนับสนุนหรือช่วยเหลือ สร้างความ เข้มแข็งให้แก่ ชุมชนดังกล่าวในข้อ 2 อย่างจริงจังและต่อเนื่อง พร้อมสร้างภูมิคุ้มกันต้านทานต่ออิทธิพลต่าง ๆ เพื่อ รองรับการเปลี่ยนแปลงที่มีผลมาจากการท่องเที่ยวด้วย

4. การตัดสินใจและการแบ่งปันประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นจะต้องพัฒนาให้รวม ไปถึงการมีส่วนร่วมในการคิด การปฏิบัติ การแก้ไขปัญหา และการติดตามประเมินผลแบบครบ วงจร ไม่ใช่ผู้นำหรือกลุ่มผู้นำท้องถิ่นดำเนินการเองทั้งหมด และที่สำคัญจะต้องมีกลไกและระบบ การแบ่งปันรายได้หรือประโยชน์อื่น ๆ อันเกิดจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นธรรมและความ โปร่งใส โดยเฉพาะประเด็นหลังนี้มักจะพบว่าเป็นสาเหตุของความไม่ยั่งยืนในการมีส่วนร่วมของ ชุมชนท้องถิ่นค่อนข้างสูงทีเดียว

#### แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การตอบรับหรือยอมรับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่อนข้างสูงมาตั้งแต่จุดเริ่มต้นเมื่อ ประมาณ 10 ปีก่อน และขณะนี้การตอบรับดังกล่าวก็ยังคงมีแนวโน้มคืบหน้าไปเรื่อย ๆ ในกลุ่ม ของผู้เกี่ยวข้อง กล่าวคือ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ผู้ดูแลอุทยานแห่งชาติได้ วางกรอบนโยบายการท่องเที่ยวตามอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ ทั้งบกและทะเล เป็นการท่องเที่ยวเชิง นิเวศทั้งหมด โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม และได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว อย่างกว้างขวางขึ้นกว่าแต่ก่อน พร้อมดำเนินการให้เกิดโอกาสในการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบ นิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพแก่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือน โดยผ่านกระบวนการสื่อ ความหมายธรรมชาติ เป็นต้น ชุมชนท้องถิ่นจำนวนมากในทุกภาคของประเทศ ขยายการ เปิดรับนักท่องเที่ยวให้ไปเยือนเพื่อศึกษาเรียนรู้ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของตน พร้อม หาความเพลิดเพลินกับแหล่งธรรมชาติบริเวณข้างเคียง บางแห่งมีการจัดที่พักแบบ Home stay เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่สนใจการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หลายแห่งเริ่มหันมาให้ความสำคัญของการท่องเที่ยว เชิงนิเวศมากขึ้น แม้ส่วนใหญ่ จะยังมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของ ตน ตามแนวคิดและหลักการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างจำกัด ส่วนราชการซึ่งมีที่ดิน และทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่บ้าง อย่างเช่น กระทรวงกลาโหม (ที่ดินทหารในจังหวัดต่าง ๆ) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ ฯลฯ) เริ่มมีการจัดสรรงบประมาณลงไปพัฒนาที่ดินในความรับผิดชอบ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ในรูปแบบที่เรียกกันว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้าง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้าง แล้วแต่ความ

เหมาะสม ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัททัวร์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค และ NGOs ด้านการอนุรักษ์หลายราย มีการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศและการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในพื้นที่เป้าหมายเพิ่มมากขึ้น พร้อมจัดให้มีมัคคุเทศก์ ที่ผ่านการฝึกอบรมและมีใบอนุญาตประกอบอาชีพเป็นผู้นำ สถาบันการศึกษาหลายแห่งมีการเปิดหลักสูตร สอนเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยบางสถาบันมีวิชาหรือสาขาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยตรง และมีโครงการศึกษาวิจัย และ/หรือบริการทางวิชาการ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามโอกาสจะอำนวย นอกจากนี้หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างเช่น สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฯลฯ ก็ให้การสนับสนุนนักวิจัยทุกระดับ ดำเนินการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเด็นต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีบทบาทในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาตั้งแต่ต้น ตั้งแต่เป็นผู้นำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่ประเทศ สนับสนุนให้มีการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทุกภูมิภาค กำหนดกรอบนโยบายและแบบปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศ ไปจนถึงเป็นสื่อกลางในการประสานการประชุมระดับชาติ และระดับท้องถิ่นมากมาย ต่างกรรมต่างวาระกัน รวมทั้งจัดให้มีเว็บไซต์ทางวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ [http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb / frame\\_main.asp](http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/frame_main.asp)

## Home stay

Home stay ถือว่าเป็นสินค้า (product) ด้านการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างใหม่ โดยเฉพาะในประเทศไทย เท่าที่ทราบการดำเนินงานเรื่อง Home stay ในบ้านเรา มีทั้งที่ล้มเหลวและประสบความสำเร็จในช่วงต้น เพราะขาดการมองภาพในแบบองค์รวม โดยมักจะคิดกันว่า Home stay เป็นสินค้าตัวหลัก แต่ให้ความสำคัญต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบด้านการให้ความรู้หรือการสื่อความหมายสิ่งแวดล้อมเกือบไม่ปรากฏเลย

โดย Home stay เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลากหลาย เช่น การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์กันจนไม่อาจจะแยกออกได้ รวมไปถึงกิจกรรมพื้นบ้านอื่นๆ ที่สมาชิกชุมชนร่วมกันจรรโลง ฯลฯ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจจาก

นักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินงานด้าน Home stay จำเป็นจะต้องให้เกิดความสมดุลกับกิจกรรมท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมธรรมชาติควบคู่ไปกับประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน ก็จะช่วยให้ Home stay มีคุณค่าโดดเด่นคู่ไปด้วย Home stay แบบไทยๆ หากจะให้เหมือนสากลใน ประเทศออสเตรเลีย อเมริกา เยอรมัน นั้นไม่ได้ เพราะวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ บ้านไทยไม่มีห้องพักส่วนตัวเหมือน ต่างประเทศ เวลาธิบดีก็ใช้ห้องโถง จึงหาความเป็นส่วนตัวไม่ค่อยได้

### Long stay

Long stay คือ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ตามความหมายจาก Long stay Foundation หมายถึง การพักผ่อนระยะเวลานานในต่างประเทศ ซึ่งไม่ใช่การอพยพย้ายถิ่น หรือไปมีถิ่นฐานที่ถาวรในต่างประเทศ ลักษณะโดยทั่วไปของ Long stay คือ

1. ต้องอาศัยอยู่เป็นระยะเวลานาน คือจะอยู่นานกว่าการอยู่ในต่างประเทศโดยทั่วไปแต่ต้องกลับมายังประเทศเดิมของตน
2. มีจุดมุ่งหมายที่จะทำกิจกรรมเพื่อเป็นการพักผ่อน
3. เน้นการอาศัยอยู่กับที่มากกว่าการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศคือการหาประสบการณ์ในต่างประเทศที่ไม่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน ในขณะที่ Long stay คือ การหาประสบการณ์ที่พบได้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะมีลักษณะที่เหมือนกับการใช้ชีวิตประจำวันในต่างประเทศ
4. ต้องมีหรือเช่าที่พักในต่างประเทศที่อยู่อาศัยในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่อยู่โรงแรมแบบนักท่องเที่ยวทั่วไป
5. ต้องมีเงินทุนในประเทศของตนเพียงพอที่จะอาศัยอยู่ในต่างประเทศ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับจากต่างประเทศ

กลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงานแล้ว กลุ่มนักเรียน นักศึกษาและเยาวชน เนื่องจากปัจจุบันมีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีตและปัจจุบันมี

การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ ให้มีการศึกษามากยิ่งขึ้น จึงทำให้กลุ่มผู้เกษียณอายุการทำงาน และกลุ่มนักศึกษาเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข กรมประชาสัมพันธ์ ทบวงมหาวิทยาลัย สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น

### ผลกระทบจากการท่องเที่ยว

โดยรวมผลกระทบจากการท่องเที่ยวคือ กระแสเงินตราและค่านิยมที่ผิดๆ จากการท่องเที่ยว ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งเพื่อเป็นฐานรากสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเป็นเกราะป้องกันกระแสความชั่ววอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลประโยชน์ในรูปแบบของเงินตราที่มากับการท่องเที่ยว เราเห็นตัวอย่างเรื่องการพัฒนาของประเทศมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาในด้านใดก็ตาม ผลลัพธ์สุดท้ายในด้านลบมักจะตกอยู่กับชุมชนท้องถิ่น แต่ด้านบวกซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของรัฐบาล กลับถึงมือชุมชนชนบท ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศค่อนข้างจำกัด เพราะกระบวนการของการพัฒนาเหล่านั้น ให้ความสำคัญหรือนำหนักกับการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมน้อยมาก และบางกรณีการมีส่วนร่วมที่เปิดให้ก็มักจะเป็นช่วงปลายของโครงการหรือใกล้จบโครงการแล้ว จนชุมชนไม่อาจจะเตรียมตัวเตรียมใจรับสถานการณ์ได้ทัน เพราะเนื่องมาจากขาดองค์ความรู้ ข้อมูล และทักษะ ที่พร้อมจะรับผลพวงอันเกิดจากการพัฒนาได้ แทนที่การพัฒนาจะเป็นประโยชน์ แต่กลับเป็นผลเสียแก่คนหมู่มากในชุมชน ซึ่งถือว่าการพัฒนาแบบไม่ยั่งยืน จะด้วยเหตุผลดังกล่าวหรือไม่ก็ตาม การประชุมระดับสุดยอดของโลก หรือที่เรียกว่า The World Summit on Environment and Development ที่กรุง Rio de Janeiro ประเทศบราซิล เมื่อปี ค.ศ.1992 ซึ่งจัดโดย UN ได้มีข้อสรุป เรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน และได้รวบรวมเป็นเอกสารชื่อ Agenda 21 ซึ่งภายในมีสาระระบุว่า ทำไมการพัฒนาต่างๆ ของสมาชิกองค์การสหประชาชาติ จะต้องกระทำภายใต้กรอบแนวคิดความยั่งยืน ชุมชนท้องถิ่น (ชุมชนรากหญ้า) ควรจะต้องมีบทบาทและหน้าที่อย่างไร กระบวนการวางแผนพัฒนาและดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแผน จะต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมอย่างไรและในเรื่องใดบ้าง รวมทั้งการติดตามประเมินผล

## การท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลายลักษณะขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว โดยทั่วไปประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ชีวภาพและทางสังคมหรือวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของคนในสังคม สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวและการดำรงชีวิตของคนที่อาศัยอยู่เพราะเป็นฐานของการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอันสำคัญยิ่ง

ดังนั้นการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อมจึงสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออกเปรียบเทียบ "ปากกับสัตว์ป่า" หรือ "ปลากับน้ำ" หากสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง เช่น อากาศเป็นพิษ น้ำเสีย การจราจรแออัด ระบบนิเวศของป่าถูกทำลาย ชายหาดสกปรกหรือปะการังเสื่อมโทรม ฯลฯ การท่องเที่ยวก็ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณนั้นก็จะมีคุณภาพชีวิตด้อยลง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ จะขาดรายได้ และการจ้างงานจะลดน้อยถอยลง ซึ่งทั้งหมดเป็นผลเสียต่อสังคมโดยรวม

ในอดีตที่ผ่านมา หลายประเทศในโลกเคยประสบปัญหาดังกล่าวมาแล้ว ประเทศไทยเองก็มีบทเรียนในเรื่องนี้ตามแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ซึ่งสาเหตุสำคัญเกือบทุกกรณีมักเกิดจากการพัฒนาสาธารณูปโภคสาธารณูปการและสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทสิ่งปลูกสร้าง สร้างเกินขอบเขตหรือกำลังความสามารถที่แหล่งท่องเที่ยวจะรับได้ ขาดการแบ่งโซนที่ถูกต้องเหมาะสม คำนึงถึงปริมาณนักท่องเที่ยวมากกว่าคุณภาพ และขาดการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและฐานทรัพยากร รวมไปถึงการไม่เคารพต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น โดยขาดการวางแผนและการจัดการที่ดี รายได้ซึ่งเกิดจากการท่องเที่ยวในแต่ละปี จึงไม่มากพอที่จะนำมาใช้ในการฟื้นฟูหรือบูรณะสิ่งแวดล้อมตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้

## Carrying Capacity

Carrying Capacity หรือ CC เป็นแนวคิดทางนิเวศวิทยา ที่สื่อให้ทราบว่าระบบนิเวศหนึ่ง ๆ นั้น มีความเปราะบางแตกต่างกัน หรือระบบนิเวศหนึ่ง ๆ มีระดับหรือขีดความสามารถทนทานต่อการพัฒนาหรือถูกกระทำในระดับใดระดับหนึ่งเท่านั้น หากเกินกว่านี้ระบบนิเวศจะได้รับผลกระทบกระเทือนและอาจถูกทำลายลงจนไม่อาจฟื้นกลับสู่สภาพเดิมได้อีก ทั้งนี้โดยพิจารณาจากปัจจัย ที่เป็นองค์ประกอบและโครงสร้างของระบบนิเวศเป็นบรรทัดฐาน

จากแนวคิดดังกล่าว นักวิชาการและผู้ปฏิบัติ จึงได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม Carrying Capacity ตรงกับภาษาไทยว่า “ขีดความสามารถในการรองรับได้” และเมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว จึงหมายถึงขีดหรือระดับของแหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรท่องเที่ยวที่สามารถรองรับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และปริมาณการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวสูงสุดได้โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบจนทำความเสื่อมโทรมหรือทำลายทรัพยากรท่องเที่ยวหรือตัวแหล่งท่องเที่ยว

ในทางปฏิบัติ CC มักมีมาตรวัดหรือตัวกำหนดเป็น “จำนวนนักท่องเที่ยวต่อช่วงเวลา” เช่น 1 แสนคน/ปี 2 หมื่นคน/เดือน 500 คน/คืน เป็นต้น แล้วแต่ว่าจะเลือกกำหนดหน่วยวัดอย่างไรอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ยกตัวอย่างกรณีอุทยานแห่งชาติภูกระดึง ซึ่งเคยมีผู้ศึกษาไว้ และกำหนดว่าขีดความสามารถในการรองรับได้ สำหรับการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวบนภูอยู่ที่ 1,800 – 2,500 คน/คืน หมายความว่า ภูกระดึงสามารถรองรับนักท่องเที่ยวเข้าพักผ่อนได้สูงสุดระหว่าง 1,800 คน/คืน และ 2,500 คน/คืน (ขึ้นอยู่กับฤดูกาลโดยมีปริมาณน้ำเป็นตัวแปรสำคัญ นอกเหนือไปจากองค์ประกอบทางธรรมชาติอื่น ๆ และขีดความสามารถ ในการจัดการของหน่วยงาน) หากนักท่องเที่ยวเข้าไปพักค้างแรมมากกว่าจำนวนที่ระบุข้างต้น แม้แต่เพียงเล็กน้อย การใช้ประโยชน์พื้นที่ของนักท่องเที่ยว และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับ จะสร้างความกระทบกระเทือนต่อองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งของระบบนิเวศ (เช่น การอัดแน่นตัวของดินบริเวณลานกางเต็นท์ เส้นทางเดินเท้า ฯลฯ) และอาจส่งผลกระทบไปถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกันตามธรรมชาติเป็นแบบลูกโซ่ (เช่น ทำให้น้ำไหลซึมลงดินได้น้อยจึงทำให้พืชพรรณบริเวณข้างเคียงขาดน้ำไม่เจริญเติบโตตามปกติ) จนอาจทำให้ระบบนิเวศธรรมชาติโดยรวมของภูกระดึงได้รับความเสียหายหรือถูกเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (เช่น ระบบนิเวศทุ่งหญ้าป่าสนลดความอุดมสมบูรณ์ลงและอาจทำให้สภาพภูมิทัศน์โดยรวมขาดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์)

นอกจากนี้ การที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวเกิน CC ที่กำหนด ยังก่อให้เกิดปัญหาผลกระทบต่าง ๆ ตามมา ตั้งแต่เรื่องขยะ น้ำเสีย แสง และเสียง ไปจนถึงทำให้เกิดความหนาแน่นของปริมาณนักท่องเที่ยว เกินขีดจำกัดด้านจิตวิทยา ทำให้คุณภาพประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยว ด้อยลงไม่เป็นที่ประทับใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแก่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบและสนใจเรียนรู้ระบบนิเวศตามธรรมชาติ อย่างเช่น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มว่าจะมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต

จากทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นแล้ว แนวคิดเกี่ยวกับ Carrying Capacity หากได้มีการนำไปศึกษากำหนดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบนิเวศเปราะบาง จะช่วยให้ผู้เป็นเจ้าของหรือผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว มีภาพหรือ scenario ที่ใช้เป็นกรอบทิศทาง และขอบเขตของการพัฒนา ทรัพยากรท่องเที่ยวบนฐานทางวิชาการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ยั่งยืน (sustainable tourism) ทั้งในเชิงคุณภาพ (quality) ความต่อเนื่อง (continuity) และความสมดุล (balance)

### การบริหารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เนาวรัตน์ (2545) ได้ศึกษาทักษะการทำงานของแรงงานภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน โดยพิจารณาทั้งในระดับกลุ่มประชาคมและระดับปัจเจกบุคคลจังหวัดน่าน เชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน มีการจัดเวทีเพื่อผลักดันให้เกิดความร่วมมือพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่พึงประสงค์ พบว่าประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอาชีพหรือแหล่งรายได้เสริม มีทุนทางระบบนิเวศ (ecology capital) ทุนทางสังคมวิถีชีวิตวัฒนธรรม (social and cultural capital) เป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยว ผวนวกเข้ากับการมีทุนมนุษย์ (human capital) ในบางด้าน เช่น ด้านอรรถศาสตร์ที่ดึงดูด ประกอบเป็นเงื่อนไขให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นและดำรงอยู่ในชุมชนท่องเที่ยววนั้น ๆ



ประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ในชุมชน ยังขาดจุดเน้นโดยแน่ชัดว่าจะจัดการท่องเที่ยวในแนวทางที่มุ่งปริมาณนักท่องเที่ยวและ รายได้จากการท่องเที่ยว หรือจะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวในกระแสทางเลือก (alternative tourism) ที่ มุ่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สร้างความสมดุลระหว่างรายได้กับการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ระบบ นิเวศ รวมทั้งการสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

แนวทางการพัฒนาทักษะที่ควรเกิดขึ้นคือ การสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มประชาคม ทั้งในด้านองค์กร (civic organization) ด้านสำนึกสาธารณะ (civic consciousness) และเครือข่าย ขององค์กรประชาคม (civic network) พัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันในแนวราบภายใต้ความ ไว้วางใจต่อกัน (trust) มากขึ้น ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน การจัดให้มี กองทุนพัฒนาทักษะแรงงานด้านการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาทั้งใน ระดับชาติและระดับท้องถิ่น

พันธกิจของการท่องเที่ยวชุมชน โดย สกว. กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยว บนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการ ท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุน หรือปัจจัย ในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงานตั้งแต่ การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุป บทเรียน โดยเน้นให้เกิดความยั่งยืน ผู้คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ตลอดจน คำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ

โดยสนับสนุนการสร้างความรู้เพื่อพัฒนาโครงสร้างและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ นำไปสู่การกำหนดนโยบายและแผนการท่องเที่ยวระดับมหภาคและพื้นที่ ที่จะเกิดประโยชน์กับ ประเทศและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น โดยเชื่อมโยงกับการสร้างความรู้ของท้องถิ่นในด้าน ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความหลากหลายทางชีวภาพ โบราณสถาน โบราณวัตถุ รวมทั้งการ จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีทางเลือกในการพัฒนาตนเองและจัดการใช้ ประโยชน์จากทรัพยากรของท้องถิ่นสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวได้สร้างรายได้หมุนเวียนให้กับประเทศไทยมีมูลค่านับแสนล้านบาท โดยในปี 2551 รัฐบาลตั้งเป้ารายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 700,000 ล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยว 20 ล้านคน พร้อมมีนโยบายทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเอเชีย (tourism of ASIA) หวังทำกำไรกับโครงการอันซีนไทยแลนด์ที่บูมไปก่อนหน้านี้ (นสพ.ข่าวสด, 18 พฤศจิกายน 2549)

เป้าหมายรายได้ดังกล่าว เพิ่มขึ้นเกือบสามเท่าจาก 10 ปีที่แล้ว (ในปี 2541 มีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 242,000 ล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 7 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product, GDP) ในขณะนั้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545 อ้างใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548))

อย่างไรก็ตามที่ผ่านมากการท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบจากการหวังผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง ทำให้มีผลกระทบต่อชุมชนในท้องถิ่นทั้งวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดการการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังขาดมาตรฐานคุณภาพรูปแบบที่เหมาะสม ขาดความตระหนักรู้ ขาดความรู้ความเข้าใจ ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน และขาดความร่วมมือของทุกภาคส่วนทั้งราชการ องค์กรเอกชน และประชาชน กรณีการท่องเที่ยวนี้ยังต้องรวมไปถึงนักท่องเที่ยวอีกด้วย

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ชุมชนต้องมีความพร้อมในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว มีความรู้ความเข้าใจ หรือตระหนักในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของท้องถิ่น ให้มีการพัฒนาอย่างมีทิศทางและเท่าทันกระแสทุนกระแสการท่องเที่ยวจากภายนอกให้เป็นการต่อยอดจากอารยธรรมดั้งเดิมในท้องถิ่นให้ได้

นอกจากประชาชนแล้ว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบันมีบทบาทหน้าที่สำคัญมาก ดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่น ไม่ปล่อยให้มีการก่อสร้างบดบังภูมิทัศน์ปูชนียสถานหรือสถานที่สำคัญ หรือการก่อสร้างในรูปแบบที่ไม่สอดคล้องกับศิลปกรรม ตลอดจนการบุกรุกที่สาธารณะหรือพื้นที่ป่าไม้ เป็นต้น สำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้อาจจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือขององค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีพื้นที่แหล่งทรัพยากรต่อเนื่องกัน

ด้วย เช่น พื้นที่ป่าไม้ การสร้างถนน คูคลอง เป็นต้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการบริหารจัดการ ที่ต้องการความยั่งยืน จำเป็นต้องมีการวางแผนทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวที่เป็น ระบบเช่นเดียวกับการบริหารงานอื่นๆ ไม่ว่าจะโดยชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือ องค์กรราชการส่วนกลาง ร่วมกันกับองค์กรเอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวแต่ละ พื้นที่ โดยอยู่บนพื้นฐานข้อมูลที่ถูกต้องร่วมกัน มีการบูรณาการความคิดเห็นร่วมกันนอกจาก การบูรณาการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมกันแล้ว อำนาจหน้าที่ตามระเบียบกฎหมายก็มีความสำคัญที่ ต้องพิจารณาเช่นกัน คือ ขอบเขตอำนาจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการดูแล ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม การส่งเสริมฝึกรอบรมให้ประชาชนและเยาวชนตระหนักใน คุณค่าหรือมีความรู้ความสามารถเป็นมรดกเทศกท้องถิ่น ขอบเขตอำนาจขององค์กรส่วนกลาง ด้านทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน การจัดการท่องเที่ยว จะมีส่วนสนับสนุนส่งเสริมหรือ กระจายอำนาจให้แก่ประชาชนหรือองค์กรส่วนท้องถิ่นได้อย่างไรบ้าง ทั้งนี้ให้อยู่บนพื้นฐานการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างแท้จริง ตามนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา, 2548) ได้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้เร่งพัฒนา บูรณะ พื้นฟู มรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการ รักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญคือให้เพิ่มความ หลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมโดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และให้ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และ การพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับวิสัยทัศน์และพันธกิจของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548) กล่าวว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะ "เป็นองค์กรหลักที่นำประเทศไทยไปสู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเอเชียอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ให้สามารถกระจายรายได้แก่ชุมชนอย่างทั่วถึง โดยเน้นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมอันดีงามของไทย..." โดยดำเนินการดังนี้

1. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการท่องเที่ยว การกีฬา ด้วยการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ

2. บูรณาการ และประสานการดำเนินการกิจด้านการท่องเที่ยวและกีฬาเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับทุกภาคส่วนให้สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน

3. เสริมสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาค และระดับโลก

ดังนั้นโดยนัยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากำหนดให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว ให้ตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน และมีความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาคและระดับโลกได้ โดยการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีส่วนที่ต้องดำเนินการ 2 ประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. พัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม แต่ต้องระวังรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

2. บูรณาการและประสานการดำเนินการกิจเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับทุกภาคส่วน โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชน และเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและจัดเป็นรูปแบบสหกรณ์การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2538-2539 โดยครอบคลุมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี โบราณวัตถุ วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรรวมทั้งแหล่งธรรมชาติต่าง ๆ

ปัจจุบันรัฐบาลได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวไทย 2547-2549 ซึ่งได้วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย โดยให้ปรับตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวไทยสู่ตลาดคุณภาพสูง (More for More) หรือพัฒนการท่องเที่ยวไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดด้วยราคาถูก (More for Less) ซึ่งมีต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมสูง จึงให้พัฒนการท่องเที่ยวไทยเข้าสู่ตลาดการท่องเที่ยวคุณภาพโดยปรับเปลี่ยน ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ยุทธศาสตร์การพัฒนาลินค้าและบริการ (Market Offerings) การปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry Redefined) ด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาลินค้าและบริการ คือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมและความสนใจเฉพาะ ซึ่งจัดในกลุ่ม 4 เช่น

- 1) MICE
- 2) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ – spa, meditation, physical check-up
- 3) LONG STAY
- 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา – กอล์ฟ ดำน้ำ
- 5) ช้อปปี้ง
- 6) Cruise
- 7) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 8) อาหารไทย
- 9) Wedding/Honeymoon
- 10) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา
- 11) ศูนย์กลางการถ่ายทำภาพยนตร์
- 12) กิจกรรมประเพณีหลัก (Major Events) –สงกรานต์ ลอยกระทง วิสาขบูชา
- 13) Eco tourism and Soft Adventure

และในยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการ กลุ่ม 5 คือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นควรได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสำหรับการปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Strategic Intent / Thrust) มีแนวทางคือ

- 1) ขยายขอบเขตพื้นที่ท่องเที่ยว (Geographical Boundary)
- 2) เปลี่ยนจุดเน้นอุตสาหกรรมใหม่ (Industry Refocus)
- 3) กำหนดยุทธศาสตร์และการจัดการ (Strategy & Management)
- 4) แบ่งภาระและการรับผิดชอบใหม่ (Division of Role & Responsibility)
- 5) การปรับบทบาทองค์การบริหาร (Restructure)

ซึ่งจะนำไปสู่แนวคิดการขยายพื้นที่ท่องเที่ยว การเพิ่มบทบาทในการบริหารจัดการระดับพื้นที่ขององค์กรท้องถิ่น ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและฟื้นฟูทรัพยากรหลัก และแบ่งภาระความรับผิดชอบให้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย 2547-2549, อ้างใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548)

#### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่าง (top-down theories of implementation) เน้นความสามารถของผู้กำหนดนโยบายที่จะกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบายให้ชัดเจนและควบคุมการนำนโยบายไปปฏิบัติ ทฤษฎีนี้เริ่มจากสมมติฐานที่ว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเริ่มต้นมาจากการตัดสินใจของรัฐบาลกลาง ทฤษฎีนี้ได้รับอิทธิพลจากการวิเคราะห์ระบบ เน้นที่กล่องดำที่อยู่ตรงกลาง และถือว่านโยบายมีผลต่อผลลัพธ์โดยตรง และมักไม่สนใจผลกระทบของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติที่มีต่อการให้บริการตามนโยบาย การศึกษาตามแนวนี้จะมองว่านโยบายเป็นปัจจัยนำเข้า (inputs) และการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นผลผลิต (outputs) เพราะเหตุนี้แนวนี้ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจกำหนดนโยบาย บางครั้งจึงถูกมองว่าเป็นแนวการศึกษาที่เน้นบทบาทการใช้อำนาจของผู้นำ ผลงานของนักวิชาการที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ งานของเพรสแมน (Pressman) และวิลดาฟสกี (Wildavsky)

ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากล่างขึ้นบน (bottom-up theories of implementation) เน้นผู้ปฏิบัติระดับพื้นที่ในฐานะผู้ให้บริการและมองการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการ ต่อรองที่เกิดในเครือข่ายของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นช่วงปลายทศวรรษ 1970 ถึง ทศวรรษ 1980 เนื่องจากต้องการตอบโต้ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่าง งานหลาย ชิ้นในทฤษฎีนี้แสดงให้เห็นว่าผลลัพธ์ทางการที่เกิดขึ้นไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ ของนโยบาย และการเชื่อมโยงเชิงสาเหตุและผลตามความเชื่อของทฤษฎีจากบนลงล่างขั้นนั้นก็ อาจไม่เป็นจริงด้วย นักทฤษฎีในกลุ่มนี้สนใจศึกษาสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในระดับของการให้บริการ และสาเหตุที่แท้จริงที่มีผลต่อการปฏิบัติในระดับล่าง วิธีการศึกษาจะเริ่มจากระดับล่าง โดยระบุ ว่าเครือข่ายของตัวแสดงในการให้บริการที่แท้จริงเป็นอย่างไรทฤษฎีนี้จะปฏิเสธแนวคิดที่ว่า นโยบายเริ่มมาจากระดับบนและส่งนโยบายลงมาให้ผู้ปฏิบัติเพื่อปฏิบัติตามระดับบนให้มากที่สุด แต่มองว่าการใช้ดุลพินิจในการให้บริการระดับล่างเป็นปัญหาที่แท้จริงมากกว่า ผลงาน นักวิชาการที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ ลิปสกี (Lipsky)

ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติแบบผสม (hybrid theories of implementation) ทฤษฎีการนำ นโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่างและล่างขึ้นบนเป็นประเด็นโต้แย้งทางวิชาการอยู่หลายปี นักวิจัย หลายคนจึงพยายามสังเคราะห์ทฤษฎีทั้งสองเข้าด้วยกันเช่น เอลมอร์ (Elmore) ปี ค.ศ. 1985 ซา บาเตียร์ ปี ค.ศ. 1986 และก็อกกิน (Goggin) และคณะเมื่อปี ค.ศ. 1990 ทฤษฎีผสมนี้รวมเอา องค์ประกอบทั้งสองฝ่ายเข้าด้วยกันเพื่อปิดจุดอ่อนของแต่ละฝ่าย เช่น ทฤษฎีบนลงล่างเน้นการ เริ่มต้นจากข้างบน มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างทฤษฎีทั่วไป ยึดถือตามแนวกระบวนการและขั้นตอน นโยบาย เน้นการนำการตัดสินใจระดับบนไปปฏิบัติ ยึดประชาธิปไตยแบบตัวแทนหรือตัวแบบ ผู้นำ ส่วนทฤษฎีล่างขึ้นบนเริ่มต้นจากล่างและขยายออกไปทางข้าง มีจุดมุ่งหมายที่จะพรรณนา และอธิบายปฏิกริยาของตัวแสดงในการให้บริการถือว่าขั้นการนำนโยบายไปปฏิบัติแยกไม่ออก จากขั้นการก่อรูป หรือยึดตามหลักการหลอมรวม(fusionist model) มากกว่าจะกระจายออกไป นอกจากนั้นยังปฏิเสธขั้นตอนของนโยบาย โดยถือว่าไม่มีทางที่ระดับบนจะคุมระดับล่างได้หมด เพราะระดับล่างมีดุลพินิจและผลประโยชน์เป็นของตัวเอง ส่วนด้านประชาธิปไตยนั้น ทฤษฎีล่าง ขึ้นบนยึดประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมนอกจากผู้นำแล้วยังต้องคำนึงถึงเจ้าหน้าที่ระดับท้องถิ่น ภาคเอกชนและกลุ่มเป้าหมายด้วยการผสมตามทฤษฎีใหม่ข้างต้น ทำให้เกิดแนวทางบูรณาการ ขึ้นมาจำนวนมาก เช่นงานของชาร์ฟ (Scharpf)

( Randall B.Ripley และ Grace A.Frankin 1982 : 199-200 ) ศึกษา ความสำเร็จของการ

นำนโยบายไปปฏิบัติ คือ การนำนโยบายไปปฏิบัติที่ให้ผลการปฏิบัติที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบายระยะสั้น และมีทิศทางที่จะช่วยให้เกิดผลกระทบของนโยบายในส่วนที่ต้องการได้ในระยะเวลาที่ต้องการ ในขณะที่ความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ ความไม่สามารถนำนโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายของนโยบายได้ตามที่ต้องการ การวัดความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีแนวทางการวัดที่แตกต่างกันออกไปอย่างน้อย 3 แนวทาง คือ

แนวทางที่ 1 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถวัดได้จากระดับของความร่วมมือที่ผู้รับนโยบายไปปฏิบัติต่อผู้ออกคำสั่งหรือผู้กำหนดนโยบาย ถ้าระดับความร่วมมือมีสูงระดับความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติก็มีสูงตามไปด้วย และในทางกลับกันถ้าระดับความร่วมมือมีต่ำก็ย่อมหมายความว่าระดับความล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีสูง

แนวทางที่ 2 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถพิจารณาได้จากเงื่อนไขที่ว่า ได้มีการบรรลุการปฏิบัติตามนโยบายนั้นตามภาระหน้าที่ขององค์การที่รับผิดชอบด้วยความราบรื่นและปราศจากปัญหา ถ้าการปฏิบัติตามนโยบายใดเต็มไปด้วยความขัดแย้งหรืออุปสรรคขัดข้องเกิดขึ้นมากเท่าไร ระดับของความล้มเหลวก็น่าจะมีสูงขึ้นไปเท่านั้น

แนวทางที่ 3 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถพิจารณาได้จากการที่นโยบายนั้นได้ก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานในระยะสั้น ( short performance ) และก่อให้เกิดผลกระทบ ( impact ) ตามที่พึงปรารถนาหรือไม่

กาประเมินระดับความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ควรพิจารณาจากผลการปฏิบัติในระยะสั้นว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้เพียงใด การประเมินความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถทำได้ในระหว่างที่นโยบายยังอยู่ในกระบวนการของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ในลักษณะของการประเมินเพื่อหาทางแก้ไขปัญหามากกว่าการประเมินเพื่อรู้ผลทั้งหมดของโครงการซึ่งต้องใช้ระยะเวลาจนกว่าข้อมูลทางด้านผลกระทบจะพร้อม

นุชนาถ ว่องธวัชชัย ( 2539 ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าออกประเทศ และมีผลต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของธุรกิจย่อยต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับตลาดการท่องเที่ยว และเตรียมกิจกรรมเพื่อแก้ไขสภาวะการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่



#### ปัจจัยทางเศรษฐกิจ( Economic Factor )

สภาวะประชากรโดยรวมมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อขาย การท่องเที่ยว สภาพเศรษฐกิจที่ดีหรือกำลังเจริญเติบโตย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศเดินทาง วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การประชุม การศึกษาหรือแม้แต่การพักผ่อน

#### ปัจจัยทางด้านประชากร( Demographic Factor )

ลักษณะของประชากรโดยรวมมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อขาย การท่องเที่ยวถึงแม้จะไม่มีอิทธิพลทางตรงที่เด่นชัดอย่างปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นแต่ ลักษณะประชากรกำหนดแนวทางและรูปแบบของตลาดว่าควรเน้นที่จะผลิตในรูปแบบใด ลักษณะประชากรที่กล่าวถึงนี้ ได้แก่ สถานภาพสมรส อายุ การศึกษา รายได้ และ ประสบการณ์

#### ปัจจัยทางภูมิศาสตร์( Geographic Factor)

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศผู้อุปโภคมีผลกระทบต่ออุปสงค์ของธุรกิจนำเข้า และเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางที่ผู้อุปโภคต้องการไป

#### ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ( Socio – cultural factor )

รูปแบบของวัฒนธรรมและทัศนคติของคนในสังคมที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อ ผู้บริโภคหรือลูกค้าว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ่อยครั้งเพียงใด

#### ปัจจัยทางการเมือง( Political Factor)

นโยบายทางการเมือง สภาการณ์ทางการเมือง และกฎเกณฑ์ทางการเมืองของโลกและต่างประเทศ เป็นปัจจัยที่กำหนด และเบี่ยงเบนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเทศใดก็ตามที่มีสภาการณ์ทางการเมืองที่ไม่มั่นคง หรือกำลังเปลี่ยนแปลงย่อมทำให้ผู้ อุปโภครู้สึกไม่ปลอดภัยหรือหวาดเสียวต่อการเดินทาง จึงมีผลทำให้จำนวนผู้เดินทางและปริมาณ การซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวลดลง

#### ปัจจัยสื่อมวลชน( Media Factor)

สื่อมวลชนไม่ว่าโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารมีบทบาทอย่างยิ่งต่อ ผู้อุปโภคการตัดสินใจในการมาซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพราะสื่อมวลชนเหล่านี้จะ ถ่ายทอดข่าวสารทางการเมืองท่องเที่ยวสู่ประชาชน และในขณะเดียวกันก็สามารถกำหนดภาพพจน์ ของผู้ประกอบการและสถานที่ต่าง ๆ

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย(TDRI) ( 2537) ศึกษาศักยภาพการ  
ท่องเที่ยวไทยผลจากการศึกษาสรุปว่า ไทยมีความได้เปรียบในเรื่องการจัดการในระดับย่อยที่  
ดีกว่า ประเทศอื่นๆโดยเฉพาะในเรื่องสายการบิน แต่เสียเปรียบในเรื่องการจัดการในภาพรวม  
 อาทิเช่น ปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาโรคเอดส์ และปัญหาความ  
ปลอดภัย นอกจากนี้ยังมองว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญกับการเพิ่มปริมาณ  
นักท่องเที่ยวมากกว่าเพิ่มคุณภาพ และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวมิได้กระจายอย่างทั่วถึง  
และเท่าเทียมกัน

เพียงจันทร์ ลิขิตเอกราช ( 2535) ศึกษาเรื่องการกระจายรายได้การ  
ท่องเที่ยว: กรณีศึกษางานไม้ดอกไม้ประดับเชียงใหม่ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผลประโยชน์จาก  
การส่งเสริมการท่องเที่ยวมิได้กระจายไปอย่างทั่วถึง ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้รับรายได้ส่วน  
ใหญ่จากงานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับนี้โดยที่ให้การสนับสนุนเพียงเล็กน้อย นอกจากนี้ผู้ศึกษา  
ยังได้ทำการศึกษาถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มา  
เชียงใหม่จาก 3 ปัจจัย คือ สิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว สิ่งลดความดึงดูดใจ และความพึง  
พอใจของนักท่องเที่ยวต่อสาธารณูปโภคต่างๆ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภททิวทัศน์ ธรรมชาติ  
เป็นสิ่งดึงดูดใจมากที่สุดของนักท่องเที่ยว รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน สิ่ง  
ลดความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากที่สุดคือ ปัญหามลภาวะ รองลงมาคือ  
ปัญหาการจราจร และปัญหาโรคเอดส์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ปัญหาความสกปรก  
รองลงมาคือ ปัญหาการจราจร และปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไม่เพียงพอ สำหรับ  
ความพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสาธารณูปโภคพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยพอใจใน  
ระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศพอใจในระดับพอใช้

เดือนรัตน์ รัตนศิริ ( 2533 ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเผยแพร่ข่าวสารของ  
สื่อประเภทต่างๆปัจจัยที่ผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัย  
พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง  
เหนือจากสื่อบุคคล รองลงมาได้รับจากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ตามลำดับ และเมื่อ  
เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ของการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภท  
กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลปรากฏว่าไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยต่างๆที่มี  
ผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น จากผลการวิจัยปรากฏว่า การเปิดรับสื่อบุคคล และการ  
ติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกมีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง  
เหนือ ในทิศทางเดียวกัน การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง  
เหนือในทางลบ ส่วนการปิดรับสื่อมวลชน ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และฐานะทางเศรษฐกิจ  
ไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ ( 2532 ) ศึกษาเรื่องการกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า นอกจากสื่อมวลชนจะมีความสำคัญต่อการนำข่าวสารไปสู่นักท่องเที่ยวแล้ว ปรากฏว่า สื่อระหว่างบุคคล มีอิทธิพลมากต่อการจูงใจนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะสื่อระหว่างบุคคลที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ การพูดคุยอย่างเป็นกันเองและเป็นส่วนตัว มีผลให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น

ทัศนัย สุนทรวิภาค ( 2532 ) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทย ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยกับสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทย และ ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทย

สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ ( 2531 ) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่าเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข่าวสารประเภทต่าง ๆ จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลกับทัศนคติ ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้วปรากฏ ว่าทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปริมาณการเปิดรับ ข่าวสารประเภทเกร็ดความรู้และสารคดีจากโทรทัศน์ และประเภทข่าวสารบ้านเมืองจากสื่อบุคคลส่วนผลประโยชน์ที่ครอบครัวได้รับการประกอบกิจการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ( 2530 ) ศึกษาประสิทธิภาพของสื่อในด้านการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่ประชาชนโดยการประเมินผลโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2530 ในรอบ 6 เดือน ( ม.ค. - มิ.ย. ) ซึ่งทำใน 5 จังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวได้แก่ เชียงใหม่ สงขลา ภูเก็ต ชลบุรี และขอนแก่น พบว่าในเรื่องการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเวลานั้น สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นปลิว และป้ายโฆษณา มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคล โดยวิทยุ และโทรทัศน์ มีบทบาทมากที่สุด ประมาณร้อยละ 38.31 ของสื่อทั้งหมด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ประมาณ ร้อยละ 28.48

ชมภารี ชมพรัตน์ ( 2539 ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลการนำพระราชบัญญัติ

คummings ผู้ประสพภัยจากรถ พ.ศ.2535 ไปปฏิบัติ : กรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลของการศึกษาปรากฏว่าปัจจัยส่วนบุคคลทุกปัจจัยไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการนำพ.ร.บ.ฯไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกับความสำเร็จของการนำพ.ร.บ.ฯไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ คือ งบประมาณ ปริมาณบุคลากรที่ให้บริการสภาวะทางเศรษฐกิจ และ สภาวะทางสังคม

ทศพล ขำจิตรสุทธิ และคณะ ( 2537 ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพของการนำนโยบายคummings ผู้ประสพภัยจากรถไปปฏิบัติและทราบการรับรู้ของ ประชาชน และผู้เกี่ยวข้อง กับ นโยบาย พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการนำ นโยบายคummings ผู้ประสพภัยจากรถไปปฏิบัติ 9 ประการได้แก่ สมรรถนะของหน่วยปฏิบัติ มาตรฐานและวัตถุประสงค์ กระบวนการติดต่อสื่อสาร กิจกรรมเพื่อการบังคับใช้มีผล ความสามารถในการเจรจาต่อรอง การสนับสนุนจากภายนอก ความเข้าใจในสภาพความเป็นจริง การยอมรับและการสนับสนุนของบุคคลกร และ การสนับสนุนของผู้ใช้บริการ พบว่า ปัจจัยทั้ง 9 ปัจจัยมีความสัมพันธ์ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับสูงยกเว้นปัจจัย ด้านการสนับสนุนจาก ภายนอก และ การสนับสนุนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก เจ้าหน้าที่ของรัฐ พนักงานบริษัทประกันภัย และ ประชาชน มีการรับรู้เกี่ยวกับนโยบายคummings ผู้ประสพภัย แตกต่างกัน กลุ่มประชาชนที่มีรถและไม่มียรถ มี การรับรู้เกี่ยวกับผลการนำนโยบายคummings ผู้ประสพภัยจากรถยนต์ไป ปฏิบัติไม่แตกต่างกัน

กิตติ บุญนาค ( 2536 ) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การนำนโยบายภาษีมูลค่าเพิ่มไป ปฏิบัติ : การศึกษาวิเคราะห์เชิง ปรากฏการณ์ในธุรกิจโรงแรม สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพล ต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติได้แก่ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ ของ นโยบายการกำหนดภารกิจและมอบหมาย การประชาสัมพันธ์ มาตรการควบคุม ประเมินผล และ การกระตุ้นส่งเสริมสมรรถนะของหน่วยปฏิบัติการสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้ประกอบการและ ประชาชน

เทพศักดิ์ บุญรัตนพันธุ์ ( 2536 ) ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพของการนำ

นโยบายให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติโดยเปรียบเทียบระหว่างหน่วยงานต่างๆ ผลของการศึกษาพบว่า

1. ความพร้อมของทรัพยากร ความซับซ้อนของโครงสร้าง ความชัดเจนในเป้าหมายของนโยบายและการมีส่วนร่วมของผู้รับบริการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติในมิติของความพึงพอใจของผู้รับบริการ และ มิติของความเสมอภาคในการให้บริการ

2. ความชัดเจนในเป้าหมายของนโยบายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจของเจ้าหน้าที่การ มีส่วนร่วม ของผู้รับบริการ และความตั้งใจของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการแก่ประชาชน

3. ความชัดเจนในเป้าหมายของนโยบายความซับซ้อนของ โครงสร้างและ ความพร้อมของทรัพยากร มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติในมิติของความรวดเร็วในการให้บริการ

4. ความชัดเจนในเป้าหมายของนโยบายมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติในมิติของความเป็นธรรม

มีฉวาท สุวรรณเรือง ( 2536 ) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานวิจัยปฏิบัติการ เกี่ยวกับการนโยบายป้องกันปราบปรามทุจริตเลือกตั้งของโครงการ ท.ม.ก. ไปปฏิบัติในระดับพื้นที่ที่อยู่ในสถานการณ์ของการรณรงค์เลือกตั้ง จากการศึกษาพบว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติของ ท.ม.ก. นั้นมีประสิทธิผลค่อนข้างต่ำทั้งปริมาณและคุณภาพ ทั้งเป้าในการรับรู้และเป้าพฤติกรรม นั่นคือ

- ขาดความชัดเจนในวัตถุประสงค์ของนโยบาย
- ขาดประสิทธิภาพในการบริหารนโยบาย ในส่วนของการสื่อสารและสื่อข้อความ การเพิ่มศูนย์รับแจ้งเบาะแสในท้องถิ่นการวิเคราะห์และสืบเสาะเบาะแสที่แจ้งการระดมส่วนรวมหรือความร่วมมือของประชาชน การนำพาสู่กระบวนการของระบบราชการ การให้หลบภัย การสร้างความอุ่นใจ แก่ประชาชน การปล่อยขั้วประชาชน การติดตามเรื่องและการเยี่ยมเยียนประชาชน

- ขาดแคลนบุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินงานตามนโยบาย

กล้า ทองขาว (2534) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ : กรณีศึกษานโยบายรณรงค์เพื่อการรู้หนังสือแห่งชาติโดยความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติซึ่งเป็นตัวแปรตาม พิจารณาจาก ระดับการบรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบาย การนำไปใช้ประโยชน์โดยตรงของกลุ่มเป้าหมาย ความต่อเนื่องของการปฏิบัติงาน การนำวิธีเดิมไปใช้ ผลการศึกษาปรากฏว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยตัวแปรอิสระเรียงตามลำดับความสัมพันธ์จากมากไปน้อย ดังนี้ การสนับสนุนจากส่วนกลาง การกำหนดภารกิจและมอบหมายงาน ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ มาตรการควบคุมประเมินผลและการกระตุ้นส่งเสริม เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบาย

อุไรวรรณ พันธุ์ประพันธ์ ( 2532 ) ได้ศึกษาการวิเคราะห์นโยบายการคุ้มครองสวัสดิภาพเด็ก ผลงานวิจัยสรุปได้ดังนี้ นโยบายการคุ้มครองสวัสดิภาพเด็กขาดความชัดเจน สภาพแวดล้อมทางการเมือง ทางสังคม การประสานงานระหว่างหน่วยงาน และภาวะผู้นำของบริหารหน่วยงาน ตลอดจนความร่วมมือของเด็กที่มีปัญหา ความประพฤติในการมารับคำปรึกษา แนะนำจากพนักงาน เจ้าหน้าที่ และความร่วมมือของบิดา มารดา หรือผู้ปกครองของเด็กในการเปลี่ยนท่าที และวิธีปฏิบัติต่อเด็กเท่านั้น ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเด็กกลุ่มนี้ ทศนคติของเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์และข้าราชการตำรวจต่อหน่วยงานและผู้บริหารหน่วยงานมีความแตกต่างกัน แต่ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของงานที่ปฏิบัติ

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัย ประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติกรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ.กระบี่ เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย ( Descriptive Research ) มุ่งศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ใช้แบบสอบถาม ( Questionnaires ) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อใช้สอบถามกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัย โดยในบทนี้จะนำเสนอถึง วิธีการและขั้นตอนต่างๆในการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูล
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องที่ใช้ในการศึกษา
4. วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บและรวบรวมข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ข้อมูล ( Data )

- 1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ( Primary Data ) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างจากหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มตัวอย่างจากหน่วยงานภาคเอกชน
- 1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ( Secondary Data ) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร( Documentary ) เพื่อนำมาอ้างอิงประกอบการวิจัยโดยทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ คือ เอกสารทางวิชาการ หนังสือ วารสาร บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และ ผลงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งระเบียบกฎหมายต่างๆ

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เรื่อง ประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ.กระบี่

**ประชากร(Population)** คือ บุคลากรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติโดยตรง ได้แก่

หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง  
ตำรวจท่องเที่ยว และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานกระบี่

หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ประกอบการ  
ร้านค้า และ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา

ตาราง 1 ประชากรของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ. กระบี่

หน่วยงานภาครัฐ/ ภาคเอกชน	ประชากร ( คน )
<b>หน่วยงานภาครัฐ</b>	<b>121</b>
องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	103
ตำรวจท่องเที่ยว	11
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่	7
<b>หน่วยงานเอกชน</b>	<b>520</b>
ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	150
ผู้ประกอบการร้านค้า	250
ผู้ประกอบการธุรกิจสปา	120
<b>รวม</b>	<b>641</b>

ที่มา : ฝ่ายบุคคล องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ( ข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2552 ),สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวกระบี่ (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2553), การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ (ข้อมูล ณ วันที่ 24 มกราคม 2554 ) , สำนักปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ( ข้อมูล ณ วันที่ 17 มกราคม 2554 )



กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ บุคลากรที่สังกัดหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 47คน และ บุคลากรภาคเอกชน จำนวน 201 คน รวมกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 248 คน ดังตาราง 2

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มใช้ ตารางสำเร็จรูปโดยใช้สูตรของยามาเน่ เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ จึงใช้การสุ่มแบบโควตา ( Quota Sampling ) โดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

$$\frac{nh}{N} = n \times \frac{Nh}{N}$$

- โดย N = ขนาดของประชากร  
n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ  
Nh = จำนวนของประชากรแต่ละกลุ่ม  
nh = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะสุ่ม

ตาราง 2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ. กระบี่

หน่วยงานภาครัฐ/ ภาคเอกชน	ประชากร ( คน )
หน่วยงานภาครัฐ	47
องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	40
ตำรวจท่องเที่ยว	4
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่	3
หน่วยงานภาคเอกชน	201
ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	58
ผู้ประกอบการร้านค้า	97
ผู้ประกอบการธุรกิจสปา	46
รวม	248

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้คือ แบบสอบถาม ( Questionnaires ) มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (close - ended question ) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป หรือ สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ ( Check List ) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการทำงาน หน่วยงาน ลักษณะงานที่ปฏิบัติ จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ( Rating Scale ) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert Scales คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยกำหนดค่าของคะแนนดังนี้

5	หมายถึง	มีความเห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	มีความเห็นด้วย
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

## วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร บทความ วารสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมาปฏิบัติ
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามในด้านเทคนิค วิธีการรูปแบบการสร้างแบบสอบถามและกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดของการวิจัย
3. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถามตามขอบข่ายการวิจัย
4. นำเครื่องมือที่สร้างเสร็จแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบ พร้อมขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข
5. นำแบบทดสอบที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ ( Try out ) กับประชากร จำนวน 30 คน นำข้อมูล ที่ได้จากการทดลองใช้เครื่องมือหาค่าความเชื่อมั่น ( Reliability )
6. ปรับปรุงแก้ไขให้เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมต่อไป

## เกณฑ์การแปลความหมาย

ในการศึกษาประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ.กระบี่ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

4.21 - 5.00	หมายถึง	ความคิดเห็นของการนำนโยบายไปปฏิบัติมีมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	ความคิดเห็นของการนำนโยบายไปปฏิบัติมีมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	ความคิดเห็นของการนำนโยบายไปปฏิบัติมีปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	ความคิดเห็นของการนำนโยบายไปปฏิบัติมีน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	ความคิดเห็นของการนำนโยบายไปปฏิบัติมีน้อยที่สุด

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขออนุญาตรับรองจากหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
2. ส่งแบบสอบถามจำนวน 248 ชุดไปยังหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ระบุในกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่กำหนด
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
4. ตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 16 (Statistical Product and Service Solution ) ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติร้อยละ ( Percentage )
2. ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ( Mean ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( Standard Deviation )
3. ข้อมูลในการเปรียบเทียบประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ.กระบี่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่า  $t$  - test ( Independent sample  $t$  - test )

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ
- ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง
- ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชนกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง
- ตอนที่ 5 ผลการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการ นำ

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	ขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ( Sample )
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย ( Mean )
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( Standard deviation )
t	แทน	ค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐาน Sig ( Significant )

ตอน 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป

สถานภาพทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	119	48.0
หญิง	129	52.0
<b>รวม</b>	<b>248</b>	<b>100.0</b>
20 - 25 ปี	12	
	58	4.8
26 - 30 ปี	97	23.4
31 - 35 ปี	38	39.1
36 - 40 ปี	38	15.3
41 - 45 ปี	5	15.3
46 - 50 ปี		2.0
<b>รวม</b>	<b>248</b>	<b>100.0</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาตอนต้น	17	6.9
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	48	19.4
อนุปริญญาหรือปวส.	6	2.4
ปริญญาตรี	169	68.1
ปริญญาโท	8	3.2
สูงกว่าปริญญาโท	-	-

รวม	248	100.0
-----	-----	-------

ตาราง 4 ( ต่อ ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป

สถานภาพทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	22	8.9
แต่งงาน	193	77.8
หย่าร้าง	17	6.9
แยกกันอยู่	16	6.5
<b>รวม</b>	<b>248</b>	<b>100.0</b>
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
7,000 - 10,000 บาท	24	9.7
10,001 – 13000 บาท	44	17.7
13001 - 16000 บาท	32	12.9
16,001 - 19,000 บาท	39	15.7
19001 - 22000 บาท	50	20.2
22000 บาทขึ้นไป	59	23.8
<b>รวม</b>	<b>248</b>	<b>100.0</b>
<b>ระยะเวลาในการทำงาน</b>		
1- 3 ปี	17	6.9
4- 6 ปี	53	21.4
7 - 9 ปี	117	47.2
10 - 13 ปี	40	16.1
14 -16 ปี	15	6.0
16 ปีขึ้นไป	6	2.4
<b>รวม</b>	<b>248</b>	<b>100.0</b>



ตาราง 4 ( ต่อ ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป

สถานภาพทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>หน่วยงานที่ท่านสังกัด</b>		
องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	40	16.1
ตำรวจท่องเที่ยว	4	1.6
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานกระบี่	3	1.2
ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	58	23.4
ผู้ประกอบการร้านค้า	99	39.9
ผู้ประกอบการธุรกิจสปา	44	17.7
<b>รวม</b>	<b>248</b>	<b>100.0</b>
<b>ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ</b>		
งานบริหาร	31	12.5
งานปฏิบัติการ	83	33.5
งานบริหารและงานปฏิบัติการ	134	54.0
<b>รวม</b>	<b>248</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป จำแนกตามตัวแปรในการศึกษาดังนี้

**เพศ** กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 52.0 เป็นเพศหญิงและร้อยละ 48.0 เป็นเพศชาย

**อายุ** กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีอายุระหว่าง 31 - 35 ปีคิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงคือ อายุระหว่าง 26 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.4 อายุระหว่าง 36 - 40 ปีคิดเป็นร้อยละ 15.3 อายุระหว่าง 41 - 45 ปีคิดเป็นร้อยละ 15.3 อายุระหว่าง 20 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ

อายุระหว่าง 46 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.0

**ระดับการศึกษา** กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.1 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 19.4 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 6.9 ระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 3.2 และระดับอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 2.4

**สถานภาพทางครอบครัว** กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีสถานภาพทางครอบครัวแต่งงานแล้วคิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาคือ โสด คิดเป็นร้อยละ 8.9 หย่าร้างคิดเป็นร้อยละ 6.9 และแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 5.9

**รายได้** กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีรายได้ 22000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.8 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 19001 - 22000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.2 รายได้ระหว่าง 10,001 - 13000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.7 รายได้ระหว่าง 16,001 - 19,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.7 รายได้ระหว่าง 13001 - 16000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.9 และรายได้ระหว่าง 7,000 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.7

**ระยะเวลาในการทำงาน** กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีระยะเวลาในการทำงาน 7 - 9 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือ เวลา 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.4 เวลา 10 - 13 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.1 เวลา 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.9 เวลา 14 -16 ปีคิดเป็นร้อยละ 6.0 และเวลา 16 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.4

**หน่วยงานที่ท่านสังกัด** กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาสังกัด หน่วยงานผู้ประกอบการร้านค้าคิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 23.4 ผู้ประกอบการธุรกิจสปา คิดเป็นร้อยละ 17.7 องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตำรวจท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 1.6 และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานกระบี่

ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีลักษณะของงานที่ปฏิบัติด้านงานบริหารและงานปฏิบัติการคิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ งานปฏิบัติการคิดเป็นร้อยละ 33.5 และงานบริหารคิดเป็นร้อยละ 12.5

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติกรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.)ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 5 ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

การนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ	ระดับความคิดเห็น		แปลผล	อันดับ
	$\bar{x}$	S.D		
1. วัตถุประสงค์โดยรวมของการดำเนินแผนงานตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางต่อไปนี้มีความชัดเจน	3.06	0.51	ปานกลาง	1
2. องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีการส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะจุด ให้มีรูปแบบที่หลากหลายและน่าสนใจ	2.90	0.77	ปานกลาง	
3. มีอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.02	0.84	ปานกลาง	2
4. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปริมาณบุคลากรที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกับภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติมีความเหมาะสม	2.84	0.82	ปานกลาง	
5. งบประมาณในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีปริมาณเพียงพอ	2.94	0.84	ปานกลาง	3
6. บุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางสามารถอธิบายและแนะนำเกี่ยวกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบได้เป็นอย่างดี	2.85	0.84	ปานกลาง	
7. มีการควบคุมจำนวนห้องพักให้มีความสมดุลกับจำนวนนักท่องเที่ยว	2.93	0.86	ปานกลาง	
8. กิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในตำบลอ่าวนางเพียงพอ	2.89	0.83	ปานกลาง	

9. มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางที่หลากหลายและน่าสนใจ	2.90	0.80	ปานกลาง	
10. มีการจัดสายตรวจดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญโดยเฉพาะเส้นทางทะเลส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการท่องเที่ยว	2.75	0.97	ปานกลาง	
<b>รวม</b>	<b>2.90</b>	<b>0.59</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตาราง 5 พบว่า ระดับความคิดเห็นในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.90$ , S.D.= 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติมากที่สุด คือ วัตถุประสงค์โดยรวมของการดำเนินแผนงานตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความชัดเจน รองลงมาคือ มีอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน งบประมาณในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอ มีการควบคุมจำนวนห้องพักให้มีความสมดุลกับจำนวนนักท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีการส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะจุดให้มีรูปแบบที่หลากหลายและน่าสนใจ มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางที่หลากหลายและน่าสนใจ กิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในตำบลอ่าวนางเพียงพอ บุคลากรสามารถอธิบายและแนะนำเกี่ยวกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบได้เป็นอย่างดี เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปริมาณบุคลากรที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกับภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติมีความเหมาะสม และมีการจัดสายตรวจดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญโดยเฉพาะเส้นทางทะเลส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.06, 3.02, 2.94, 2.93, 2.90, 2.89, 2.85, 2.84$  และ  $2.75$  ตามลำดับ)

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง

ตาราง 6 ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น	
	t	Sig
เพศ	30.73	.000**
อายุ	2.30	.022**
ระดับการศึกษา	4.74	.000**
สถานภาพ	1.42	.155
รายได้ต่อเดือน	7.82	.000**
ระยะเวลาทำงาน	0.98	.326
หน่วยงานที่สังกัด	10.65	.000**
ลักษณะงานที่ปฏิบัติ	7.84	.000**

จากตาราง 6 ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ อายุ และระยะเวลาการทำงาน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน หน่วยงานที่สังกัด และลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไป

ปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชนกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง**

**ตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชนกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง**

หน่วยงาน	ระดับทัศนคติ			
	$\bar{X}$	S.D	t	Sig
<b>หน่วยงานของรัฐ</b>				
องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	2.74	0.51	84.82	.000
ตำรวจท่องเที่ยว	2.84	0.61	73.67	.000
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่	2.89	0.62	73.46	.000
<b>รวม</b>	<b>2.84</b>	<b>0.55</b>	<b>81.06</b>	<b>.000</b>
<b>หน่วยงานเอกชน</b>				
ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	2.67	0.78	53.94	.000
ผู้ประกอบการร้านค้า	2.50	0.83	47.31	.000
ผู้ประกอบการธุรกิจสปา	2.73	0.73	58.39	.000
<b>รวม</b>	<b>2.63</b>	<b>0.66</b>	<b>62.31</b>	<b>.000</b>

จากตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชนกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง หน่วยงานของรัฐ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ตำรวจท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ หน่วยงานเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้ประกอบการธุรกิจสปา มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตอนที่ 5 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ปัญหาอุปสรรคและแนวทาง ในการนำ  
นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

ตาราง 8 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ปัญหาอุปสรรคและแนวทาง ในการนำนโยบายส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

ประเด็น	ข้อเสนอแนะ	ความถี่	ร้อยละ
1.การประชาสัมพันธ์ อำเภอวังให้เป็นที่รู้จัก ของเมืองท่องเที่ยวทั่ว โลก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- องค์การบริหารส่วนตำบลอำเภอวังควรมีการจัดประชาสัมพันธ์ทางสื่อ ต่าง ๆโดยมีการประชาสัมพันธ์ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับต่างประเทศ ให้มากขึ้นเป็นการสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์จังหวัด กระบี่ไปในตัวนักท่องเที่ยวควรจะได้รับรู้ถึงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในอำเภอวัง เดินทางมาเที่ยวและเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่</li> <li>- จังหวัด ควรร่วมมือกับ ภาคเอกชนในการทำโฆษณาการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ให้เป็นที่รู้จัก ของ คน ใน ประเทศ และ ต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชน อบต.อำเภอวัง ควรมีการจัดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดเด่นของพื้นที่ให้เป็นที่รู้จัก ของ คน ไทย และ นัก ท่อง เที่ยว ชาวต่างชาติเพื่อเป็นการช่วยเหลือประชาชน ให้มีงานทำ ทำให้เศรษฐกิจในพื้นที่ดีขึ้นและคนในพื้นที่ได้มีคุณภาพชีวิตที่ดี</li> </ul>	17	6.85

ตาราง 8 ( ต่อ ) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ปัญหาอุปสรรคและแนวทาง ในการนำนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

ประเด็น	ข้อเสนอแนะ	ความถี่	ร้อยละ
2.การจัดกิจกรรม เพื่อการท่องเที่ยว ประจำปีของตำบล อ่าวนาง	<ul style="list-style-type: none"> <li>-เป็นการสิ้นเปลืองงบประมาณ ทั้งยังเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับคนบางกลุ่ม หรือเป็นการเอื้อผลประโยชน์ให้กับพวกพ้อง</li> <li>-การจัดกิจกรรมมีทุกปี และทุกเทศกาลเป็นการสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ดี</li> <li>-ควรเพื่อรูปแบบของการจัดกิจกรรมให้มากขึ้นและสร้างความแปลกใหม่ในกิจกรรมแต่ละปีเพื่อป้องกันความจำเจ</li> <li>-การจัดกิจกรรมค่อนข้างน่าเบื่อไม่มีความแปลกใหม่ จำนวนคนที่ร่วมกิจกรรมก็ค่อนข้างน้อย</li> </ul>	16	6.45



ตาราง 8 ( ต่อ ) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ปัญหาอุปสรรคและแนวทาง ในการนำนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

ประเด็น	ข้อเสนอแนะ	ความถี่	ร้อยละ
3.การอนุรักษ์ ธรรมชาติเพื่อการ ท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	<p>-ควรมีการให้ความรู้กับประชาชนในพื้นที่ ให้มากขึ้น เพื่อทำความเข้าใจเรื่องการ อนุรักษ์ที่ถูกวิธี และกำหนดมาตรการ สำหรับคนที่ทำลายอย่างเด็ดขาด</p> <p>-ควรมีการเอาจริงเอาจังกับการขจัดขยะ เพราะขยะในเขตพื้นที่ อบต.อ่าวนางมีมาก และมาจากการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ เรื่อง การบำบัดน้ำเสียก็ยังไม่ได้รับการเอาใจใส่ ดูแลอย่างจริงจังกับเจ้าของกิจการ</p>	15	6.05

ตาราง 8 ( ต่อ ) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ปัญหาอุปสรรคและแนวทาง ในการนำนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

ประเด็น	ข้อเสนอแนะ	ความถี่	ร้อยละ
4.การพัฒนา สาธารณูปโภคที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	<p>-ไม่ควรทำอะไรที่ขัดกับธรรมชาติ</p> <p>-ควรพัฒนาให้ได้มาตรฐานเหมือนกับ ต่างประเทศเพราะเราจำเป็นต้องต้อนรับ ชาวต่างชาติจำนวนมาก และเพื่อไม่ให้ สิ้นเปลืองควรสร้างเฉพาะที่จำเป็นจริงๆ</p> <p>-อบต.อ่าวนางไม่ใส่ใจเรื่องนี้ขาดการพัฒนา</p>	16	6.45

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยสามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศ แก้ปัญหาการขาดดุลชำระเงิน ก่อให้เกิดการสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม การทวิรายได้ประชาชาติ และการกระจายรายได้ ด้วยเหตุนี้รัฐบาลแต่ละประเทศจึงมุ่งสนใจและให้การสนับสนุนกิจกรรมด้านนี้เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ รัฐบาลไทยได้ผนวกเอาการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ 3 เป็นต้นมา และในปีพ.ศ. 2519 ประเทศไทยเริ่มมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติขึ้นเป็นแผนแรกโดยเน้นการวางแผนพัฒนาสร้างสิ่งดึงดูดใจสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค ของแหล่งท่องเที่ยว และตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาได้มีการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุกฉบับ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติกรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ.กระบี่ มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไป 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมาปฏิบัติให้เกิดประสิทธิผล โดย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชากรในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในเขตพื้นที่การปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ จำนวน 248 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 16 (Statistical Product and Service Solution) ในการคำนวณหาค่าสถิติได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการทดสอบค่า t – test (Independent sample t – test

จากการศึกษาดังกล่าวสามารถสรุปผล อภิปรายผล และกำหนดข้อเสนอแนะ เพื่อนำเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนา ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

## ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 52 เป็นเพศ หญิง มีอายุระหว่าง 31 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.1 สำเร็จการศึกษาระดับระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.1 สถานภาพทางครอบครัวแต่งงานแล้วคิดเป็นร้อยละ 77.8 รายได้รายได้ต่อเดือน 22000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.8 ระยะเวลาในการทำงาน 7 - 9 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.2 หน่วยงานที่สังกัดเป็นผู้ประกอบการร้านค้าคิดเป็นร้อยละ 39.9 ลักษณะงานที่ปฏิบัติงานบริหารและงานปฏิบัติการคิดเป็นร้อยละ 54.0

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของบุคคลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ จากการศึกษาประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ พบว่า ระดับความคิดเห็นในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.90$ , S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติมากที่สุด คือ วัตถุประสงค์โดยรวมของการดำเนินแผนงานตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความชัดเจน รองลงมาคือ มีอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน งบประมาณในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอ มีการควบคุมจำนวนห้องพักให้มีความสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีการส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะจุดให้มีรูปแบบที่หลากหลายและน่าสนใจ มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางที่หลากหลายและน่าสนใจ กิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในตำบลอ่าวนางเพียงพอ บุคลากรสามารถอธิบายและแนะนำเกี่ยวกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบได้เป็นอย่างดี เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปริมาณบุคลากรที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกับภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติมีความเหมาะสม และมีการจัดสายตรวจดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญโดยเฉพาะเส้นทางทะเลส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.06, 3.02, 2.94, 2.93, 2.90, 2.89, 2.85, 2.84$  และ 2.75 ตามลำดับ )

ตอนที่ 3 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ปัญหาอุปสรรคและแนวทาง ในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

#### 1. การประชาสัมพันธ์อ่าวนางให้เป็นที่รู้จักของเมืองท่องเที่ยวทั่วโลก

องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางควรมีการจัดประชาสัมพันธ์ทางสื่อ ต่าง ๆโดยมีการประชาสัมพันธ์ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับต่างประเทศ ให้มากขึ้นเป็นการสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์จังหวัดกระบี่ไปในตัว นักท่องเที่ยวควรจะได้รับรู้ถึงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในอ่าวนางเดินทางมาเที่ยวและเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ จังหวัด ควรร่วมมือกับภาคเอกชนในการทำโฆษณาการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ให้เป็นที่รู้จักของคนในประเทศและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชน อบต. อ่าวนางควรมีการจัดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดเด่นของพื้นที่ให้เป็นที่รู้จักของคนไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อเป็นการช่วยเหลือประชาชนให้มีความก้าวหน้า ทำให้เศรษฐกิจในพื้นที่ดีขึ้นและคนในพื้นที่ได้มีคุณภาพชีวิตที่ดี

#### 2. การจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวประจำปีของตำบลอ่าวนาง

เป็นการสืบเนื่องงบประมาณ ทั้งยังเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับคนบางกลุ่ม หรือเป็นการเอื้อผลประโยชน์ให้กับพวกพ้อง การจัดกิจกรรมมีทุกปี และทุกเทศกาลเป็นการสร้างบรรยากาศ การท่องเที่ยวที่ดี ควรเพื่อรูปแบบของการจัดกิจกรรมให้มากขึ้นและสร้างความแปลกใหม่ในกิจกรรมแต่ละปีเพื่อป้องกันความจำเจ การจัดกิจกรรมค่อนข้างน่าเบื่อ ไม่มีความแปลกใหม่ จำนวนคนที่ร่วมกิจกรรมก็ค่อนข้างน้อย

#### 3. การอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ควรมีการให้ความรู้กับประชาชนในพื้นที่ให้มากขึ้น เพื่อทำความเข้าใจเรื่องการรักษาที่ถูกวิธี และกำหนดมาตรการสำหรับคนที่ทำลายอย่างเด็ดขาด ควรมีการเอาใจจริงเอาใจกับการบริหารจัดการขยะในเขตพื้นที่ อบต.อ่าวนางมีมาก และมาจากการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ เรื่องการบำบัดน้ำเสียก็ยังไม่ได้รับการเอาใจใส่ดูแลอย่างจริงจังกับเจ้าของกิจการ

#### 4. การพัฒนาสาธารณูปโภคที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ไม่ควรทำอะไรที่ขัดกับธรรมชาติ ควรพัฒนาให้ได้มาตรฐานเหมือนกับต่างประเทศเพราะเราจำเป็นต้องต้อนรับชาวต่างชาติจำนวนมาก และเพื่อไม่ให้สิ้นเปลืองโครงสร้างเฉพาะที่จำเป็นจริงๆ อบต.อ่าวนางจะไม่ใส่ใจเรื่องนี้เลย ขาดการพัฒนา

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติกรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ ซึ่งสรุปไว้ในข้างต้นสามารถนำมาอภิปรายมีประเด็นที่น่าสนใจเพื่อนำมาอภิปรายดังนี้

ประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติกรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านวัตถุประสงค์โดยรวมของการดำเนินแผนงานตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีความชัดเจน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยความชัดเจนของวัตถุประสงค์มีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการกำหนดวัตถุประสงค์ที่มีความชัดเจน สามารถวัดได้เป็นรูปธรรม ทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพ

ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนที่อาศัยในพื้นที่การปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่เป็นคนพื้นเพเดิมและมีรายได้หลักจากการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาชมธรรมชาติ

ด้าน การส่งเสริมพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวเฉพาะจุด ให้มีรูปแบบที่หลากหลายและน่าสนใจ จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีรูปแบบที่หลากหลายเฉพาะจุดมีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในระดับปานกลาง

ด้านบุคลากรที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาระหน้าที่ ที่ต้องปฏิบัติมีความเหมาะสม จากการศึกษาพบว่า ปริมาณบุคลากรที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติมีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นระดับปานกลางทั้งนี้เป็นเพราะปริมาณงานกับบุคลากรจะมีความสัมพันธ์กันโดยหากปริมาณงานมากขึ้นก็จะมีการสรรหาบุคลากรเพิ่มเติมโดยที่ฝ่ายบุคลากร ในองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีเจ้าหน้าที่ทั้งที่เป็นข้าราชการ และ ลูกจ้างชั่วคราว

ด้านงบประมาณในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล อ่าวนาง มีปริมาณเพียงพอ จากการศึกษาพบว่า ในส่วนของ งบประมาณในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางเพราะ องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีงบประมาณ ที่เพียงพอต่อการสนับสนุนกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยวในจุดต่างๆ ทั้งยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี

ด้านบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง สามารถอธิบาย และแนะนำเกี่ยวกับ สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบได้เป็นอย่างดี จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรใน องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง สามารถอธิบาย และแนะนำเกี่ยวกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ทราบได้อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการให้บริการด้วยความรู้สึกเต็มใจ และให้ คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือในสิ่งที่ต้องการทราบได้เป็นอย่างดี

ด้านที่พักมีการควบคุมจำนวนห้องพักให้มีความสมดุลกับจำนวนนักท่องเที่ยว จาก การศึกษาพบว่า การควบคุมจำนวนห้องพักให้มีความสมดุลกับจำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับ ปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการประชาสัมพันธ์ห้องพักผ่านสื่อต่างๆ มีกว้างมากขึ้นทำให้ สามารถกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อที่พักรับได้

ด้านการกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในตำบลอ่าวนาง เพียงพอ และ มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ที่หลากหลายและน่าสนใจ จากการศึกษาพบว่า จากการศึกษาพบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล อ่าวนางมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในตำบลอ่าวนางอยู่ ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีการจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอในแต่ละปี เช่น กิจกรรมวัน สงกรานต์ กิจกรรมวันลอยกระทง กิจกรรมวันสงท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ และเทศกาลสำคัญๆ ต่างๆ

ด้านการดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญโดยเฉพาะ เส้นทาง ทะเลส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า การ จัดสายตรวจดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญโดยเฉพาะเส้นทาง ทะเลส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีนักท่องเที่ยวเสียชีวิตจากการท่องเที่ยวและถูกประทุษร้าย

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ อายุ และระยะเวลาการทำงาน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไป ปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ไม่แตกต่างกัน

โดยปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน หน่วยงานที่สังกัด และลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไป ปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการศึกษา ประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติกรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ นั้น ผู้วิจัยได้พบปัญหาในการวิจัย และมี ข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาถึงประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วน ตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ ทุก ๆ ปี เพื่อปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานให้บรรลุ ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. วิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อนำไปปรับปรุงงาน
3. องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ควรศึกษาแนวทางในการสร้างความมั่นใจด้าน ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งด้านบุคลากรกับปริมาณงาน และความสามารถในการสื่อสารของบุคลากร ควรมีการศึกษาข้อมูลเพื่อปรับปรุงงาน ให้สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประสิทธิผล องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง ควรมีการกำหนด นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยให้ประชาชนในภาคส่วนของรัฐ และเอกชนได้มี ส่วนร่วมกำหนดนโยบาย มีการจัดสัมมนาเพื่อทำความเข้าใจกับประชาชนในการนำ นโยบายไปปฏิบัติอย่างทั่วถึง

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายพื้นที่ในการวิจัยให้กว้างขึ้นเป็นระดับจังหวัด
2. ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่าง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนให้มากขึ้นโดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวทั้งในกลุ่มคนไทย และชาวต่างชาติ

## บรรณานุกรม

อุทุมพร ทองอุไร.2520.แบบสอบถาม:การสร้างและการใช้.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประสานมิตร.

วุฒิเทพ อินทปัญญา และจำลอง อติกุล.ผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.กรุงเทพฯ:2528.

ภรณ์ มหามนต์.2529. การประเมินประสิทธิผลขององค์กร.กรุงเทพมหานคร สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์ร่วมกับสำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.ประสิทธิภาพของสื่อในต้นสนการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ประชาชน.เอกสารงานวิจัย,2530

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.2530.การวางแผนนโยบายโครงการและการบริหารโครงการ.กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสนธิ. 2532 ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์.พิมพ์ครั้งที่ 6.สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์

เดือนรัตน์ รัตนศิริ.ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2533

วรเดช จันทศร .รายงานวิจัยเรื่องการนำนโยบายไปปฏิบัติอันดับที่ 1195.กรุงเทพฯ.สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์,2533

กล้า ทองขาว.การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ:กรณีศึกษานโยบายรณรงค์เพื่อการรู้หนังสือแห่งชาติ.วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์,2534



เพียงจันทร์ ลิขิตเอกราช.การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว: กรณีศึกษางานมหกรรม  
ไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2535

ภรณ์ กীরติบุตร.2536.การประเมินประสิทธิผลองค์การ.กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์  
โอเดียน-สโตร์.

สุจิตรา บุญรัตน์พันธ์.ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์.กรุงเทพฯ.จูนพับลิชชิ่ง  
,2536.

ทศพล ขำจิตรสุทธิ และคณะ.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับประสิทธิผลของการนำนโยบาย  
ป้องกันปราบทุจริต เลือกตั้งไปปฏิบัติ รายงานการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ.  
วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.

อเนก ณ นคร,พ.ต.ท.2538.ประสิทธิผลการปราบปรามอาชญากรรมของตำรวจนครบาลใน  
กรุงเทพมหานคร.ภาคนิพนธ์พัฒนาสังคมมหาบัณฑิต,สถาบันพัฒนบริหารศาสตร

สุภางค์ จันทวานิช.2543.วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ.พิมพ์ครั้งที่ 9,กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย

อาคม ใจแก้ว.2551.วิทยาการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์.พิมพ์ครั้งที่ 4 (ปรับปรุงครั้งที่  
2)

สงขลา : สำนักพิมพ์ แม็กซีมีเดีย วาย 2 เค เพรส จำกัด

สุรเชษฐ์ ชีระมณี.2553.เอกสารการสอนวิชา 465-523 การวิจัยเชิงคุณภาพ.สงขลา: ภาควิชา  
รัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

D.</

ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

เรื่อง ประสิทธิภาพการดำเนินงานนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้ได้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐและบุคลากรภาคเอกชนที่มีระดับต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ ตลอดจนปัญหาอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อจัดทำสารนิพนธ์ตามหลักสูตร ปริญญาโท สาขา รัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชา รัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ จะนำข้อมูลไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณทุกท่านที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถาม และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวสุณีย์ จุลมณีโชติ

นักศึกษาปริญญาโท สาขา รัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชา รัฐประศาสนศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์

แบบสอบถาม

เรื่อง ประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติกรณีศึกษา : องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จังหวัด กระบี่

---

คำชี้แจง : แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน ประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ
3. ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับ ปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติให้เกิดประสิทธิผล

---

ตอนที่ 1 ข้อมูลระดับบุคคล

คำชี้แจง โปรดเติมคำหรือทำเครื่องหมาย ลงใน ( ) ที่ตรงความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ  
( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง
2. อายุ  
( ) 1. 20 – 25 ปี ( ) 2. 26 -30 ปี  
( ) 3. 31 - 35 ปี ( ) 4. 36 - 40 ปี  
( ) 5. 41 - 45 ปี ( ) 6. 46 - 50 ปี
3. ระดับการศึกษา  
( ) 1. มัธยมศึกษาตอนต้น ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย  
( ) 3. ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) 4. ปริญญาตรี  
( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี ( ) 6. อนุปริญญา หรือปวส.
4. สถานภาพ  
( ) 1. โสด ( ) 3. แต่งงาน  
( ) 2.หย่าร้าง ( ) 4. แยกกันอยู่
5. รายได้ต่อเดือน  
( ) 1. 7000 - 10000 บาท ( ) 4. 16001 – 19000 บาท  
( ) 2. 10001 – 13000 บาท ( ) 5. 19001 - 22000 บาท  
( ) 3. 13001 - 16000 บาท ( ) 6. 22000 บาทขึ้นไป

6. ระยะเวลาในการทำงาน

- ( ) 1. 1-3 ปี ( ) 2. 4-6 ปี  
( ) 3. 7-9 ปี ( ) 4. 10-13 ปี  
( ) 5. 14 - 16 ปี ( ) 6. 16 ปีขึ้นไป

7. หน่วยงานที่ท่านสังกัด

- ( ) 1. องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง  
( ) 2. ตำรวจท่องเที่ยว  
( ) 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่  
( ) 4. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม  
( ) 5. ผู้ประกอบการร้านค้า  
( ) 6. ผู้ประกอบการธุรกิจสปา

8. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ

- ( ) 1. งานบริหาร  
( ) 2. งานปฏิบัติการ  
( ) 3. งานบริหารและงานปฏิบัติการ

ตอนที่ 2 ทศนคติของบุคคลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความในตารางต่อไปนี้ ทางด้านซ้ายมือว่ารายการใดที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมากที่สุดโดยกำหนดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ คือ

- |   |         |                         |
|---|---------|-------------------------|
| 5 | หมายถึง | มีความเห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 4 | หมายถึง | มีความเห็นด้วย          |
| 3 | หมายถึง | ไม่แน่ใจ                |
| 2 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วย             |
| 1 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง    |

ข้อความเกี่ยวกับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. วัตถุประสงค์โดยรวมของการดำเนินแผนงานตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีความชัดเจน					
2. องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีการส่งเสริมพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวเฉพาะจุด ให้มีรูปแบบที่หลากหลายและน่าสนใจ					
3. มีอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
4. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปริมาณบุคลากรที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกับภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติมีความเหมาะสม					
5. งบประมาณในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางมีปริมาณเพียงพอ					
6. บุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง สามารถอธิบาย และแนะนำเกี่ยวกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบได้เป็นอย่างดี					
7. มีการควบคุมจำนวนห้องพักให้มีความสมดุลกับจำนวนนักท่องเที่ยว					
8. กิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในตำบลอ่าวนางเพียงพอ					
9. มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางที่หลากหลายและน่าสนใจ					
10. มีการจัดสายตรวจดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญโดยเฉพาะเส้นทางทะเลส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการท่องเที่ยว					

ตอนที่ 3 ท่านมีความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ปัญหาอุปสรรคและแนวทาง ในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติให้เกิดประสิทธิผลในประเด็นต่อไปนี้อย่างไร

1. การประชาสัมพันธ์อ่าวนางให้เป็นที่รู้จักของเมืองท่องเที่ยวทั่วโลก

---

---

การจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวประจำปีของตำบลอ่าวนาง

---

---

การอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

---

---

การอำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

---

---

การพัฒนาสาธารณูปโภคที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

---

---

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อผู้วิจัย	นางสาวสุณีย์ จุลมณีโชติ
วัน เดือน ปี เกิด	30 สิงหาคม 2523
ประวัติการศึกษา	
ระดับมัธยมศึกษา	โรงเรียนสทิงพระชนูปถัมภ์
ระดับปริญญาตรี	โปรแกรมวิชาเอกสังคมศึกษา ( คบ. ) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏสงขลา
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ.2546 -2547	ครูผู้สอนโรงเรียนสมพงษ์วิทยาสถาจังหวัดสงขลา
พ.ศ.2548	ครูผู้สอนโรงเรียนนวมวิธานุกูล จังหวัดสงขลา
พ.ศ.2549 -2553	ครูผู้สอนโรงเรียน มอ.วิทยานุสรณ์ จังหวัดสงขลา
พ.ศ.2553 – ปัจจุบัน	ครูโรงเรียนพระราชทานบ้านเกาะพีพี จังหวัดกระบี่