



ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรืออย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

ภูมิชัย มั่งเรืองสกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี
พ.ศ. 2555



THE STRATEGIES FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT OF
NAKHON RATCHASIMA PROVINCE

PHOMECHAI MANGRUENSAKUL

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF PUBLIC ADMINISTRATION IN
PUBLIC ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL
VALAYA ALONGKORN RAJABHAT UNIVERSITY
UNDER THE ROYAL PATRONAGE PATHUM THANI

2012

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา
ชื่อนักศึกษา	ภูมิชัย มั่งเรื่องสกุล
รหัสประจำตัว	49B73330145
ปริญญา	รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์
ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง
กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.สุดใจ พูลพานิชย์กิจ
กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ ดร.สอาด บรรเจิดฤทธิ์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา และ 3) ศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้การวิจัยแบบผสมที่มีทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญรวมทั้งหมด 468 คน กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์และทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรโดยใช้สถิติอ้างอิง ด้วยการทำการตารางไขว้และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากบุคลากรผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 คนจากภาครัฐ จำนวน 5 คนจากภาคเอกชน และจำนวน 6 คนจากภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น รวมจำนวน 18 คน และเสนอผลการวิจัยโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า

(1) สภาพปัจจุบันและปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา พบว่า มีการดำเนินการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีการดำเนินการด้านการบริหารภาคเอกชน อยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และด้านการบริหารภาครัฐ ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น อุทยานภูเขา น้ำตก มากที่สุด แต่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสำคัญในระดับน้อย

(2) การบริหารภาครัฐ การบริหารภาคเอกชน และการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

(3) ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับการพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จากการสังเคราะห์ผลที่ได้จากการวิจัยมี 4 ยุทธศาสตร์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ ประกอบด้วย 5 ยุทธวิธี คือ 1) การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก 2) การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน

3) การร่วมมือพัฒนาผู้ประกอบการ 4) การร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ 5) การตลาดอย่างมีวิสัยทัศน์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การบริหารภาคเอกชน ประกอบด้วย 4 ยุทธวิธี คือ 1) การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการตลาด 3) การร่วมมือพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว 4) การประสานงานสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ประกอบด้วย 5 ยุทธวิธี คือ 1) การมีส่วนร่วมในการรักษาระบบนิเวศ วัฒนธรรม และประเพณี 2) การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น 3) การสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว 4) การใช้ทรัพยากร และการดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 5) การให้บริการที่ดี และการรักษาความปลอดภัย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่น ประกอบด้วย 4 ยุทธวิธี คือ 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคม วัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก 2) การพัฒนาองค์กรแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 3) การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 4) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

Thesis Title	The Strategies for Sustainable Tourism Development of Nakhon Ratchasima Province
Student	Phomechai Mangruengsakul
Student ID	49B73330145
Degree	Doctor of Public Administration
Field of Study	Public Administration
Thesis Advisor	Professor Dr.Boonton Dockthaisong
Thesis Co - Advisor	Associate Professor Dr.Sudjai Toolpanichkit
Thesis Co - Advisor	Dr.Sa-ard Banchirdrit

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the current situations and the problems of tourism management of Nakhon Ratchasima province, 2) to study the factors affecting the strategies for sustainable tourism development and 3) to study the suitable strategies for sustainable tourism development. The research used both quantitative and qualitative methods. The quantitative method was used by questionnaire, with 468 samples selected by accidental sampling. The descriptive statistical method used to analyze the data were percentages, means, and standard deviations. And the inferential statistical method, cross tabulations and chi-square were used. Qualitative method was conducted by using the in-depth interviews with 18 key informants included 7 persons from government (public) sector, 5 persons from private sector, 6 persons from people and local organization sector. The collected data were examined and analyzed descriptively.

The findings of the research were as follows:

1) The majority of the tourists had found that the private sector were enthusiastic in tourism management at high level, while the people and local organization sector were moderated in reception of the tourism management, and the government (public) sector were at the least in the tourism management.

And in the same time the tourists were paid attention and happy to see the natural scenic area, such as national park, mountain, and water fall. But the area of cultural place was the least complacent.

2) Government (public), private, people and local organization management were main factors of collaboration to promote the strategies for sustainable tourism development of Nakhon Ratchasima province.

3) The suitable strategies for sustainable tourism development of Nakhon Ratchasima province were found as follows:

Strategy 1: Strategies of government (public) sector management were consisted of 5 tactics as 1) supporting tourism policy and facilities, 2) cooperating in investment, 3) supporting private enterprises, 4) cooperating in developing new tourist attractions, and 5) good vision in new marketing.

Strategy 2: Strategies of private sector management were consisted of 4 tactics as 1) cooperating in improving tourism products, 2) supporting local development for marketing, 3) cooperating in local personnel development for tourism, and 4) coordinating to create tourism networks.

Strategy 3: Strategies of people and local organization sector management were consisted of 5 tactics as 1) participating in ecosystem protection, culture and tradition, 2) cooperating with local organizations, 3) training of public mind to protect the tourism environment, 4) participation and responsible to the resource attraction, and 5) providing good services, safety, and security.

Strategy 4: Strategies of government (public) sector, private sector, people and local organization sector management were consisted of 4 tactics as 1) tourism development for society, culture, spirit, and community awareness, 2) organization development for sustainable integration, 3) tourism development for conservation, and 4) tourism development for national economic development.

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลที่ให้ความกรุณาหลายท่าน ได้แก่ คณาจารย์ทุก ๆ ท่านในหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง ประธานหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต และประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.สุดใจ ทูลพานิชย์กิจ และอาจารย์ ดร.สอาด บรรเจิดฤทธิ์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความรู้ทั้งแนวคิด ทฤษฎี วิชาการในด้านต่าง ๆ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการทำวิจัย ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จในการเรียนระดับดุษฎีบัณฑิต ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ พลเอก ดร.เกษมชาติ นเรศเสถียร ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.บุญเลิศ ไพรินทร์ อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาเอื้อเพื่อสละเวลาในการตรวจและแนะนำเพื่อความถูกต้องแม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาการวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา ความคั่นเคย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภดล พูลสวัสดิ์ อาจารย์ ดร.ภิศักดิ์ กัลยาณมิตร นาวาอากาศเอก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ กันหลง และอาจารย์ ดร.อิทธิวัตร ศรีสมบัติ ผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาเอื้อเพื่อสละเวลาในการตรวจแก้ข้อคำถามที่ใช้ในการศึกษาเพื่อความถูกต้องแม่นยำของเนื้อหาการวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ดร.ฉวีวรรณ ศีลวรรณโณ ดร.ธนาภรณ์ แสงทอง คุณเกียรติศักดิ์ สีहनันทวงศ์ และเพื่อนนักศึกษาปริญญาเอกทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจและให้คำแนะนำในการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ตอบแบบสอบถาม ที่กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ทำให้การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้

สุดท้าย ผู้วิจัยขอโน้มกราบขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัวทุกท่านที่เป็นกำลังใจมาโดยตลอดระยะเวลาการศึกษา และเป็นตัวอย่างที่ดี เลี้ยงดู อบรม สั่งสอน ผู้วิจัยให้เป็นคนดี มีสติปัญญา ใฝ่เรียนใฝ่รู้จนประสบความสำเร็จการศึกษา

ภูมิชัย มั่งเรืองสกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	7
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	7
1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น.....	7
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย.....	8
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงยุทธศาสตร์.....	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	28
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	35
2.4 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย.....	44
2.5 บริษัทจังหวัดนครราชสีมา.....	138
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	184
2.7 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย.....	191
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	193
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	193
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	195
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	196
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	196
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	198
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	198
ตอนที่ 2 พฤติกรรมศาสตร์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา.....	205
ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา.....	210

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ภูมิสำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ กับ ปัจจัยยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วยาวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดนครราชสีมา.....	215
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	224
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	244
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	245
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	248
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	282
บรรณานุกรม.....	285
ภาคผนวก.....	292
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	293
ภาคผนวก ข รายนามผู้ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย.....	326
ภาคผนวก ค พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	330
ประวัติผู้วิจัย.....	345

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
พระบรมราชูปถัมภ์

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การพยากรณ์การขยายตัวของการท่องเที่ยวโลก ระหว่างปี พ.ศ. 2538 – 2563....	50
2.2 การพยากรณ์ของ WTO “Tourism 2020 Vision” เกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากตลาดสำคัญ ๆ ที่จะเดินทางมาประเทศไทย (เป็นเค้การขยายตัวปานกลางและตามที่คาดหมาย).....	61
2.3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยวันพักเฉลี่ยและรายได้จากการท่องเที่ยว พ.ศ. 2524 - 2550.....	96
2.4 แสดง SWOT ของ“ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรจากต่างประเทศ.....	105
2.5 แสดง SWOT ของ“ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรภายในประเทศ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย.....	109
2.6 แสดง SWOT ของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	113
2.7 แสดง SWOT ของโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว.....	116
2.8 แสดง SWOT ขององค์กรภาครัฐ.....	121
2.9 แสดง SWOT ขององค์กรภาคเอกชน.....	124
2.10 แสดง SWOT ของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น.....	127
2.11 สถิติอุณหภูมิสูงสุดต่ำสุด.....	141
2.12 สถิติปริมาณน้ำฝนและจำนวนวันที่ตกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา.....	141
2.13 โครงการชลประทานขนาดกลาง โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ และโครงการพิเศษ.....	142
2.14 แสดงการลงทุนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามขนาดการลงทุน.....	148
2.15 แสดงการลงทุนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม 21 ประเภท.....	148
2.16 แสดงจำนวนผู้ประกอบการใหม่จังหวัดนครราชสีมา ประจำปี 2550.....	150
2.17 แสดงร้อยละของประชากร จำแนกตามกลุ่มอายุ พ.ศ. 2546 – 2550.....	160
2.18 แสดงเครื่องชี้วัดทางแรงงานที่สำคัญ จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2545 – 2550.....	161
2.19 แสดงอัตราการเข้าเรียนต่อ พ.ศ. 2547 – 2551.....	162
2.20 แสดงจำนวนโรงพยาบาล สถานพยาบาล พ.ศ. 2551.....	162
2.21 แสดงสถิติคดีอาญาที่น่าสนใจ จำแนกตามประเภทความผิด พ.ศ. 2548 – 2550...	164
2.22 แสดงการกำหนดพื้นที่ความเหมาะสมของดินสำหรับพืชเชิงพาณิชย์ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามชนิดของพืช พื้นที่ที่ปลูก.....	167
2.23 แสดงจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน พ.ศ. 2548 – 2550.....	169

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
2.24 จำนวนรายได้ ค่าใช้จ่าย และหนี้สินของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2545 -2550.....	170
2.25 แสดงปริมาณกักเก็บน้ำตามแหล่งน้ำต่าง ๆ.....	173
3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอำเภอในจังหวัดนครราชสีมา.....	194
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	198
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	199
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ภูมิลำเนา ของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	199
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ศาสนา ของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	200
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับการศึกษา ของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	200
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม...	201
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	201
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดนครราชสีมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	202
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดนครราชสีมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	202
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะการพักผ่อนในการมา ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	203
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม จำนวนวันการพักผ่อนในการมา ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	203
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม จำนวนครั้งต่อปีในการมา ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	203
4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมา ท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	204
4.14 จำนวนและร้อยละของประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่ นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด.....	205
4.15 จำนวนและร้อยละของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่นักท่องเที่ยวชอบ มากที่สุด.....	206

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่ชื่นชอบมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	206
4.17 จำนวนและร้อยละของฤดูในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่ชอบมาท่องเที่ยวมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	207
4.18 จำนวนและร้อยละของสถานที่พักผ่อนในจังหวัดนครราชสีมาที่มาท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	207
4.19 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดนครราชสีมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	208
4.20 จำนวนและร้อยละของการหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	208
4.21 จำนวนและร้อยละของ เหตุผลสำคัญในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	209
4.22 ความคิดเห็นการกลับมาเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาภายใน 1-2 ปี ข้างหน้า.....	209
4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม ปัจจัยการบริหารภาครัฐ ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	210
4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	212
4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	214
4.26 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาครัฐ มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามภูมิลำเนา.....	216
4.27 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาครัฐ มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามการศึกษา.....	217
4.28 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาครัฐ มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามอาชีพ.....	218
4.29 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามภูมิลำเนา.....	219

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายกับยุทธศาสตร์.....	16
2.2	การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ.....	23
2.3	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของประเทศต่าง ๆ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา.....	54
2.4	วงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในตลาด (Robert Christie Mill, and Alastair M. Morrison, 1985).....	73
2.5	สมมติฐานของ Professor C. Plog อธิบายความนิยมและความเสื่อมความนิยมในแหล่งท่องเที่ยว.....	74
2.6	กลุ่มจังหวัดแต่ละกลุ่มอาจจำแนกเป็นอนุภูมิภาคได้ 20 กลุ่ม.....	81
2.7	การวางตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด.....	87
2.8	โครงสร้างการบริหารและองค์กรบริหารและดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย.....	93
2.9	องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	130
2.10	สัดส่วนประชากรที่มีหลักประกันสุขภาพ พ.ศ. 2548 – 2551.....	163
2.11	อัตราแลกเปลี่ยนและสถานการณ์ทางการเมือง.....	165
2.12	ร้อยละพื้นที่ป่าไม้เปรียบเทียบกับพื้นที่จังหวัด พ.ศ. 2536 – 2548.....	171
5.1	แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารองค์กรภาครัฐ.....	277
5.2	แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารองค์กรภาคเอกชน.....	278
5.3	แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารองค์กรภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น.....	279
5.4	แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่น.....	280
5.5	ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา.....	281

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ที่ปรับเปลี่ยนเร็วและสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่เหมาะสม โดยเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงสร้างของระบบต่าง ๆ ภายในประเทศให้มีศักยภาพ แข่งขันได้ในกระแสโลกาภิวัตน์ และสร้างฐานความรู้ให้เป็นภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างรู้เท่าทัน ควบคู่ไปกับการกระจายการพัฒนาที่เป็นธรรม และเสริมสร้างความเท่าเทียมกันของกลุ่มคนในสังคม และความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คงความสมบูรณ์เป็นรากฐานการพัฒนาที่มั่นคง และเป็นฐานการดำรงวิถีชีวิตของชุมชนและสังคมไทย ตลอดจนการเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศทุกระดับ อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน สามารถดำรงอยู่ในประชาคมโลก ได้อย่างมีเกียรติภูมิและมีศักดิ์ศรี โดยมียุทธศาสตร์การสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ ให้มีความสำคัญ ดังนี้

1. การบริหารจัดการกระบวนการชุมชนเข้มแข็ง ด้วยการส่งเสริมการรวมตัว ร่วมคิดร่วมทำในรูปแบบที่หลากหลาย และจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตามความพร้อมของชุมชน มีกระบวนการจัดการองค์ความรู้และระบบการเรียนรู้ของชุมชนอย่างเป็นขั้นตอน มีเครือข่ายการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกชุมชน มีกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถพัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนในการนำไปสู่การพึ่งตนเอง รวมทั้งการสร้างภูมิคุ้มกันให้ชุมชนพร้อมเผชิญการเปลี่ยนแปลง

2. การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชนสนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ สนับสนุนการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการและสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการลงทุนสร้างอาชีพและรายได้ที่มีการจัดสรรประโยชน์อย่างเป็นธรรมแก่ชุมชน ส่งเสริมการลงทุนระหว่างเครือข่ายองค์กรชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งสร้างระบบบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนควบคู่กับการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการ การตลาด และทักษะในการประกอบอาชีพ

3. การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูล ด้วยการส่งเสริมสิทธิชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสงวนอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนา ใช้ประโยชน์และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ รวมทั้งสร้างกลไกในการปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ให้มีความสำคัญกับ

1. การปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความเป็นไทย โดยปรับโครงสร้างภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการที่ใช้

กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์และห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งเครือข่ายชุมชนบนรากฐานของความรู้สมัยใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อสร้างสินค้าที่มีคุณภาพและมูลค่าสูงมีตราสินค้าเป็นที่ยอมรับของตลาด รวมทั้งสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ ตลอดจนการบริหารองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ การปฏิรูปองค์การ การปรับปรุงกฎระเบียบ และพัฒนาระบบมาตรฐานในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศให้สนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิต และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

2. การสร้างภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจ โดยการบริหารเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้มั่นคงและสนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิต โดยการระดมทุนไปสู่ภาคการผลิตที่มีประสิทธิภาพ พัฒนารัฐวิสาหกิจให้มีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้การใช้ทรัพยากรเกิดประสิทธิภาพและสวัสดิการสูงสุดแก่ประเทศการส่งเสริมการออมอย่างเป็นระบบเพื่อเป็นแหล่งระดมทุนและเป็นหลักประกันในชีวิตของประชาชน และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้แรงงานและการพัฒนาแหล่งพลังงานทางเลือก เพื่อลดการพึ่งพิงการนำเข้าพลังงานและประหยัดเงินตราต่างประเทศ

3. การสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม โดยส่งเสริมการแข่งขันการประกอบธุรกิจในระบบอย่างเสรี เป็นธรรม และป้องกันการผูกขาด กระจายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไปสู่ภูมิภาคอย่างสมดุลและเป็นธรรม ให้ประชาชนเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึง เพียงพอ และสอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่ เพิ่มประสิทธิภาพและความครอบคลุมของการให้บริการของระบบการเงินฐานรากให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการพัฒนาองค์การการเงินชุมชนให้เข้มแข็ง รวมทั้งดำเนินนโยบายการคลังเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้ โดยกระจายอำนาจการจัดเก็บภาษี การจัดทำงบประมาณและการเบิกจ่าย และการกอบกู้หนี้ภายใต้กรอบการรักษาวินัยทางการคลังสู่ท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับ

1. การรักษาฐานทรัพยากรและความสมดุลของระบบนิเวศ เพื่อรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสร้างองค์ความรู้ ส่งเสริมสิทธิชุมชนและการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากร ตลอดจนพัฒนาระบบการจัดการร่วมเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดเขต และการจัดการเชิงพื้นที่ภายใต้การจัดทำข้อตกลงกับชุมชนท้องถิ่นในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติหลัก ได้แก่ ดิน น้ำ ป่าไม้ ทรัพยากรทะเลและชายฝั่ง ทรัพยากรแร่ รวมถึงการมีมาตรการหยุดใช้ทรัพยากรที่สำคัญที่ถูกทำลายสูงเป็นการชั่วคราว และการสร้างกลไกแก้ปัญหาความขัดแย้งอย่างสันติวิธี รวมทั้งการพัฒนาระบบการจัดการและการป้องกันภัยพิบัติ

2. การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยการปรับแบบแผนการผลิตและพฤติกรรมบริโภคไปสู่การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน เพื่อลด

ผลกระทบต่อฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดนโยบายสาธารณะ และใช้กลไกทางเศรษฐศาสตร์ทั้งด้านการเงินและการคลัง รวมทั้งการสร้างตลาดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อลดมลพิษและควบคุมกิจกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต โดยผลักดันให้เกิดระบบประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ ระบบประเมินผลกระทบทางสังคมและสุขภาพในโครงการพัฒนาของรัฐ หรือที่รัฐอนุมัติให้เอกชนดำเนินการ ควบคู่กับการยกระดับขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีกลไกกำหนดจุดยืนต่อพันธกรณีและข้อตกลงระหว่างประเทศด้านสิ่งแวดล้อม

3. การพัฒนาคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางสำคัญ เริ่มจากการจัดการองค์ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกันการคุ้มครองทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพจากการคุกคามภายนอก โดยเฉพาะจากพันธกรณีระหว่างประเทศสร้างระบบการคุ้มครองสิทธิชุมชน และการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม ส่งเสริมการใช้ความหลากหลายทางชีวภาพในการสร้างความมั่นคงของภาคเศรษฐกิจท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งพัฒนาขีดความสามารถและสร้างนวัตกรรมจากทรัพยากรชีวภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบ พ.ศ. 2550 – 2554)

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลกไปแล้ว เป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุกประเทศในโลกนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนกลายมาเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ตั้งว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมายประเภทกระจายอยู่ทั่วภูมิภาค ทั้งที่เป็นแหล่งธรรมชาติ-กึ่งธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งเก่าและใหม่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ นับว่ามีคุณค่า มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และมีศักยภาพสูงเหมาะสมที่จะนำมาพัฒนา เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จนอาจกล่าวได้ว่า สิ่งเหล่านี้คือ มรดกทางการท่องเที่ยว (Tourism Heritage) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544: 1) อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว นับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่น่ารายได้เข้าประเทศเป็นอันดับต้น ๆ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญและดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากขึ้นโดยเริ่มให้มีการประชาสัมพันธ์ “ปีท่องเที่ยวไทย” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสู่ประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น จากข้อมูลของ WTO ที่ได้ระบุในโครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2533 – 2542 อัตราการขยายตัวของการท่องเที่ยวประเทศไทยสูงถึงร้อยละ 5.7 ต่อปี รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยก็ได้ให้ความสำคัญหันมานิยมท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจหลากหลายประเภทเติบโตตามไปด้วย อาทิ ธุรกิจโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ขนส่ง ฯลฯ อีกทั้งสร้างรายได้และอาชีพให้กับประชาชนในแต่ละภูมิภาคและท้องถิ่น ผลจากการศึกษาของ WTO มีอัตราการขยายตัวของรายได้ร้อยละ 3.2 ซึ่งหากพิจารณาในแง่ด้านเศรษฐกิจจากจำนวนรายได้ จำนวนของนักท่องเที่ยว นับว่าแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีอัตราที่เพิ่มขึ้นมาตลอด การที่จะจัดการการท่องเที่ยวให้ได้ผลที่

ชัดเจนและยั่งยืนนั้น จะต้องสร้างประโยชน์ สร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นนั้น ๆ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย ในขณะนี้ได้มีการเปิดเส้นทางใหม่มากมายและหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวแบบชุมชน ซึ่งผลพลอยได้ที่สำคัญ คือ สามารถที่จะช่วยเหลือภาคการเกษตรของประเทศให้มีรายได้มากขึ้น นโยบายหลักของการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแบบยั่งยืน (นริศรา นงนุช, 2544)

สำหรับยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ 4 ปี กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาปี พ.ศ. 2551 - 2554 ได้กล่าวถึง กลยุทธ์การสร้างเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดังนี้

1. ส่งเสริมให้ปี 2551 - 2552 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย ประทับใจไทยแลนด์
2. ส่งเสริมตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน
3. เสริมสร้างศักยภาพเครือข่ายพันธมิตรด้านการเตรียมความพร้อมสินค้าและบริการด้านการลงทุนและด้านการตลาด

4. พัฒนาระบบสารสนเทศในการบริการและบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
5. สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว
6. ส่งเสริมสนับสนุน อุตสาหกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย
7. เพิ่มความเข้มงวดในการตรวจตรา ดูแล และการปฏิบัติตามกฎหมายของเจ้าหน้าที่
8. ผลักดันมาตรการป้องกันการแสวงหาประโยชน์ทางเพศจากเด็กในธุรกิจท่องเที่ยว

กลยุทธ์การปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวและบริการ ดังนี้

1. ส่งเสริม พัฒนาและยกระดับสินค้า บริการ และมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ

2. เร่งพัฒนา พื้นฟู แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพให้ได้มาตรฐาน และยั่งยืน

3. ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ
4. ผลักดันให้มีการปรับปรุงพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุก

กลุ่ม

5. สนับสนุนและผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มความร่วมมือและเครือข่ายพันธมิตร เพื่อสร้างความเชื่อมโยงของพื้นที่ท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ

6. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงกลุ่มพื้นที่และกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพในลักษณะของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน

จึงเป็นที่ตระหนักดีว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้เป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่แสดงบทบาทเด่นชัดในตลอดสี่ทศวรรษที่ผ่านมา ความสำเร็จโดยรวมหรือบางส่วนนั้น ย่อมมาจากพลังของฟันเฟืองหรือพลังขับเคลื่อนทั้งส่วนเล็กและส่วนน้อยที่ช่วยกันผลักดันให้เกิดอุตสาหกรรมนี้เคลื่อนไหวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง และแสดงบทบาทนำในการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมายหลายร้อยสาขา เป็นการสร้างความมั่งคั่งให้กับประชาชน และประเทศชาติอย่างเอนกอนันต์ และนำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวไทย

ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจและการเมืองทั้งภายนอกและภายในที่เกิดขึ้นหลายครั้งใน ระยะที่ผ่านมา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยได้พิสูจน์ให้เห็นว่ามีความสามารถที่จะยืนหยัดอยู่ได้ และสามารถที่จะให้ความหวังได้ว่า พลังแห่งอุตสาหกรรมนี้จะสามารถเข้ามาช่วยกอบกู้สถานภาพทาง เศรษฐกิจและการเมืองที่ตกต่ำอย่างมีประสิทธิภาพได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามความสำเร็จที่จะนำ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยไปสู่ความมีคุณภาพและความเป็นเลิศได้ ย่อมขึ้นอยู่กับพลัง ขับเคลื่อนที่เข้มแข็ง มีโครงข่ายและระบบงานที่ดีและมีคุณภาพ จึงจะสามารถสร้างผลประโยชน์สูงสุด ให้กับประเทศชาติและประชาชนได้

“การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” จึงเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สามารถดำรงคุณค่าหรือ ความเป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ยาวนานไม่มีที่สิ้นสุด และไม่สร้างความเสื่อมโทรมหรือ เปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมของแหล่งและบริเวณโดยรอบ โดยปกป้องและรักษาโอกาสให้กับคนในรุ่น ต่อ ๆ ไปในอนาคต ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งหมดที่จะสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในขณะที่จะสามารถดำรงรักษาเนื้อหาทางวัฒนธรรม กระบวนการทาง นิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการเกื้อหนุนและระบบ ต่าง ๆ ที่เกื้อหนุนชีวิต พืช สัตว์ และมนุษย์ทั้งหลาย (World Tourism Organization, 1998) จึงเป็น การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างสูงทั้งในประเทศและต่างประเทศ องค์การ การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้รณรงค์ส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในเรื่องนี้มากยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทำ รายได้ให้กับประเทศไทยมากขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภูเขา ทะเล น้ำตก โบราณสถาน โบราณวัตถุ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเองยังมีข้อจำกัดในการดูแลและรองรับการเข้าชม ซึ่งมาตรการและ แนวทางที่ต้องส่งเสริมก็คือ องค์กรความรู้ของคนในท้องถิ่นด้านการรักษาวัฒนธรรมประเพณี และ กิจกรรมพื้นบ้าน รวมทั้งอัยาศัยไมตรีที่ยิ้มแย้มแจ่มใส การต้อนรับที่ดีไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว

จังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือบนที่ราบสูงโคราช อยู่ห่างจาก กรุงเทพมหานครเป็นระยะทาง 259 กิโลเมตร มีขนาดของพื้นที่เป็นอันดับ 1 ของภาค สภาภูมิ ประเทศของจังหวัด มีทั้งที่เป็นภูเขาสูง ที่ราบลุ่ม พื้นที่ลูกคลื่นลอนตื้นและพื้นที่ลูกคลื่นลอนลึก มี ภูเขาที่สำคัญ ได้แก่ เขาเขียว เขากบินทร์ เขาบรรทัด เขาสนกำแพง เขาตงพญาเย็น เขาตงพญาไฟ และเขาใหญ่ พื้นที่จังหวัดนครราชสีมามีทรัพยากรสัตว์ป่าที่สำคัญหลายชนิด เช่น ช้าง เก้ง กวาง ลิง นกชนิดต่าง ๆ เป็นต้น ส่วนสัตว์ป่าชนิดหายากหรือใกล้จะสูญพันธุ์ ได้แก่ กระต๊อ แมวหลายหินอ่อน เสียงผา และนกเงือก เป็นต้น สัตว์ป่าใหญ่พบในพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติ ทับลาน และพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติต่าง ๆ ที่มีสภาพป่าธรรมชาติเป็นที่อยู่อาศัย ที่หลบซ่อน และ แหล่งอาหารของสัตว์ป่า มีศูนย์วัฒนธรรม มีงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เช่น งานฉลองวันแห่งชัย ชนะของท้าวสุรนารี งานประเพณีกินเขาคั่วของดีเมืองสูงเนิน งานประเพณีสงกรานต์อาหารย้อนยุค งานประเพณีแห่เทียนพรรษา งานเทศกาลเที่ยวพิมาย เป็นต้น อีกทั้งจังหวัดนครราชสีมายังมี โบราณสถาน ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ อาทิ อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ประตูปฐมพล ศาลเจ้า พ่อหลักเมือง ศาลเจ้าพ่อช้างเผือก วัดศาลาลอย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี ปราสาทหินพนมวัน ปราสาทหินพิมาย ดินด่านเกวียน พิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง ปรางค์กู๋บ้านสีดา ปรางค์ กู๋ ปราสาทหินนางรำ ทุ่งสัมฤทธิ์ บ่อไก่ พระนอนหินทรายเมืองเสมา ปราสาทหินเมืองเก่า ปราสาท

หินเมืองแขกและปราสาทหินโนนคุ้ ปรางค์บึงคำ ปรางค์นาแค ปรางค์บ้านปรางค์ วัดพระยาโคตหัก โนนหิน ชุมชนโบราณบ้านปราสาท ภาพแกะสลักหินในถ้ำวัวแดง ปรางค์ครบุรี ปรางค์พะโค ปราสาท หินถนนหัก เป็นต้น และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ น้ำตกมวกเหล็ก น้ำตกป๋องซัย น้ำตกวะภูแก้ว อ่างเก็บน้ำลำตะคอง อ่างเก็บน้ำลำพระเพลิง ไทรงาม อุทยานไม้ กลายเป็นหิน และศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย เป็นต้น ด้านการท่องเที่ยวในปี 2550 จังหวัด นครราชสีมามีรายได้จากธุรกิจด้านการท่องเที่ยว จำนวน 8,208.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 5.58 เนื่องมาจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นประตูสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปยังจังหวัดอื่น ๆ ผู้ที่เดินทางผ่านไปมาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ย่อมแวะพัก หรือหาของฝากกลับบ้านจึงส่งผลดีต่อธุรกิจ โรงแรม และร้านอาหารของที่ระลึกอีกด้วย ผู้ที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่เป็นชาว ไทยร้อยละ 98.1 ชาวต่างประเทศ ร้อยละ 1.9 จะเห็นได้ว่าการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวสามารถเพิ่ม รายได้ให้กับประชากรในจังหวัด และยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ซึ่งผู้บริหารระดับสูงในจังหวัด เล็งเห็นประโยชน์และให้ความสำคัญ โดยจะต้องส่งเสริมด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ทั้งในและ ต่างประเทศรวมถึงการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาเส้นทางคมนาคมให้สามารถ เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นอย่างเป็นโครงข่าย แต่จากศักยภาพการท่องเที่ยวของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีอยู่กลับไม่ได้ทำให้การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือขยายตัว ระดับ การพัฒนาการท่องเที่ยวและอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น จึง เป็นประเด็นที่น่าศึกษาหาปัญหาและสาเหตุที่ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำข้อเสนอแนะเพื่อเป็นกำหนดยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัด นครราชสีมาซึ่งถือว่าเป็นประตูสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและกลุ่มประเทศอินโดจีน เพื่อให้ การพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นการพัฒนาที่มีความยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ คือการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปยังทุกส่วนของภาค ด้านสังคม คือ คงไว้ซึ่งวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม คือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้วิจัยจะทำการ ศึกษาภายใต้หัวข้อเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา” จึงมีคำถามการวิจัยว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา เป็น อย่างไร

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดนครราชสีมา
- 1.2.3 เพื่อศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดนครราชสีมา

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยการบริหารภาครัฐ นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน การร่วมมือพัฒนาผู้ประกอบการ การร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และการตลาดอย่างมีวิสัยทัศน์มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

1.3.2 ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยว การส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการตลาด การร่วมมือพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นการท่องเที่ยว และการประสานงานสร้างเครือข่ายมีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

1.3.3 ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น การมีส่วนร่วมในการรักษา ระบบนิเวศวิทยา วัฒนธรรม และประเพณี การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น การสร้างจิตสำนึก ปกป้องผลประโยชน์แห่งท้องถิ่น การใช้ทรัพยากร และการดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และการให้บริการที่ดีและการรักษาความปลอดภัยมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

1.4 ขอบเขตการวิจัย

- 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาหรือตัวแปรที่ศึกษา
- 1) ปัจจัยการบริหารภาครัฐ
 - 2) ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน
 - 3) ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง บุคลากรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง บุคลากรองค์กรท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่ ใช้สถานที่จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 8 อำเภอ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอปากช่อง อำเภอปักธงชัย อำเภอวังน้ำเขียว อำเภอสีคิ้ว อำเภอพิมาย อำเภอโชคชัย และอำเภอสูงเนิน

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ใช้ระยะเวลาทั้งหมดทุกขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยระหว่าง ธันวาคม 2552 ถึงมีนาคม 2555 รวมเป็นเวลา 2 ปี 4 เดือน

1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) ที่มีทั้งวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม สามารถก่อให้เกิดความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ เพิ่มคุณภาพการท่องเที่ยวและ

ประชากรในท้องถิ่นให้มีการกินดีอยู่ดี มีการจัดการที่เหมาะสม สงวนรักษาสิ่งแวดล้อม และตลอดจนทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวให้อยู่นานที่สุด

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนครราชสีมาและคนในท้องถิ่นโดยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ รวมถึงผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่พักค้างคืน

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ได้แก่ น้ำตก ถ้ำ ภูเขา เขตรักษาพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ เขื่อน ฯลฯ สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรม เป็นสถานที่ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเป็นอยู่ วิถีชีวิตซึ่งเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ หมายถึง วิธีการที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา โดยการวิเคราะห์สภาพทั่วไปในการดำเนินงาน การสัมมนา และแบบสอบถาม เพื่อทำการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ซึ่งยุทธศาสตร์ต้องมีเป้าประสงค์ร่วมกัน และมีทางเลือกในการดำเนินการที่กำหนดอย่างชัดเจน เพื่อเป็นกรอบความคิดชี้้นำในการปฏิบัติ รวมทั้งมีเครื่องมือและกลไกเร่งรัดในการพัฒนาเพื่อชี้แนวทางการเร่งรัดกระบวนการดำเนินงานเพิ่มประสิทธิภาพของยุทธศาสตร์และยุทธวิธีที่กำหนดไว้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง รูปแบบหรือวิธีการที่ช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวภาครัฐ การบริหารจัดการการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว การพัฒนามาตรฐานการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและโดดเด่นยิ่งขึ้น เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัจจัยการบริหารภาครัฐ หมายถึง การสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจากภาครัฐเฉพาะผู้มีส่วนในการกำหนดนโยบายและการบริหารคือส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาในประเด็นต่อไปนี้คือนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน การร่วมมือพัฒนาผู้ประกอบการ การร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน หมายถึง การบริหารจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบกิจการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมาย เพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาในประเด็นการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยว การส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการตลาด การพัฒนา การร่วมมือพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น การท่องเที่ยว และการประสานงานสร้างเครือข่าย

ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น หมายถึง การที่ประชาชนในท้องถิ่นหรือองค์กรท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วมและมีหุ้นส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตั้งแต่การมีส่วนร่วมในการรักษาระบบนิเวศวิทยา วัฒนธรรม และประเพณี การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น

การสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แห่งท้องเที่ยว การใช้ทรัพยากร และการดูแลผลประโยชน์ แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และการให้บริการที่ดี มีจิตอาสาและการรักษาความปลอดภัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยนี้ทำให้ได้ประโยชน์ คือ

1.7.1 ได้ข้อมูลสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

1.7.2 ได้ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อกำหนดนโยบายการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

1.7.3 ได้ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ที่สามารถนำไปเป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

1.7.4 ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาให้มีมาตรฐานระดับชาติ และนานาชาติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด นครราชสีมา ผู้วิจัยมุ่งศึกษาค้นคว้ารวบรวมจากตำรา เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็น ต่าง ๆ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เรื่องความหมายของยุทธศาสตร์ เรื่อง กระบวนการทางยุทธศาสตร์ เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายกับยุทธศาสตร์ และยุทธศาสตร์ การพัฒนา แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย เรื่องความหมายของการท่องเที่ยว เรื่อง ความสำคัญของการท่องเที่ยว เรื่องประเภทของการท่องเที่ยว เรื่ององค์ประกอบของการท่องเที่ยว เรื่องเงื่อนไขของการกำหนดแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วย เรื่องแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรื่องความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และเรื่อง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ซึ่งประกอบไปด้วย เรื่องสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย เรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย เรื่องโครงสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย และเรื่องกฎหมายสำคัญที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย บริบทจังหวัดนครราชสีมา ซึ่ง ประกอบไปด้วยเรื่องสภาพทั่วไปของจังหวัด เรื่องสถานการณ์และแนวโน้มด้านสังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่องการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม และเรื่องประเด็นยุทธศาสตร์ การพัฒนาจังหวัด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์

ในการนำเสนอเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยนำเสนอเป็นลำดับดังนี้ คือ 1) ความหมายของยุทธศาสตร์ 2) กระบวนการเชิงยุทธศาสตร์ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายกับ ยุทธศาสตร์ และ 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนา ตามลำดับ

2.1.1 ความหมายของยุทธศาสตร์

Morrison, Renfro & Boucher (1987) ให้ความหมาย คำว่า ยุทธศาสตร์ หรือ กลยุทธ์ (Strategy) มาจากภาษากรีกว่า Strategos ซึ่งเป็นการรวมคำ 2 คำเข้าด้วยกันคือ คำว่า stratos ที่แปลว่า กองทัพ และคำว่า Ago ที่เป็นคำกริยา ซึ่งแปลว่า นำ (Lead) รวมแปลได้ว่า ความ ชำนาญของนายพล ดังนั้น คำนี้จึงหมายถึง วิธีที่นายพลทหารเตรียมตัวเพื่อการต่อสู้ในการสงคราม ส่วน สุวิชัย ศุภรานนท์ (2549) ให้ความหมายที่สอดคล้องกันว่า คำว่า ยุทธศาสตร์ หรือ กลยุทธ์ (Strategy) เกิดจากคำว่า Stratos หมายถึง Army (กองทัพ) กับคำว่า Agein หมายถึง Lead (การนำ) แปลโดยความหมายว่า Leading The Total Organization ถอดความเป็นภาษาไทยได้ว่า การนำองค์การโดยรวม โดยทั่วไปแล้ว กลยุทธ์จะหมายถึง แผนงาน แนวทาง หรือวิธีการที่จะนำ องค์การไปสู่ผลที่สอดคล้องกับภารกิจและจุดมุ่งหมายรวมขององค์การ

ในต้นศตวรรษที่ 19 มีการใช้คำว่า “ยุทธศาสตร์” ในความหมายว่า การใช้ ทรัพยากรหรือภารกิจสงครามของนายทหารระดับสูง กล่าวคือ เป็นการเตรียมการเพื่อทำสงครามโดย ใช้แผนที่ (การวางแผนการสงคราม) หรือหมายถึงการใช้การรบเพื่อให้ได้ชัยชนะในการณรงค์ทาง

ทหาร แต่พอถึงปลายศตวรรษที่ 19 จนถึงศตวรรษที่ 20 คำว่ายุทธศาสตร์กลับไม่มีความหมายที่แน่ชัด จนไม่สามารถกำหนดความหมายให้เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปได้ และที่สำคัญกว่านั้นคือ มีการใช้คำนี้อย่างกว้างขวาง จนขาดความหมายที่แจ่มชัดในตัวเอง ปัจจุบัน พจนานุกรมศัพท์ทหารของสำนักงานคณะเสนาธิการร่วมของสหรัฐอเมริกาให้ความหมายของคำว่า “ยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ หมายถึง ศาสตร์และศิลปะของการพัฒนาและการใช้กำลังทั้งการเมือง ทางเศรษฐกิจ ทางจิตวิทยา และทางทหารตามความเป็นจริง ทั้งในยามสันติและยามสงครามเพื่อที่จะก่อให้เกิดการสนับสนุนอย่างเต็มที่ต่อนโยบายของชาติ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเพิ่มพูนความเป็นไปได้ที่จะได้รับชัยชนะและผลสืบเนื่องในทางเป็นประโยชน์จากชัยชนะ และเพื่อลดโอกาสของการพ่ายแพ้ (สุรชาติ บำรุงสุข, 2537)

ทวีชัย บุญเติม (2540) และอุทิศ ขาวเขียว (2549) กล่าวสอดคล้องกันว่า แผนยุทธศาสตร์หรือแผนกลยุทธ์เป็นเทคนิคการวางแผนที่เดิมใช้เพื่อการรบ โดยมีหลักฐานปรากฏในประเทศจีนจากตำราพิชัยสงครามของ ซุนวู ที่ได้รวบรวมหลักการวางแผนยุทธศาสตร์ทางการทหารไว้ วงการทหารจึงรับแนวทางนี้ใช้กันต่อมา และแพร่เข้าไปในวงการธุรกิจ โดยธุรกิจภาคเอกชนได้ประยุกต์แนวคิดวิธีการของแผนยุทธศาสตร์มาใช้ในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยคำนึงถึงการแข่งขันให้อยู่รอดและการมุ่งหวังกำไรเป็นหลัก ต่อมานักวางแผนภาครัฐได้นำแนวปฏิบัติของภาคเอกชนมาประยุกต์ต่อเพื่อให้การบริหารภาครัฐสามารถปรับแนวทาง และกลไกได้ทัน ยุคสมัยโดยปรับเปลี่ยนข้อคำนึงหลักการการดำเนินการเป็นการสนองความต้องการของประชาชนเป็นหลัก และปรากฏภายหลังว่าข้อคำนึงดังกล่าวมีผลต่อการสร้างเสถียรภาพแก่การประกอบการได้มากกว่าภาคเอกชนจึงหันมาคำนึงถึงหลักการสนองความต้องการของลูกค้าเช่นเดียวกัน เพื่อหวังให้องค์การมีเสถียรภาพด้านการตลาดในระยะยาวมากกว่า ปัจจุบันเทคนิคการวางแผนยุทธศาสตร์หรือแผนกลยุทธ์ ทั้งของภาครัฐและเอกชน ไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งในแง่แนวความคิด ข้อคำนึงและวิธีการวางแผน ทั้งยังแพร่หลายเข้าไปในวงการศึกษาอีกด้วย กล่าวโดยสรุป ยุทธศาสตร์หรือ กลยุทธ์คือวิธีการที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา โดยการมองทิศทางการจัดการท่องเที่ยวไปสู่อนาคต ซึ่งได้มาโดยการวิเคราะห์สภาพทั่วไปในการดำเนินการสัมมนา และแบบสอบถาม เพื่อบูรณาการให้เกิดยุทธศาสตร์ที่ได้จากการพัฒนาร่วมกัน กล่าวได้คือ ยุทธศาสตร์ หมายถึง วิธีการที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา โดยการวิเคราะห์สภาพทั่วไปในการดำเนินการ สัมมนา และแบบสอบถาม

2.1.2 กระบวนการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Process)

Certo & Peter (1991) กล่าวว่า กระบวนการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Process) มี 5 ขั้นตอน ดังนี้คือ

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม คือ การพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อนภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสและอุปสรรคต่อองค์กร ซึ่งเป็นเงื่อนไขต่อความสำเร็จขององค์กร
2. การกำหนดทิศทางขององค์กร คือ การนำพันธกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กรมาพิจารณาโดยเน้นประโยชน์ที่จะได้รับ
3. การกำหนดยุทธศาสตร์ คือ การพิจารณาออกแบบและเลือกยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมเพื่อนำไปปฏิบัติแล้วทำให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์

4. การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ คือ การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ โดยคำนึงถึงโครงสร้างองค์การและวัฒนธรรมองค์การ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ

5. การควบคุมยุทธศาสตร์ คือ การติดตามผลการปฏิบัติงาน และประเมินผลกระบวนการดำเนินการ

Quinn, Mintzberg & James (1988 อ้างถึงใน ศุภลักษณ์ วิริยะสมุน, 2547) กล่าวว่า กระบวนการยุทธศาสตร์ ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 3 ขั้นตอนซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการบริหารระดับสูงและเป็นงานที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง คือ

1. การจัดทำยุทธศาสตร์ (Strategy Formulation)
2. การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ (Strategy Implementation) และ
3. การประเมินยุทธศาสตร์ (Strategy Evaluation)

ธงชัย สันติวงษ์ (2537) กล่าวสรุปว่า กระบวนการยุทธศาสตร์ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน ได้แก่

1. การพัฒนาหรือการจัดทำยุทธศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1.1 การวิเคราะห์ทรัพยากรภายใน จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อประเมินกำลังความสามารถในการดำเนินการต่อไป

1.2 การวิเคราะห์และเสาะหาโอกาสที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมภายนอก และปัญหาอันอาจเกิดขึ้นที่องค์กรควรรับทราบไว้ล่วงหน้า

1.3 การพิจารณาหรือทำความเข้าใจเกี่ยวกับค่านิยม หรือเป้าหมายส่วนบุคคลของกลุ่มบุคคลหรือตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อองค์กรโดยตรง

1.4 การพิจารณากำหนดภาพพจน์ขององค์กร ในส่วนที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบที่ต้องพึงมีต่อสังคม

2. การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ เป็นงานของผู้บริหารระดับสูงที่จะต้องอาศัยความร่วมมือ อย่างกว้างขวางจากผู้บริหารระดับกลางและระดับต่ำกว่าลงไปมากกว่าการจัดทำยุทธศาสตร์สิ่งที่จำเป็นในการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ ได้แก่

2.1 การจัดกลุ่มงานหรือจัดองค์การ เพื่อให้สามารถดำเนินการจนประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เป็นที่ยอมรับกันว่า ยุทธศาสตร์หนึ่งทีพัฒนาขึ้นมาแล้วนั้นต้องมีโครงสร้างขึ้นมารองรับเพื่ออำนวยความสะดวกให้กลยุทธ์นั้นสามารถดำเนินการได้จนเป็นสำเร็จผลอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 การจัดระบบข่าวสารข้อมูล ระบบข้อมูลสำหรับส่วนรวมทั้งหมดที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ จะต้องเอื้ออำนวยให้งานขององค์กร และสมาชิกขององค์กรสามารถทำงานติดต่อกันไปได้โดยสะดวก

2.3 การควบคุม มีความสำคัญ 2 ประการ คือ ประการแรก เพื่อที่จะแจ้งให้ผู้บริหารทราบว่าสิ่งต่าง ๆ ได้ดำเนินการไปสอดคล้องและเป็นไปตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และแผนงาน เพียงใด และประการที่สอง เพื่อเป็นเครื่องมือที่จะใช้กระตุ้นหรือจูงใจสมาชิกขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่จะทำให้งานนั้นดำเนินต่อไปด้วยดี ฝ่ายบริหารจะใช้การควบคุมนี้สำหรับทบทวนผลงานเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงแผน หรือตัดสินใจเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกลยุทธ์ก็ได้

การบริหารเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Management) เป็นการนำกระบวนการเชิงยุทธศาสตร์มาดำเนินการให้เป็นผลสำเร็จ ประกอบด้วยขั้นตอนจำนวน 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Analysis) ขั้นตอนในการกำหนดทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Choice) และขั้นตอนในการนำแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ (Strategic Implementation) ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2546)

1. ขั้นตอนการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Analysis) หมายถึง ขั้นตอนในการวิเคราะห์องค์ประกอบทั้งหมด 3 ประการ อันได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในขององค์กร และการวิเคราะห์ทัศนคติ ค่านิยมหรือวัฒนธรรมขององค์กร โดยมีเป้าหมายที่จะกำหนดสิ่งที่เรียกว่า “ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์”

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรนั้น คือ การวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคม อุตสาหกรรมและธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยพิจารณาถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อที่จะหาข้อสรุปว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจหรือต่อองค์กรในเชิงบวกหรือเชิงลบ ถ้ากระทบกับองค์กรในเชิงบวกก็ถือว่าเป็น “โอกาส” (Opportunity) แต่ถ้ากระทบกับธุรกิจหรือองค์กรในเชิงลบก็ถือว่าเป็น “อุปสรรคที่คุกคาม” (Threat)

ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในขององค์กรนั้น หมายถึง การพิจารณาถึงโครงสร้างองค์กร ทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร ทรัพยากรด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน เทคโนโลยี สถานที่ตั้ง ฐานลูกค้าและอื่น ๆ เพื่อที่จะดูว่าสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาเหล่านั้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งแล้วเป็น “จุดอ่อน” (Weakness) หรือเป็น “จุดแข็ง” (Strength)

องค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Analysis) คือ การวิเคราะห์ค่านิยม ความคาดหวัง ตลอดจนวัฒนธรรมขององค์กร เพราะองค์ประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายแตกต่างกัน การพิจารณาแนวความคิดของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ในองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะที่จะดำเนินการองค์การประกอบด้วยการทำงานที่จะดำเนินการตามแผนเชิงยุทธศาสตร์ให้ได้ผลนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงข้อเท็จจริงในการที่จะทำให้แผนนั้นสามารถปฏิบัติได้ ข้อเท็จจริงส่วนหนึ่งที่ต้องคำนึงคือ แนวความคิดหรือค่านิยมของคนในองค์กร การบริหารเชิงยุทธศาสตร์จึงต้องคำนึงข้อเท็จจริงในด้านบทบาทและอำนาจของกลุ่มต่าง ๆ ว่ากลุ่มใดมีอำนาจและพลังที่จะผลักดันนโยบายที่กำหนดไว้ให้เป็นผลสำเร็จ การศึกษาถึงค่านิยมของกลุ่มต่าง ๆ ในองค์กรและการพัฒนาทิศทางและนโยบายขององค์กรให้สอดคล้องกับกลุ่มคนเหล่านั้นจึงเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ด้วย

สรุป การวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์มีเป้าหมายสำคัญคือ การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ขององค์กร โดยพิจารณาถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและพิจารณาถึงข้อเท็จจริงในจุดอ่อนจุดแข็งขององค์กร ตลอดจนค่านิยมต่าง ๆ เพื่อที่จะให้การวางตำแหน่งนั้น สอดคล้องและเป็นไปได้ และสามารถที่จะปรับตัวไปตามเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมอันเหมาะสม

2. ขั้นตอนการกำหนดทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Choice) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 เป็นการกำหนดแนวทางหรือทางเลือกทางยุทธศาสตร์ (Strategic Option) คือ หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน จะเป็นการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาองค์การ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและตั้งอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน และความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติบนพื้นฐานการศึกษาค่านิยมของกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งเป็นการกำหนดแนวทางการพัฒนาองค์การไปสู่อนาคต เป็นการกำหนดทิศทางระยะยาวของพัฒนาการขององค์การ ตลอดจนการกำหนดแนวทางหรือยุทธศาสตร์ในทางเลือกต่าง ๆ เพื่อที่บรรลุสู่ทิศทางที่ได้ทิศทางที่ได้กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการประเมินทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ เมื่อมีการกำหนดทางเลือกในเชิงยุทธศาสตร์หลาย ๆ แนวทางแล้ว จะมาสู่ขั้นศึกษาถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมของแนวทาง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นการประเมินทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งจะเป็แนวทางที่คำนึงถึงจุดอ่อนจุดแข็งขององค์การและความเป็นไปได้ที่มีการปฏิบัติบนพื้นฐานของค่านิยม และเป็นแนวทางที่สามารถดำเนินไปอย่างสอดคล้องกับโอกาสที่เปิดกว้างในอนาคต ตลอดจนเป็นแนวทางที่สามารถหลีกเลี่ยงหรือป้องกันภัยอันตรายของการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม แนวทางดังกล่าวนี้อาจเรียกว่า “ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมที่สุด” (Strategic Fit)

ขั้นตอนที่ 3 เป็นการเลือกยุทธศาสตร์ หลังจากที่ได้มีการประเมินถึงข้อดี ข้อเสียของทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว ก็จะเป็นช่วงของการตัดสินใจเลือกทางเลือกหนึ่งให้เป็นการยุติในการนี้ต้องยอมรับว่า ประเด็นหรือค่านิยมของผู้นำหรือฝ่ายบริหารนั้นมีน้ำหนักมากในการเป็นตัวกำหนดทางเลือก บ่อยครั้งทางเลือกที่เลือกไว้ เกิดจากอารมณ์หรือความผูกพันของผู้นำองค์การ หรือเป็นผลมาจากการต่อสู้ทางการเมืองในระดับองค์การมากกว่าทางเลือกที่มีเหตุผล

โดยสรุปแล้ว การประเมินทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์นั้น เป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือ ต้องการที่จะดูถึงยุทธศาสตร์หรือแนวทาง หรือนโยบายที่เหมาะสมที่สุด ภายใต้ความเป็นไปได้และแนวทางสามารถสร้างความก้าวหน้าให้แก่องค์การได้มากที่สุด

3. ขั้นตอนการนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) หมายถึง ขั้นตอนที่จะมีการวางแผนใช้ทรัพยากร ทั้งด้านการเงิน บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ การสร้างเครือข่ายหรือการปรับโครงสร้างองค์การให้เหมาะสม เพื่อสามารถนำแนวทางหรือกลยุทธ์ที่ได้ตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติได้ นอกจากนี้ยังหมายถึงองค์ประกอบในการจัดแบ่งโครงสร้างองค์การรวม การกำหนดระบบบริหาร ตลอดจนการกำหนดระบบเกี่ยวกับสารสนเทศ และการสร้างค่านิยมหรือวัฒนธรรมขององค์การอีกด้วย

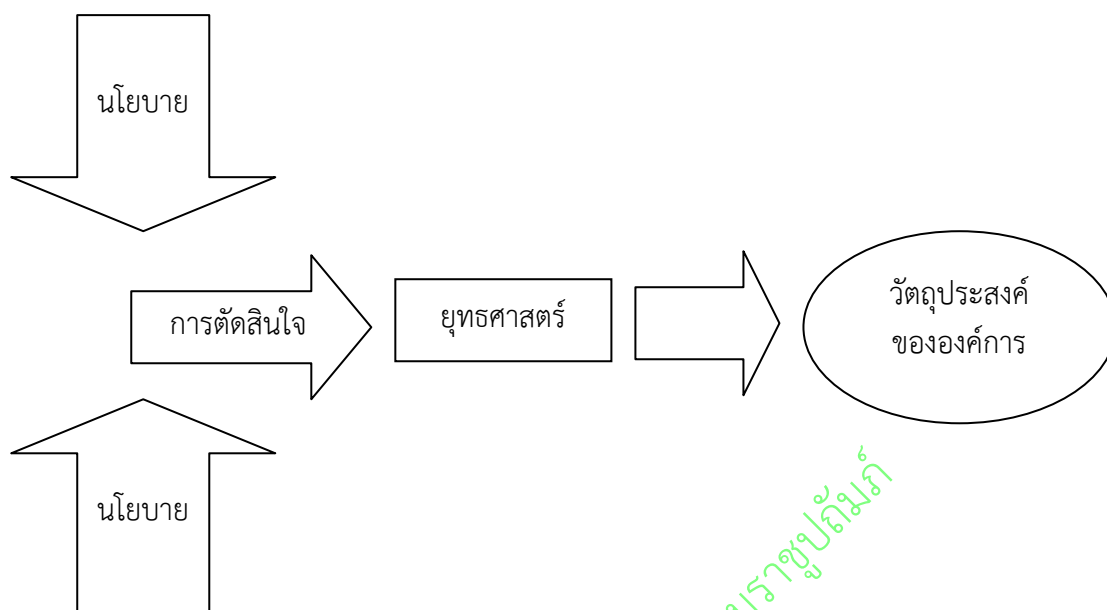
อุทิศ ขาวเขียว (2549) ได้กล่าวถึงการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ สรุปได้ว่าการวางแผนยุทธศาสตร์มีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วนใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) องค์ประกอบหลัก ส่วน “เป้าประสงค์ร่วม” ซึ่งประกอบด้วยวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์หลัก องค์ประกอบส่วนนี้หากชัดเจน จะหน้าที่เสริมการประสานงานแก่องค์การและ/หรือเป็นส่วนชี้้นำให้เห็นทิศทาง การพัฒนาเป็น “วิสัยทัศน์” ที่องค์การประสงค์ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาในการพัฒนาที่สมเหตุสมผล ส่วนพันธกิจจะชี้้นำให้เกิดความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ที่สำคัญที่สุดขององค์การ ต้องทำอย่างมีบูรณาการภายใต้แผนต่าง ๆ ส่วนวัตถุประสงค์หลัก เป็นเกณฑ์ที่ต้องบรรลุ หรือระดับความสำเร็จ(ผลกระทบ/

ผลลัพธ์) ที่ต้องถูกประเมิน เพื่อเป็นหลักประกันว่า องค์การได้ดำเนินการตามแผนไปสู่ทิศทางที่ก่อให้เกิดวิสัยทัศน์ที่วาดหลังไว้ 2) องค์ประกอบด้าน “ทางเลือกการดำเนินการ” ซึ่งได้แก่ ยุทธศาสตร์/ยุทธวิธี ที่กำหนดอย่างชัดเจนขึ้น เป็นกรอบความคิดที่ชี้แนวทางแก่การปฏิบัติการหลักของ แผนว่า แนวทางที่เหมาะสมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของแผนมีอย่างไรบ้าง กรอบความคิดนี้ได้มาจากการผนวกประเด็นนำที่ได้จากการวิเคราะห์ และการจัดลำดับความสำคัญของสถานะแวดล้อม ทั้งด้าน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคนอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับพันธกิจขององค์การอีกด้วย และ 3) องค์ประกอบหลักด้านเครื่องมือกลไกเร่งรัดการพัฒนา” เพื่อสามารถชี้แนะแนวทางการเร่งรัดกระบวนการดำเนินงาน มีรูปแบบการปรับกระบวนการทำงานขององค์การ การปรับปรุง ระเบียบตลอดจนค่านิยม วัฒนธรรมและความเชื่อต่าง ๆ ภายในองค์การให้สนับสนุนแผนงาน โครงการ เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของยุทธศาสตร์และยุทธวิธีที่กำหนดไว้

กล่าวโดยสรุป การบริหารเชิงยุทธศาสตร์ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 3 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Analysis) การกำหนดทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Choice) และการนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation)

2.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายกับยุทธศาสตร์

จากการศึกษาองค์ประกอบของนโยบายอย่างกล่าวได้ว่า นโยบายและยุทธศาสตร์ ต่างเป็นประเภทของแผนงาน (Types of Plan) อันเป็นผลที่ได้จากกระบวนการวางแผน (Planning) ดังที่ กิ่งพร ทองใบ (2547) กล่าวว่า การวางแผนเป็นหน้าที่ทางการบริหาร (Managerial functions) หมายถึงกระบวนการในการกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในอนาคตขององค์การ เพื่อให้เป็นแนวทางในการหาวิธีดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบ 3 ประการคือ 1) จะต้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับอนาคต 2) จะต้องเป็นการกระทำ และ 3) จะต้องเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องจนสำเร็จตามเป้าหมาย ดังนั้น การวางแผนจึงเป็นกระบวนการวิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงระหว่างปัจจุบันเข้ากับอนาคตด้วยการพิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ และการเลือกแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เรียกว่า ยุทธศาสตร์ ส่วนแนวทางในการตัดสินใจดำเนินงานระหว่างทางเลือกทั้งหลายเรียกว่านโยบาย ดังนั้นยุทธศาสตร์และนโยบายจึงเป็นแผนระยะยาวขององค์การที่กำหนดขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ความสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์และนโยบายแสดงได้ ดังภาพที่ 2.1 (คณิง สายแก้ว, 2549)



ภาพที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายกับยุทธศาสตร์

จากภาพจะเห็นว่านโยบายเป็นกรอบที่กำหนดแนวทางสำหรับการดำเนินยุทธศาสตร์เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ และนโยบายจะมีความชัดเจนมากขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับการบริหารของผู้บริหาร ดังนั้นการบริหารเชิงยุทธศาสตร์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ของการกำหนดยุทธศาสตร์ การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติและการประเมินยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการบูรณาการหน้าที่ทางการจัดการ ซึ่งได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การ การนำ และการควบคุม ประเมินผล จึงต้องมีการพัฒนาแผนระยะยาวขององค์การบนพื้นฐานการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจากการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและประเมินจุดแข็ง จุดอ่อนจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน การตัดสินใจวางแผนยุทธศาสตร์ที่ดีต้องมองระยะยาว 5 - 10 ปี และเป็นแผนที่มุ่งการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป

เสนาะ ตีแยว (2546) และกิ่งพร ทองใบ (2547) ได้แสดงทัศนะว่าการวางแผนยุทธศาสตร์เป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์ เพื่อให้ได้วิธีการที่ดีที่สุดขององค์การ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการคือ 1) การกำหนดวัตถุประสงค์หรือวิสัยทัศน์ (Objective or Vision) 2) การระบุทิศทางหรือภารกิจ (Mission) 3) การกำหนดเป้าหมาย 4) การพัฒนายุทธศาสตร์ 5) การกำหนดนโยบาย ซึ่งสอดคล้องกับ Wheelen and Hunger (2000) กำหนดไว้ 4 ประการ อันได้แก่ 1) การระบุภารกิจหลัก 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ 3) การพัฒนายุทธศาสตร์ 4) การกำหนดนโยบาย และสอดคล้องกับที่ กล้า ทองขาว (2548) กล่าวถึง องค์ประกอบของการนำยุทธศาสตร์สู่ความสำเร็จในการปฏิบัติว่า ประกอบด้วย 1) วิสัยทัศน์ 2) พันธกิจ 3) เป้าหมาย 4) ยุทธศาสตร์ 5) มาตรการดำเนินการ และ 6) การประเมินผล โดยในการประเมินผลการปฏิบัติงาน สิ่งที่เป็นเครื่องแสดงถึงความสำเร็จในการปฏิบัติอาจพิจารณาได้จากผลผลิตที่เกิดขึ้น (Output) โดยในปัจจุบันจะต้องพิจารณาทั้งในด้านผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) โดยมีเกณฑ์ในการวัดที่กำหนด

ขึ้นซึ่งเรียกกันว่า ดัชนีบ่งชี้หรือตัวชี้วัดความสำเร็จ (Indicator) สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (2545) กล่าวถึงตัวชี้วัดความสำเร็จ (Indicator) ว่าเป็นเครื่องมือหรือสิ่งที่ยืนยันความสำเร็จของงานที่ได้ดำเนินการไปแล้วว่าสำเร็จหรือไม่ และถ้าสำเร็จจะมีมากน้อยเพียงไร ซึ่งตัวชี้วัดจะบ่งบอกสภาพความสำเร็จทั้งโดยตรงและโดยอ้อม และข้อมูลตัวชี้วัดความสำเร็จทั้งการวัดผลผลิต (Output) และการวัดผลลัพธ์ (Outcomes) ในด้านตัวชี้วัดผลผลิต (Output Indicators) เป็นตัวชี้วัดที่แสดงปริมาณ จำนวนสิ่งของที่เป็นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม และ/หรือจำนวนผู้ได้รับการบริการ ส่วนตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcomes Indicators) เป็นตัวชี้วัดที่แสดงถึงผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานอันหมายถึงแผนงานโครงการ โดยเทียบเคียงกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อันเป็นผลที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกิจกรรมดำเนินการ นอกจากนี้ วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ (2542) ได้กล่าวถึงตัวชี้วัดผลงานตามแนวทางการบริหารแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ ประกอบด้วยตัวชี้วัดที่สำคัญคือ ตัวชี้วัดปัจจัยนำเข้า (Input Indicators) ตัวชี้วัดผลผลิต (Output Indicators) ตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (Efficiency Indicators) ตัวชี้วัดความคุ้มค่า (Cost Effectiveness) ตัวชี้วัดปริมาณงาน (Workload Indicators) และข้อเสนอแนะเชิงอธิบาย (Explanatory Information)

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดไว้ 3 องค์ประกอบคือ 1) เป้าหมาย 2) ยุทธศาสตร์ 3) กลไกการนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ ซึ่งจะกล่าวถึงสาระสำคัญของแต่ละองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. เป้าหมาย (Goal)

Bartol & Others (1988 อ้างถึงใน วิโรจน์ สารรัตนะ, 2546) เสนอว่า เป้าหมายที่ดีควรมีลักษณะท้าทาย สามารถทำให้บรรลุผลได้ มีความเฉพาะเจาะจงและวัดผลสำเร็จได้ ระยะเวลาแห่งความสำเร็จ และมีความเกี่ยวข้องกับภารกิจขององค์การ โดยในการนำไปปฏิบัติ ผู้บริหารควรสร้างความมีพันธะผูกพันให้เกิดขึ้นกับบุคลากรในองค์การ โดยอาจใช้วิธีการดังนี้คือ 1) การให้คำแนะนำปรึกษาหรือชี้แจง เพื่อให้ทราบถึงเหตุผลถึงความจำเป็น 2) การใช้แรงกดดันของกลุ่มและเพื่อน ๆ ที่ส่วนใหญ่ให้การยอมรับในองค์การ 3) แสดงต่อสาธารณชน 4) สร้างความคาดหวังต่อการประสบความสำเร็จ 5) ให้สิ่งจูงใจหรือรางวัล และ 6) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย การวางแผน และการนำไปปฏิบัติ

พสุ เตชะรินทร์ (2546) กล่าวถึงการกำหนดเป้าหมายว่า เป็นสิ่งที่ยุ่งยากและซับซ้อน เนื่องจากการต่อรองภายใน หรือไม่ยอมรับในเป้าหมายที่กำหนดขึ้น แต่เนื่องจากเป้าหมายที่กำหนดจะส่งผลต่อประโยชน์ หรือแรงจูงใจที่ผู้บริหาร และบุคลากรจะได้รับ การตั้งเป้าหมายในต่างประเทศจึงมักเป็นการตั้งเป้าหมายที่ยาก ทำทนายเพื่อให้พนักงานเกิดแรงจูงใจ และกระตุ้นที่จะบรรลุเป้าหมายที่ยาก ๆ เพื่อส่งผลต่อการดำเนินงานที่สูงขึ้นขององค์การโดยรวม หากนำเป้าหมายในลักษณะเดียวกันนี้มาใช้ในประเทศไทย จะก่อให้เกิดความเครียดและการไม่ยอมรับจากบุคลากรในองค์การ ดังนั้นองค์การที่ตั้งเป้าหมายประเภทนี้จะต้องมีผู้นำระดับสูงที่มีสิทธิ์ขาดและอำนาจในการชี้นำมากพอสมควร และมีวัฒนธรรมในการทำงานในองค์การเป็นลักษณะมุ่งเน้นผลงานเป็นหลักโดยการนำผลลัพธ์ในการปฏิบัติผู้เข้ากับการจูงใจและผลตอบแทน การตั้งเป้าหมายมีแนวทางหลัก 3 ประการ ดังนี้

1. การตั้งเป้าหมายเป็นจุด (Spot Target) เป็นลักษณะการตั้งเป้าหมายที่พบได้ในองค์การทั่วไปโดยเป้าหมายของตัวชี้วัดของการดำเนินงานขององค์การจะเป็นจุดหรือตัวเลขที่กำหนดขึ้น เช่น ลูกค้าร้อยละ 85 มีความพอใจในบริการของร้าน การกำหนดในลักษณะนี้มีทั้งข้อดีข้อเสีย ข้อดีคือ กำหนดได้ง่าย โดยเฉพาะถ้ามีข้อมูลพื้นฐานอยู่เป็นข้อมูลอ้างอิงแล้ว ส่วนข้อจำกัดคือ ก่อให้เกิดข้อถกเถียงและวิพากษ์วิจารณ์พอสมควรในแง่ของความยุติธรรม เช่น ถ้าแผนกหนึ่งทำได้อ้อยละ 84 และอีกแผนกหนึ่งทำได้เพียงร้อยละ 70 แสดงว่าทำไม่ได้ ตามเป้า ทั้งสองแผนกหากจะพิจารณาถึงความพยายามแล้ว จะพบว่าหน่วยแรกทำงานได้ดีกว่า เป็นต้น จึงมักเป็นข้อถกเถียงเมื่อนำผลงานมาเปรียบเทียบกันอยู่เสมอ

2. การตั้งเป้าหมายเป็นช่วง ๆ (Range Target) วิธีการนี้แทนที่จะกำหนดเป็นจุดกลับใช้การตั้งเป้าเป็นช่วงแทน โดยอาจเป็นช่วงตั้งแต่ 1 - 4 หรือ 1 - 5 หรือ 1 - 7 หรือ 1 - 10 ก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าองค์การแต่ละแห่งโดยพยายามปฏิบัติงานให้ได้ผลลัพธ์อยู่ในช่วงที่ตั้งไว้ และพิจารณาในรายละเอียดว่าแต่ละชั้นย่อย ๆ ในแต่ละช่วงนั้น ได้ค่าคะแนนเท่าใด เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบกับผู้อื่น และการพิจารณาประเมินตนเอง ปัจจุบันเริ่มใช้ในสถาบันการเงิน และรัฐวิสาหกิจบางแห่งแล้ว

3. การกำหนดเป้าหมายโดยอาศัยหลักการของ Scenario แนวทางนี้เป็นแนวทางใหม่ที่น่าสนใจในประเทศไทย ผู้บริหารสามารถกำหนดเป้าหมายได้ตามสถานการณ์ที่คาดโดยใช้หลักการของ Scenario เช่น กำหนดว่า หากสถานการณ์เป็นไปตาม Scenario แรก เป้าหมายของตัวชี้วัดควรเป็นเท่าใด และถ้าหากเป็นไปตาม Scenario ที่สองเป้าหมายควรเลื่อนไปกำหนดที่จุดใด และหากสถานการณ์ขององค์การเป็นไปตาม Scenario ที่สามเป้าหมายควรเปลี่ยนไปเป็นเท่าใด วิธีนี้เป็นการลดข้อจำกัดคือ สามารถมองเลือกอนาคตไว้ได้หลายเลือกและกำหนดเป้าหมายสำหรับแต่ละทางเลือกและกำหนดเป้าหมายสำหรับแต่ละทางเลือกนั้น ๆ

เสนาะ ตีเยาว์ (2546) บุญเลิศ เย็นคงคา และคนอื่น ๆ (2549) ให้ความเห็นสอดคล้องกับ กิ่งพร ทองใบ (2547) ว่า เป้าหมาย หมายถึง การกำหนดสิ่งที่ต้องการในอนาคตหรือผลลัพธ์ที่องค์การคาดหวังเพื่อต้องการให้เกิดขึ้น เป้าหมายช่วยให้ข้อความพันธกิจขององค์การเป็นจริง เป็นผลลัพธ์สุดท้ายที่องค์การต้องการให้เกิดขึ้น เป็นผลลัพธ์ที่จำเพาะเจาะจงแสดงเป็นข้อมูลเชิงปริมาณสามารถวัดได้ และมีระยะเวลาที่แน่นอนการกำหนดเป้าหมายต้องมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์และพันธกิจขององค์การ การตั้งเป้าหมายมีลักษณะที่สำคัญคือ 1) แสดงให้เห็นจุดยืนทางเลือกขององค์การ 2) แสดงให้เห็นกรอบและแนวทางที่ต้องการบรรลุ 3) แสดงให้เห็นความเป็นหนึ่งเดียวกันขององค์การ นอกจากนี้ บุญเลิศ เย็นคงคา และคนอื่น ๆ (2537) ยังกล่าวเพิ่มเติมถึงความสำคัญของเป้าหมายอีกว่า ทำให้สามารถกำหนดจุดยืนขององค์การ สามารถสร้างมาตรฐานในการประเมินการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และผู้บริหารควรใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจให้สอดคล้องกับนโยบายและเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การ ดังนั้นในการกำหนดเป้าหมายต้องมีการวางแผนทั้งเป้าหมายระยะสั้นและเป้าหมายระยะยาว ซึ่งต้องมีการเชื่อมโยงสอดคล้องกันและมุ่งไปสู่ภารกิจและวิสัยทัศน์ที่วางไว้ เป้าหมายควรเป็นสิ่งที่วัดได้และมีระยะเวลาที่แน่นอน และเป้าหมายเป็นขอบเขตของทิศทางเพื่อใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับที่ วิโรจน์ สารรัตน์ (2546) กล่าวว่า จุดหมายหรือเป้าหมาย (Goal) เป็นผลลัพธ์สุดท้าย

ที่องค์กรต้องการให้บรรลุผล เป็นองค์ประกอบของกระบวนการวางแผนที่จะช่วยเสริมสร้างควมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารงานหลายประการ เช่น เป็นสิ่งจูงใจ ทำทหายให้เกิดการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุ แสดงความคาดหวังขององค์กรให้เห็นอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ปฏิบัติมีทิศทางในการทำงาน และช่วยให้การควบคุมกำกับ เป็นไปอย่างสะดวกขึ้น เป็นต้น โดยทั่วไปเป้าหมายจำแนกออกได้เป็น 3 ระดับ คือ 1) เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Goals) หมายถึงเป้าหมายเกี่ยวกับผลลัพธ์ในอนาคตที่กำหนดไว้อย่างกว้าง ๆ เป็นภาพรวมของผู้บริหารระดับสูง บางครั้งเรียกว่า จุดหมายของสำนักงาน (Office Goals) 2) เป้าหมายเชิงยุทธวิธี (Tactical Goals) หมายถึง เป้าหมายเกี่ยวกับผลลัพธ์ในอนาคตที่กำหนดโดยผู้บริหารระดับกลาง มีความเฉพาะเจาะจง และสามารถวัดได้มากกว่าเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 3) เป้าหมายเชิงปฏิบัติการ (Operational Goals) เป็นเป้าหมายเกี่ยวกับผลลัพธ์ในอนาคตที่กำหนดโดยผู้บริหารระดับต้น มีความเฉพาะเจาะจง และสามารถวัดได้มากขึ้น

กล่าวโดยสรุป เป้าหมายเป็นจุดหมายปลายทางในการดำเนินงานที่หน่วยงานหรือองค์กรต้องการไปให้ถึง โดยเป้าหมายนั้นต้องมีความชัดเจนเพื่อให้ผู้ปฏิบัติตามนโยบายเห็นพ้องร่วมกันอย่างชัดเจน มีหลักยึดถือไม่คลุมเครือเพื่อให้การดำเนินงานมุ่งไปสู่จุดเดียวกัน

2. ยุทธศาสตร์ (Strategy)

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “ยุทธศาสตร์” ไว้ต่าง ๆ กันดังต่อไปนี้ เช่น Chander (1962) นักวิชาการด้านยุทธศาสตร์ที่มีชื่อเสียง ให้ความหมายของยุทธศาสตร์ว่าเป็นการพิจารณากำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์พื้นฐานสำหรับระยะยาวในกิจการ และการยอมรับในทิศทางร่วม รวมทั้งการแบ่งสรรทรัพยากรเพื่อใช้ทำงานตามเป้าหมายต่าง ๆ ที่วางไว้แล้ว ส่วน McCarthy, D.J.; Minichiello, R.J. & Curran, J.R. (1987) ได้ให้ความหมายของยุทธศาสตร์โดยให้ครอบคลุมถึงจุดมุ่งหมายขององค์กรวัตถุประสงค์ทางยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์และเป้าหมายอื่น ๆ นโยบายที่สำคัญต่าง ๆ แผนงานหลักและแผนงานอื่น ๆ ที่จะมาใช้ปฏิบัติเพื่อให้องค์การบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

Keller (1983) ได้เสนอว่า การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในสถาบันอุดมศึกษาควรศึกษาและวิเคราะห์ธรรมชาติของสถาบัน ทั้งในคุณค่าความหวัง ปณิธานของสถาบัน และองค์ประกอบภายในต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. บุคลากรภายในองค์กร ได้แก่ คณาจารย์ ผู้บริหารและบุคลากรอื่นต้องวิเคราะห์ว่า ในอนาคตบุคลากรในองค์กรทุกประเภทจะเป็นอย่างไร ทั้งปริมาณและศักยภาพในการปฏิบัติงาน ลักษณะผู้นำเป็นอย่างไร สถาบันต้องการบุคลากรประเภทใดเพิ่ม ประเภทใดลดลง
2. งบประมาณ สถานะทางการเงินของสถาบันขณะนี้เป็นอย่างไร ในอนาคตเป็นอย่างไร แหล่งงบประมาณจะได้จากที่ใดบ้าง การใช้จ่ายในอนาคตจะใช้จ่ายไปในเรื่องอะไร จำนวนประมาณเท่าใดค่าธรรมเนียมการศึกษาจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ระบบค่าตอบแทนจะเป็นอย่างไร
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคตเป็นอย่างไร จะมีผลกระทบต่อการทำงานของสถาบันอย่างไร

4. หลักสูตรใดควรขยายหรือเพิ่ม หลักสูตรใดควรเปิด หรือผลิตให้น้อยลง

5. ลักษณะทางกายภาพในอนาคต ควรจะพัฒนาอย่างไร

หน้าที่ที่สำคัญของผู้บริหารคือ การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ แต่ละด้านเหล่านี้ให้มาสัมพันธ์กันอย่างมีความหมาย และแปลงความเข้าใจเหล่านี้ไปสู่การวางแผนระยะยาว และการตัดสินใจของมหาวิทยาลัยกำหนดยุทธศาสตร์ ซึ่งอาจทำได้หลายแนวทาง เช่น การวิเคราะห์คำถามวิกฤต (Critical Question Analysis) การวิเคราะห์จุดแข็ง - จุดอ่อน (การวิเคราะห์ SWOT) การใช้วิธีเมตริกซ์ของกลุ่ม BCE (Boston Consulting Growth - Share Matrix) และการใช้วิธีเมตริกซ์ฉายหลายองค์ประกอบ ของ G.E.C. (General Electric's Multi facture Portfolio Matrix) เป็นต้น สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ควรคำนึงถึงคือ จะต้องเข้าใจความเป็นมา และอ่อนไหวต่อประวัติศาสตร์ของสถาบันด้วย

บุญเลิศ เย็นคงคา และคนอื่น ๆ (2549) ให้ความหมายว่า ยุทธศาสตร์ หมายถึง รูปแบบหรือแผนการที่รวมเอาเป้าหมายหลัก นโยบายหลัก และลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานของทั้งองค์การเอาไว้ด้วยกัน ส่วน Mintzberg (1994) อธิบายเพิ่มเติมว่า ยุทธศาสตร์ คือ 1) แผนซึ่งกำหนดทิศทางและชี้แนะแนวทางในการดำเนินการในอนาคต 2) รูปแบบของพฤติกรรม 3) การกำหนดฐานะหรือตำแหน่งในสนามแข่งขัน 4) ทักษะที่เน้นสภาพที่แท้จริงขององค์การ และคุณลักษณะที่น่าจะเป็นขององค์การ และ 5) กลยุทธ์ต่อสู้หรือแข่งขันเพื่อเอาชนะฝ่ายตรงข้ามให้ได้ สอดคล้องกับ David (2000) กล่าวว่า การวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning) เป็นการพัฒนาแผนระยะยาวขององค์การบนรากฐานการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจากการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก และการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อนจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน การตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ที่ดีต้องอาศัยหลักเหตุและผลของวิธีการแก้ปัญหาอย่างวิทยาศาสตร์ Jonsen (1986) แนะนำว่า การกำหนดบริบทในการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกของสถาบันอุดมศึกษาควรพิจารณาใน 6 ประเด็นต่อไปนี้ คือ

1. ประชากร (The Demographic Environment) มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องปรับตัวเองให้เหมาะสมกับการเพิ่มหรือลดของประชากร ซึ่งมีผลต่อจำนวนคนที่อยู่ในวัยที่จะเข้าเรียนในระดับอุดมศึกษา การพิจารณาองค์ประกอบในด้านนี้อาจสรุปได้จากแนวโน้มของประชากร ลักษณะของกลุ่มอายุที่จะเข้าศึกษา ศาสนาและเชื้อชาติของกลุ่มที่จะเข้าศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น

2. เศรษฐกิจ (The Economic Environment) มหาวิทยาลัยจะต้องพิจารณาเงื่อนไขทั่วไปของสภาพเศรษฐกิจในภูมิภาคที่มหาวิทยาลัยต้องตอบสนอง แนวโน้มสภาวะเศรษฐกิจในภูมิภาคนั้น สถานการณ์ด้านกำลังคน แนวโน้มของรายได้ประชากร โอกาสการพัฒนาสภาวะเศรษฐกิจในภูมิภาค และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการพัฒนาสภาวะเศรษฐกิจในภูมิภาค และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการจ้างงาน เป็นต้น

3. การเมือง (The Political Environment) มหาวิทยาลัยควรพิจารณานโยบายการเมืองของชาติว่าคืออะไร และนโยบายนั้น ๆ ตอบสนองท้องถิ่นอย่างไร กลไกของรัฐในการตัดสินใจเรื่องของอุดมศึกษาคืออะไร เป็นต้น

4. องค์กร (The Organization Environment) มหาวิทยาลัยควรศึกษาประเด็นเกี่ยวกับสถาบันอุดมศึกษาแห่งอื่น ๆ ทั้งที่อยู่ใกล้และไกล เพื่อให้เข้าใจศักยภาพของสถาบันเหล่านั้น ทั้งในด้านความร่วมมือกันและการเป็นคู่แข่ง

5. เทคโนโลยี (The Technology Environment) มหาวิทยาลัยควรพิจารณาว่า ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านี้มาใช้อย่างไรบ้าง สถาบันอยู่ในกระแสของสังคมหรือไม่ และจะสามารถพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของตน โดยการร่วมมือกับสถาบันอื่น โดยผ่านศักยภาพของเทคโนโลยีใหม่ ๆ นี้ได้อย่างไร

6. สังคมและวัฒนธรรม (The Social and Culture Environment) มหาวิทยาลัยควรพิจารณาในเรื่องแนวโน้มของสังคม แนวโน้มทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อธรรมชาติของอุดมศึกษา สภาพแวดล้อมทางกายภาพในเชิงขององค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ สังคมของประชากร ว่า มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ และมีผลต่ออุดมศึกษาหรือไม่ เช่น ด้านบรรยากาศทางสังคมในมหาวิทยาลัย เป็นต้น

ในการวางแผนยุทธศาสตร์ มีคำศัพท์สำคัญที่ใช้ในการวางแผนที่ควรทำความเข้าใจโดยสังเขป ได้แก่ 1) จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง การดำเนินงานภายในองค์กรซึ่งสามารถทำได้ดี องค์กรต้องวิเคราะห์การดำเนินงานภายใน เช่น การบริหาร การเงิน การตลาด การผลิต การวิจัยและพัฒนาเพื่อพิจารณาถึงความสำเร็จจากการนำจุดแข็งมาก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด 2) จุดอ่อน (Weakness) หมายถึง การดำเนินงานภายในองค์กรที่ยังทำได้ไม่ดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดก็ตาม อันอาจเกิดจากตัวผู้บริหาร บุคลากร หรือสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งต้องปรับปรุงจุดอ่อนเหล่านี้ให้ดีขึ้น 3) โอกาส (Opportunities) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร และองค์กรต้องคาดคะเนถึงการเปลี่ยนแปลงภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและการแข่งขันเพื่อแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และ 4) อุปสรรค (Threats) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามต่อการดำเนินการขององค์กร จนทำให้องค์กรไม่สามารถดำเนินงานให้บรรลุถึงความสำเร็จได้ (บุญเลิศ เย็นคงคง และคนอื่น ๆ, 2549)

การเลือกยุทธศาสตร์เป็นกระบวนการทางเลือกต่าง ๆ ที่เกิดจากผลการวิเคราะห์ SWOT ดังนั้นสิ่งที่ถือเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่ควรปฏิบัติ คือการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในขององค์กรและวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานขององค์กรต่อไป โดยพยายามทำให้องค์กรสามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ในอนาคต (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2547) ยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานขององค์กรต่อไป โดยพยายามทำให้องค์กรสามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ในอนาคต (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2547) ยุทธศาสตร์ที่นิยมใช้กันมี 4 แนวทาง ได้แก่ (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2546)

1. ยุทธศาสตร์ที่เน้นความมั่นคง (Stability Strategies) เป็นการดำเนินยุทธศาสตร์หรือแนวทางโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะดำรงธุรกิจเดิมไว้ เช่น การรักษาหรือคงไว้ซึ่งผลิตภัณฑ์ (Product) หรือการรักษาตลาด (Market) หรือการคงไว้ซึ่งแนวทางในการบริหาร (Function)

2. ยุทธศาสตร์ที่เน้นในการขยายตัว (Expansion Strategies) เป็นการดำเนินยุทธศาสตร์เพื่อขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจใหม่ ๆ โดยอาจครอบคลุมถึงการขยายสายผลิตภัณฑ์ใหม่ การขยายตลาด ตลอดจนการขยายแนวทางในการบริหาร

3. ยุทธศาสตร์ที่เน้นการหดตัว หรือการถอย (Retrenchment Strategies) เป็นการลดขนาดของธุรกิจหรือเลิกธุรกิจนั้น โดยอาจครอบคลุมถึงการลดขนาดหรือการเลิกในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) หรือในด้านการตลาด ตลอดจนการลดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร

4. ยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการผสมผสาน (Combination Strategies) เป็นการผสมผสานการดำเนินยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ประการที่กล่าวมาข้างต้นเข้ามาด้วยกันโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการดำเนินการธุรกิจนั้นบางเรื่องอาจเป็นการขยายตลาด บางเรื่องอาจเป็นการลดตลาด หรือในบางกรณีอาจเป็นการขยายผลิตภัณฑ์แต่บางครั้งอาจเป็นการลดสายผลิตภัณฑ์ หรือเป็นการผสมผสานทุกวิธี เป็นต้น

ข้อดีของการจัดทำยุทธศาสตร์ มีดังนี้ 1) ช่วยให้ผู้บริหารมีโอกาสพิจารณาได้กว้างกว่า มีความลึกซึ้งและมีการวิเคราะห์ในระดับที่สำคัญ ที่เป็นงานของผู้บริหารอย่างแท้จริง 2) เอื้ออำนวยให้มีทิศทางของส่วนรวมสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การ ซึ่งเป็นเครื่องนำทางสำหรับผู้ร่วมงานด้วย และ 3) สร้างความเข้าใจระหว่างกันกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยการเปิดเผยหรือบอกกล่าวยุทธศาสตร์ต่อสาธารณชน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อองค์การในการดำเนินงาน (ธงชัย สันติวงษ์, 2538)

จากที่กล่าวมาแล้ว อาจสรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์ หมายถึง วิธีการปฏิบัติ (Means) เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย (End) ของนโยบายตามที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ นโยบายหนึ่ง ๆ อาจประกอบด้วยกลวิธี หลากกลวิธีที่ผู้ปฏิบัติต้องเลือกกลวิธีที่ดี ที่เหมาะสมไปใช้ โดยในการวิเคราะห์ หรือศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน สภาพแวดล้อมภายในองค์การ อันประกอบด้วยโครงสร้างองค์การ วัฒนธรรม และทรัพยากรองค์การ และการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมการดำเนินการ เพื่อนำมาคิดวิเคราะห์หายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการปฏิบัติต่อไป

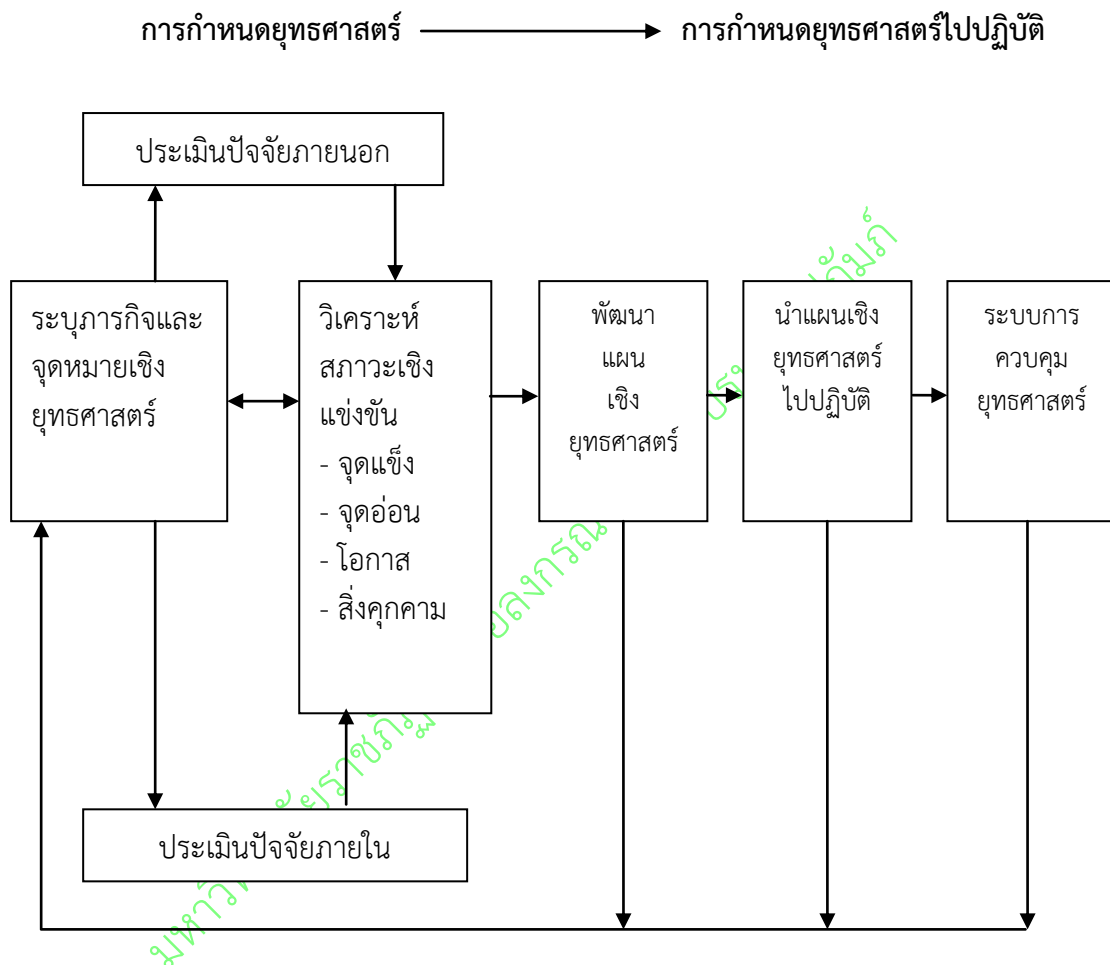
สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของยุทธศาสตร์ว่า หมายถึงวิธีการที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา โดยการวิเคราะห์สภาพทั่วไปในการดำเนินงาน การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

3. กลไกการนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ (Strategy Implementation)

วัฒนา พัฒนพงศ์ (2546) กล่าวถึงขั้นตอนของการนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติว่าประกอบด้วยประเด็นสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ผู้ทำหน้าที่แปลงยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติต้องทราบว่า “จุดมุ่งหมายเชิงยุทธศาสตร์” (Strategic Goal) มีกี่ข้อ ได้แก่อะไรบ้าง 2) ต้องทราบว่าภายใต้จุดมุ่งหมายเชิงยุทธศาสตร์หรือแผนงานแต่ละแผนงานนั้น มียุทธศาสตร์ (Strategy) หรือโครงการอะไรบ้าง และ 3) ต้องจัดทำโครงการโดยให้วัตถุประสงค์ของโครงการสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของแผนงาน และต้องตระหนักว่าภายใต้แผนงานเดียวกันกับเรานั้น ยังมีโครงการอื่น ๆ

อีก จำเป็นที่จะต้องทำหน้าที่ช่วยสนับสนุน ประสานโครงการ ประสานแผน และประสานนโยบาย เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุผลตามที่ตั้งไว้

วิโรจน์ สารรัตน์ (2546) กล่าวว่า การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ ประกอบด้วย การปฏิบัติตามแผนและระบบการควบคุม โดยอาจแสดงได้ ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ

วิโรจน์ สารรัตน์ (2546) ได้เสนอแนะยุทธศาสตร์ในการนำนโยบายไปปฏิบัติ จำนวน 13 ยุทธศาสตร์ได้แก่ 1) วิเคราะห์และส่งต่อนโยบาย 2) เรียนรู้ปัญหา เพื่อแก้ไขและป้องกัน 3) ใช้ผลการวิจัยให้เป็นประโยชน์ 4) นำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ 5) พัฒนาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ 6) ติดตาม ประเมิน และวิจัยเพื่อพัฒนา 7) มุ่งชนะสิ่งต่อต้านการเปลี่ยนแปลง 8) มุ่งเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง 9) ศึกษาอนาคตเพื่อวิสัยทัศน์ริเริ่มและสร้างสรรค์ 10) ทบทวนข้อวิจารณ์ต่อการศึกษ 11) ทบทวนข้อเสนอเพื่อปฏิรูปการศึกษา 12) ทบทวนเพื่อเข้าใจนโยบาย และ 13) พัฒนาตัวแบบกระบวนการนโยบายของหน่วยงาน นอกจากนี้ยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า การนำกลยุทธ์ หรือยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติเป็นกระบวนการหนึ่งในสามขั้นตอนของการพัฒนาองค์การ ซึ่งประกอบด้วย

1) การวินิจฉัย (Diagnosis) 2) การนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ (Invention Implementing) 3) การประเมินผล (Evaluation) โดยในการนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติมีหลายวิธี แต่ที่สำคัญส่วนใหญ่มมี 5 วิธี ดังนี้คือ 1) การให้คำปรึกษา (Process Consultant) เป็นเทคนิคที่จะช่วยให้สมาชิกกลุ่มมีทักษะในการวินิจฉัยปัญหา และกำหนดวิธีการแก้ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการทำงานของกลุ่ม 2) การสร้างทีมงาน (Team Building) เป็นเทคนิคที่จะช่วยให้กลุ่มทำงานบรรลุจุดหมายอย่างมีประสิทธิภาพ 3) การใช้บุคคลหรือกลุ่มที่สาม (Third-Party Intervention) เป็นเทคนิคที่จะช่วยให้บุคคล กลุ่ม หรือหน่วยงาน สามารถแก้ปัญหาความขัดแย้งเกี่ยวกับงาน หรือที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงจากผู้นำภายนอก 4) กิจกรรมเทคโนโลยีโครงสร้าง (Techno Structural Activities) เป็นกิจกรรมที่มุ่งปรับปรุงเทคโนโลยีในการทำงานและ/หรือโครงสร้างองค์การ และ 5) การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์การ (Organization Culture Change) เป็นการพัฒนาวัฒนธรรมของสมาชิกในองค์การให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ขององค์การ และปัจจัยอื่น เช่น โครงสร้างองค์การ เป็นต้น (วิโรจน์ สารรัตนะ, 2546) ซึ่งสอดคล้องกับเอ็ดเวิร์ด และชาร์แคนสกี (Edwards & Sharkansky, 1979 อ้างถึงใน เฉลิมเฝ้า อจละนันท์, 2547) กล่าวว่า กระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้นจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การหรือหน่วยงาน (Agencies) ที่รับผิดชอบนโยบายไปปฏิบัติโครงสร้างขององค์การและขั้นตอนมาตรฐานการทำงาน คือ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ที่มีเป็นจำนวนมากและขาดความยืดหยุ่น ย่อมก่อให้เกิดปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติได้ เช่นเดียวกับที่ Elmore (1977) กล่าวว่า องค์การหรือหน่วยงานที่มีการจัดโครงสร้างตามหลักเหตุผล โครงสร้างของอำนาจมีการลดหลั่นตามสายงานบังคับบัญชา มีการกระจายอำนาจและงานของแต่ละหน่วยไปปฏิบัติ พร้อมทั้งมอบอำนาจหน้าที่ให้เพียงพอต่อการปฏิบัติ และเมื่อมีการรับนโยบายไปปฏิบัติแล้ว องค์การหรือหน่วยงานจะต้องมีการแปลงให้เป็นรายละเอียดในการปฏิบัติให้สอดคล้องกันและมีการกำหนดความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน สาเหตุสำคัญที่จะให้การนำนโยบายไปปฏิบัติล้มเหลวคือแนวทางในการปฏิบัติไม่ได้กำหนดหรือนิยามไว้ให้ชัดเจน รวมทั้งความไม่รับผิดชอบของผู้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย ไม่สามารถสนองต่อนโยบายได้ ดังนั้น องค์การและหน่วยงานจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านโครงสร้างขององค์การและหน่วยงานให้มีความชัดเจน เหมาะสม จึงจะทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติประสบผลสำเร็จ

สมบัติ อารังธัญวงศ์ (2545) กล่าวถึงการนำนโยบายสู่การปฏิบัติว่าการนำนโยบายหรือการนำยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ไปสู่การปฏิบัติ เป็นความสามารถขององค์การในการรวบรวมคน ทรัพยากรในหน่วยงาน และกระตุ้นบุคลากรในหน่วยงานให้ปฏิบัติงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ ประสิทธิภาพสำเร็จครบถ้วนให้เกิดผลผลิตและให้สมบูรณ์ สอดคล้องกับ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2546) ซึ่งอธิบายว่า การนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ (Strategy Implementation) เป็นการดำเนินมาตรการเชิงยุทธศาสตร์ หมายถึง การดำเนินมาตรการ ทั้งในส่วน of ทรัพยากรวัตถุ ทรัพยากรมนุษย์ และการปรับระบบและโครงสร้างองค์การ โดยเกี่ยวข้องกับทั้งในระดับองค์การ (Corporate Level) และระดับปฏิบัติการ (Operational Level) โดยในระดับแรกคือการดำเนินมาตรการเชิงยุทธศาสตร์ในระดับองค์การ (Corporate Level) เป็นการวางแผนการใช้ทรัพยากรขององค์การโดยภาพรวมอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้ทรัพยากรของส่วนธุรกิจต่าง ๆ ใน

องค์การนั้น ส่วนระดับที่สอง เป็นการดำเนินมาตรการเชิงยุทธศาสตร์ในระดับปฏิบัติการ (Operation Level) เป็นการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการระบุนการในแต่ละขั้นตอนทุกระบบ

เอ็ดเวิร์ด (Edward, 1981 อ้างถึงในศุภชัย ยาวะประภาส, 2540) กล่าวว่า อุปสรรคที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการนำนโยบายไปปฏิบัติคือ คุณภาพและจำนวนของบุคลากร หรือทีมงานมีไม่พอเพียงต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ กล่าวว่า จำนวนบุคลากรมีความสำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ หากเกิดการขาดแคลนด้านกำลังคนจะส่งผลโดยตรงต่อความไม่มีประสิทธิภาพในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับที่ วรเดช จันทกร (2540) กล่าวว่า ปัญหาหลักปัญหาหนึ่งของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านบุคลากรที่มีคุณภาพมีความรู้ความสามารถที่จะปฏิบัติตามนโยบายนั้น ๆ และถ้าหากว่านโยบายที่กำหนดมีความต้องการบุคลากรมาปฏิบัติเป็นจำนวนมาก รวมทั้งมีความต้องการบุคลากรที่จะต้องมีความรู้ความชำนาญสูง ซึ่งหากนโยบายดังกล่าวไม่สามารถที่จะหาบุคลากรมาปฏิบัติงานได้ทันเวลาที่ ความล่าช้าในการปฏิบัติงานก็จะเกิดขึ้นจากบุคลากรที่มีคุณภาพไม่เหมาะสม และยิ่งนโยบายเกี่ยวข้องกับปัญหาทางเทคนิคมากเท่าใด ความต้องการบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะในด้านนั้น ๆ จะยิ่งมีมากขึ้น และยิ่งมีความต้องการมากขึ้นเท่าใด ความขาดแคลนก็จะมีมากขึ้นตามมาด้วยเช่นกัน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องจัดหาหรือเตรียมบุคลากรไว้อย่างเพียงพอ และมีคุณภาพ จึงจะทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดผลสำเร็จ

ด้านงบประมาณในการดำเนินการก็เช่นเดียวกัน ราม วีปา (Vepa, 1974 อ้างถึงใน ธนะรัชต์ แจงสุวรรณ, 2540) กล่าวว่า การขาดแคลนด้านการเงินและงบประมาณมักจะเป็นข้ออ้างที่นำไปใช้เสมอ การนำนโยบายและปฏิบัติและประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องได้รับการสนับสนุนในด้านการเงินและงบประมาณอย่างเพียงพอซึ่งสอดคล้องกับที่ เอ็ดเวิร์ด แมสมาเนียน และซาบาเทียร์ (Edward, 1980 Mazmanian and Sabatier, 1981 อ้างถึงใน ศุภชัย ยาวะประภาส, 2540) ต่างยืนยันว่านโยบายที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องได้รับการสนับสนุนทรัพยากรทั้งด้านการเงินและด้านกำลังคนอย่างเต็มที่ มิฉะนั้น นโยบายต่าง ๆ จะปรากฏอยู่ในแผ่นกระดาษเท่านั้นเอง

กลไกประการสุดท้าย เกี่ยวกับด้านวัสดุอุปกรณ์ของหน่วยงาน ความสำเร็จด้านนโยบายขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการบริการต่าง ๆ ว่ามีความเพียงพอหรือไม่ เอ็ดเวิร์ด (Edward, 1979 อ้างถึงใน ศุภชัย สมน้อย, 2542) กล่าวว่า การมีวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ทำการ เครื่องมือ เครื่องใช้ ที่ดิน และอุปกรณ์ อำนวยความสะดวกอื่น ๆ จะมีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย เช่นเดียวกับการขาดแคลนด้านกำลังคนและงบประมาณ ดังนั้นองค์การหรือหน่วยงานจึงจำเป็นต้องเตรียมวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ไว้อย่างเพียงพอ และมีคุณภาพ จึงจะทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดผลสำเร็จ

จากที่กล่าวมาเห็นได้ว่า กลไกที่สำคัญในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ได้แก่ ระเบียบ กฎหมายที่รองรับการปฏิบัติ โครงสร้างหน่วยงานที่ปฏิบัติ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ เช่น คน งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อการนั้นนั่นเอง

2.1.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยการจัดทำแผนพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2548 ได้กำหนดให้มีการจัดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งเป็นแผนระยะยาวเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา (พ.ศ. 2552 - 2556) ซึ่งเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นเพื่อเป็นการกำหนดทิศทางการพัฒนาท้องถิ่นให้สอดคล้องกับปัญหาความต้องการและศักยภาพของท้องถิ่น รวมทั้งให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ กลุ่มจังหวัด จังหวัด และนโยบายของผู้บริหารท้องถิ่น

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา หมายความว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งแสดงถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาในอนาคต โดยสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการบริหารราชการแผ่นดิน ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด อำเภอ และแผนชุมชน

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ดีจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล อย่างรอบด้านและเป็นระบบ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและสนองตอบความต้องการของประชาชนให้ท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

อย่างรอบด้าน หมายถึง การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะต้องอยู่บนพื้นฐานของการคำนึงถึงสภาพการณ์ที่ต้องการจะบรรลุ และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่มีมิติด้านการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม องค์กร (การบริหารจัดการ) และการเปลี่ยนแปลงขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนมิติในเชิงพื้นที่ ทั้งพื้นที่ใกล้เคียงขยายไปสู่พื้นที่ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับประเทศ ระดับทวีป จนกระทั่งในระดับโลกด้วย

สาเหตุที่ต้องมองอย่างรอบด้านก็เพราะว่า ในโลกของความจริงนั้นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและองค์กร ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับทวีปและในระดับโลกล้วนส่งผลกระทบต่อเขตขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ทางตรงก็ทางอ้อม จึงกล่าวได้ว่า ปรากฏการณ์ทั้ง 4 ด้านที่เกิดขึ้นกับเขตพื้นที่ 4 ระดับนี้ ล้วนถือเป็นสภาพแวดล้อมที่ควรต้องคำนึงถึงในกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาทั้งสิ้น

ดังนั้นในการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจึงไม่ควรมองรอบด้านแต่เพียงเขตพื้นที่การปกครองตนเองเท่านั้น แต่ต้องมองให้กว้างออกไปครอบคลุมเขตพื้นที่อื่นด้วย ทั้งนี้เพื่อให้การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนามีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลในการรับมือกับสถานการณ์หรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นตามมาจากเขตพื้นที่เหล่านั้นอย่างรู้เท่าทันจนทำให้สามารถให้ประโยชน์จากสถานการณ์ได้อย่างเต็มที่หรือหนทางในการป้องกันอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้ (Proactive)

อย่างเป็นระบบ หมายถึง การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องดำเนินอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลและเป็นปัญหาสำคัญ
 2. การวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินสถานภาพการพัฒนาของท้องถิ่นในปัจจุบัน และกำหนดประเด็นในการพัฒนา

3. การกำหนดวิสัยทัศน์และภารกิจหลักการพัฒนาท้องถิ่น
4. การกำหนดจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
5. การกำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนาท้องถิ่น
6. การกำหนดยุทธศาสตร์และบูรณาการแนวทางการพัฒนาท้องถิ่น
7. การกำหนดเป้าหมายการพัฒนาท้องถิ่น
8. การอนุมัติและประกาศใช้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

1. เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาและเป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนา 3 ปี
2. เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่
3. เพื่อให้การพัฒนาบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน

ขั้นตอนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

1. คณะกรรมการพัฒนาท้องถิ่นจัดประชุมประชาคมท้องถิ่น ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อแจ้งแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่น รับทราบปัญหา ความต้องการ ประเด็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนความช่วยเหลือทางวิชาการ และแนวทางในการปฏิบัติที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่เพื่อนำมากำหนดแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ เพื่อนำมากำหนดแนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโดยให้นำข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาจากหน่วยงานต่าง ๆ และข้อมูลในแผนชุมชนมาพิจารณาประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

2. คณะกรรมการสนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น รวบรวมแนวทางและนำข้อมูล มาวิเคราะห์เพื่อจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสนอคณะกรรมการพัฒนาท้องถิ่น

3. คณะกรรมการพัฒนาท้องถิ่นพิจารณาร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา เพื่อเสนอผู้บริหารท้องถิ่น

4. ผู้บริหารท้องถิ่นพิจารณาอนุมัติร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและประกาศใช้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

ประโยชน์ของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

1. ท้องถิ่นมีจุดมุ่งหมายและแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจน
2. ท้องถิ่นสามารถจัดสรรและบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้บริหารท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

4. แนวทางพัฒนาเป็นการประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน และมีชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการพัฒนา

5. สามารถกำกับ ดูแล ติดตาม และประเมินผลการพัฒนาได้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) สามารถจะมองได้เป็นสองลักษณะโดย ลักษณะแรกเป็น ความหมายของอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่ที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศชาติ และอีกลักษณะหนึ่งเป็นความหมายของการศึกษาเรียนรู้ของมนุษย์ การได้รับประสบการณ์ตรง การค้นหาสิ่งใหม่ที่แปลกใหม่ และค้นพบความรู้ใหม่นั้นถือเป็นประสบการณ์อีกทางหนึ่ง จี และมาเกนส์ ซอย (Gee, Makensand Choy. อ้างถึงใน จุฑามาศ ไชยสร, 2536) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลิน สนุกสนาน โดยที่นักท่องเที่ยวก็คือนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีนักวิชาการของไทยหลายท่านที่ได้ให้คำจำกัดความของ “การท่องเที่ยว” ไว้ เช่น ศิริ ฮามสุโพธิ์ ได้สรุปและให้นิยามของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อทำการศึกษาค้นคว้า และพักผ่อนหย่อนใจ หรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่าง ๆ และเสรี วังสีไพจิตร (อ้างถึงใน ศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543) ยังได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของ ปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากการปฏิสัมพันธ์ หรือการกระทำต่อกันและกัน ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ รัฐบาล และชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้านในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้ให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่น ๆ อีกทั้ง วรรณภา วงษ์วานิช (2539) ได้กล่าวสรุป ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว เป็นคำที่มีความหมายกว้างมิได้มีความหมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายของ ประชากรจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่าง ประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ในขณะที่ สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุกใส (2547) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไป ยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิด ปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทางธุรกิจ ใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวของนักวิชาการสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเป็นการชั่วคราวของ นักท่องเที่ยวโดยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ในสถานที่ ท่องเที่ยวนั้น

2.2.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศชาติเป็นจำนวน มหาศาลดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น เพราะจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวนั้นมีทั้ง ชาวไทยและ ชาวต่างชาติ เข้ามาใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งจะต้องจ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการด้านอื่น ๆ และรวมค่าซื้อของฝากของที่ระลึก เป็นผลให้เศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศ โดยส่วนรวมมีความเจริญก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นอย่าง

มากในการพัฒนาเศรษฐกิจ ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543) จึงได้จัดทำนโยบายให้ ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบต้อง เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งมีแนวคิดหลักว่าทำอย่างไรจะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการใช้ทรัพยากร การท่องเที่ยว โดยที่กิจกรรมการท่องเที่ยวก็ยังสามารถดำรงอยู่ได้ นักท่องเที่ยวเดินทางเยี่ยมชม สม่่าเสมอ และกิจการบริการด้านการท่องเที่ยวยังคงมีกำไร โดยไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สรุปได้ว่าเป็นการรวมเอา การอนุรักษ์และการพัฒนาเป็นหนึ่งเดียวกัน เพราะก่อนจะมีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การพัฒนาป่า ไม้มักจะนำไปสู่การทำลายทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการเศรษฐกิจของประเทศ การทำลายป่าไม้ การถางหญ้าถางป่าการทำเหมืองและเกษตรกรรมทั้งหมดนำมาซึ่งการแสวงหาประโยชน์ในที่ดินหลาย ประเทศได้เล็งเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม หน่วยงานรับผิดชอบงานอนุรักษ์ของประเทศ คอสตาริกา (Costa Rica) ได้กล่าวว่า ถ้าเราต้องการป่าเพื่อที่จะจัดการดูแล สิ่งแรกที่เราจะต้องทำคือ การนำประโยชน์ รายได้ที่ดีและแน่นอนให้แก่ชาวบ้าน ชาวบ้านไม่สามารถรู้ได้ว่าอะไรคือสิ่งที่เขาทำ เพื่อการอนุรักษ์ หรือหลีกเลี่ยงความต้องการของโลก แต่เขาทำเพื่อการดำรงอยู่ ในทำนองเดียวกัน นิคม จารุมณี (2536) ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ดังนี้

- 1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ
- 2) รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศมีส่วน ช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพการชำระเงิน
- 3) รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่าง กว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพมากมาย และเป็นการสร้างอาชีพเสริมที่ต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน การผลิตอาหาร เป็นต้น
- 4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพโดยเฉพาะใน ธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น
- 5) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และการนำเอาทรัพยากร ของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- 6) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย ซึ่ง ถือว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน
- 7) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้า อากาศเหมือนการเกษตรอื่น ๆ ผลผลิตของการท่องเที่ยวจึงเสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวได้โดยมี ความยั่งยืนไม่ผันแปร
- 8) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ที่ เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้
- 9) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาค ต่างๆ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น
- 10) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และ ความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

11) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดี ซึ่งเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน

2.2.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

ในการจำแนกถึงที่หมายปลายทาง ทางการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งเป็นประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับออกเป็น 7 ประเภท (Smith, 1977) คือ

1) การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมต่าง ๆ และการเข้าร่วมพิธีทางศาสนา

2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสชีวิตและบางกรณีก็เข้าไปร่วมใช้ชีวิตชีวิตเก่า ๆ ที่ได้สูญหายไปแล้ว หรือสัมผัสในท้องถิ่นเก่าที่มีสีสันดึงดูดใจ เช่น งานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน และแหล่งโบราณคดีที่เป็นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสรณ์สถาน วัด วัง การแสดงแสง - เสียง เหตุการณ์สำคัญในอดีต เป็นต้น

4) การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่จะเน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่เป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติและ การชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับสิ่งแวดล้อมก็อยู่ในกลุ่มนี้

5) การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมแข่งกีฬา การอาบแดด การสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ เช่น ชายหาด สนามกอล์ฟ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

6) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) ได้แก่ การประชุม การพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภท บางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม แล้วแต่นักท่องเที่ยวจะต้องการอะไร

7) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเป็นรางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้าน เพื่อการดูงาน การประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและเพื่อนันทนาการ

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว สามารถอธิบายและแยกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) การแบ่งแหล่งท่องเที่ยวตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1.1) ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

1.2) ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในฐานะที่เป็น หลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา

1.3) ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา

2) การแบ่งแหล่งท่องเที่ยวตามช่วงชั้นโอกาสเชิงนันทนาการ (Recreation Opportunity Spectrum - ROS) เป็นการแบ่งแหล่งท่องเที่ยวบนพื้นฐานและแนวความคิดของการวางแผน การจัดการ และการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว หลักการแบ่งลักษณะนี้ใช้ลักษณะทางกายภาพพื้นที่ (Physical Setting) ลักษณะทางสังคม (Social Setting) และลักษณะการจัดการพื้นที่ (Managerial Setting) จากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดา (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทาง เศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย”

2.2.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการดำเนินงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำแนกได้ 3 องค์ประกอบ ได้ดังนี้

1) นักท่องเที่ยว จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว การศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทักษะคติ และลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนการตลาด ปัจจัยหลักเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ควรศึกษา ดังนี้

1.1) ลักษณะพื้นฐานหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1.1.1) เพศ โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่า นักท่องเที่ยวหญิง โดยสามารถเดินทางได้ทั้งตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่ม มักจะกระจายตัวไปแทบทุกแหล่งท่องเที่ยว และสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายได้มากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงซึ่งมีความคล่องตัวน้อยกว่า มักเดินทางกับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว โดยจะพิถีพิถันและรอบคอบในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวใดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมากหรือมีอัตราการเติบโตที่สูง ก็ย่อมได้รับภาพลักษณ์ในทางอ้อมว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย

1.1.2) อายุ บุคคลที่มีช่วงอายุแตกต่างกันจะมีความสามารถในการเดินทางแตกต่างกัน ดังนี้

(1) กลุ่มวัยเด็ก ช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี เป็นกลุ่มที่ไม่สามารถเดินทางได้ตามลำพัง หากเดินทางท่องเที่ยวมักจะมากับพ่อแม่ โรงเรียน หรือสถาบันที่จัดอบรม

(2) กลุ่มวัยรุ่น ช่วงอายุ 15 - 24 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ หรือเพิ่งจบการศึกษาจึงยังไม่มีทุนทรัพย์ในการเดินทางด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มักเดินทางกับพ่อแม่ หรือสถาบันที่จัดอบรม หรือมาพักอาศัยอยู่กับครอบครัวอุปถัมภ์ตามโครงการแลกเปลี่ยนทางการศึกษาต่าง ๆ ในทางการตลาดทั้งกลุ่มวัยเด็กและกลุ่มวัยรุ่น เป็นกลุ่มตลาดศักยภาพที่น่าส่งเสริม แม้ว่าจะยังเป็นกลุ่มที่คาดหวังรายได้ทางการท่องเที่ยวได้น้อยก็ตาม แต่ว่าหากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวเมื่อวัยเด็กแล้ว พวกเขาอาจกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยววันนี้อีกครั้ง และจะกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพในอนาคต ซึ่งจะสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวได้มากกว่าเดิม

(3) กลุ่มวัยทำงานตอนต้น ช่วงอายุ 25 - 34 ปี เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายเงินสูง เพราะมีรายได้เป็นของตนเองแล้ว ลักษณะกิจกรรมที่เลือกก็ยังสามารถทำได้หลากหลาย เพราะสุขภาพเอื้ออำนวย โดยส่วนใหญ่พบว่ากลุ่มวัยนี้จะมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มวัยอื่น ๆ

(4) กลุ่มวัยทำงานตอนกลางและตอนปลาย ช่วงอายุ 35 - 44 ปี และ 45 - 54 ปี เป็นกลุ่มที่มีการเดินทางค่อนข้างสูง ตามภาระหน้าที่การงานที่ได้รับผิดชอบมากขึ้น ประกอบกับมีฐานะทางการเงินที่ค่อนข้างมั่นคงแล้ว

(5) กลุ่มวัยเกษียณ ช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีความถี่ในการเดินทางลดลง เนื่องจากสุขภาพที่ไม่เอื้ออำนวย แต่จะมีวันหยุดนานกว่ากลุ่มวัยอื่น ๆ เพราะไม่มีภาระการงานมาก

1.1.3) อาชีพ กลุ่มที่มีการทำหน้าที่การงานที่แตกต่างกัน มีโอกาสในการเดินทางแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่ทำงานในอาชีพระดับสูงจะมีโอกาสเดินทางได้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เพราะมีทุนทรัพย์มากกว่า นอกจากนี้ภาระหน้าที่การงานก็มีส่วนกำหนดให้ต้องเดินทางไปติดต่องานบ่อยครั้งเช่นกัน โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในกลุ่มระดับผู้บริหาร กลุ่มนักวิชาชีพเฉพาะ กลุ่มตัวแทนชาย

1.1.4) ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับอาชีพและรายได้ โดยส่วนใหญ่บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงก็มักจะมีอาชีพและรายได้ที่ดี ส่งผลให้เดินทางได้บ่อยกว่าบุคคลที่มีการศึกษาต่ำกว่า นอกจากนี้ระดับการศึกษายังเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยวด้วยสมมติฐานที่ว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงก็มักจะเป็นผู้ที่มีความคิดและวิถีชีวิตที่ดี ซึ่งจะแสดงออกถึงทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดี เช่น มีแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม มีความเข้าใจในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่าง เป็นต้น

1.1.5) ระดับรายได้ เป็นตัวบ่งชี้สำคัญถึงความสามารถในการเดินทางของบุคคล กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้ไกลและบ่อยครั้งกว่าบุคคลที่มีรายได้ต่ำกว่า โดยทั่วไปในทางการตลาด แบ่งกลุ่มรายได้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มรายได้สูงหรือกลุ่มระดับบน กลุ่มรายได้ปานกลางหรือกลุ่มระดับกลาง และกลุ่มรายได้ต่ำหรือกลุ่มระดับล่าง ซึ่งช่วงรายได้ที่จะกำหนดระดับฐานะนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจและระดับค่าครองชีพของแต่ละประเทศ

1.1.6) สถานภาพสมรส กลุ่มคนโสดมีโอกาสในการเดินทางได้บ่อยครั้ง และมีเวลาพักได้ยาวนานกว่ากลุ่มที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากสามารถตัดสินใจได้โดยลำพังและไม่มีภาระ

ทางครอบครัวที่จะต้องดูแลมาก ในขณะที่กลุ่มแต่งงานแล้ว (กรณีที่มีบุตร) หรือไปเป็นคู่ (กรณียังไม่มีบุตร) ก่อให้เกิดกลุ่มตลาดครอบครัว และกลุ่มคู่ฮันนีมูน

1.1.7) ถิ่นพำนัก บุคคลที่อยู่ในสถานที่ที่มีสภาวะแวดล้อมและภูมิอากาศที่แตกต่างกันย่อมมีความต้องการและเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่น กลุ่มที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศหนาวเย็นจัด ก็ย่อมนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศอบอุ่นกว่า ในขณะที่กลุ่มที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศร้อนก็มักจะแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศเย็นหรือมีหิมะ เป็นต้น

1.1.8) การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ศึกษาเปรียบเทียบได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางเข้าไปในแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยว โดยพิจารณาว่ามีการเดินทางเข้าไปยังสถานที่ใดบ้าง มีการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ เพื่อนำมาวางแผนด้านขีดความสามารถในการรองรับของแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก ควรมีการวางแผนที่จะกระจายนักท่องเที่ยวออกไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีศักยภาพรองลงมา

1.1.9) กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ควรศึกษาเพื่อนำมาวางแผนการสร้างและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.1.10) ฤดูกาลท่องเที่ยว ในแต่ละช่วงเดือนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีมากน้อยแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศในแหล่งท่องเที่ยวและถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งระยะเวลาวันหยุดพักผ่อนของนักท่องเที่ยวด้วย การศึกษาฤดูกาลท่องเที่ยวสามารถศึกษาได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละเดือน ช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามามาก เรียกว่าช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (Seasonal Season) ส่วนช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวน้อยเรียกว่านอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Promotional Season) ซึ่งเป็นช่วงที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ หรือจัดรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเพิ่มขึ้น

1.1.11) ทรัพยากรการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

(1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิประเทศ รวมทั้งอากาศและทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่าไม้ เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นคือ เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่ต้องสูญเสียต้นทุนในการผลิต แต่ทรัพยากรทั้งสองลักษณะต่างก็ต้องมีต้นทุนในการดูแลรักษาเหมือนกัน คุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจะต้องได้รับการดูแลรักษาในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การวางแผนการท่องเที่ยวรวมทั้งการวางมาตรฐานการดูแลรักษาทรัพยากรดังกล่าวจึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เปราะบางได้

(2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและพลัดเพลิน

1.1.12) ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น ในระบบเศรษฐกิจคำว่าการท่องเที่ยว หมายถึง ภาคเศรษฐกิจที่รวมธุรกิจทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ทั้งทางตรงและทางอ้อม ธุรกิจใต้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตในหลายสาขา ทั้งการผลิตในสายการผลิตเดียวกัน และการผลิตในต่างสายการผลิต นอกจากนั้นสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวบริโภค อาจเป็นทั้งสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น หรืออาจเป็นสินค้าหรือบริการเฉพาะที่ผลิตขึ้นมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นหลักก็ได้ ธุรกิจใต้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 ธุรกิจหลัก ดังนี้

(1) ธุรกิจที่พักแรม มีหลายประเภท เช่น โรงแรม โมเต็ล เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท อพาร์ทเมนท์ แมนชั่น คอนโดมิเนียม ที่ตั้งแคมป์ บ้านพักรับรองของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช บ้านพักตากอากาศ บังกะโล แพ เป็นต้น สถานที่พักจะต้องสะอาด สะดวกสบาย ปลอดภัย และมีราคาที่เหมาะสมกับสภาพที่พักแต่ละประเภท

(2) ธุรกิจนำเที่ยว เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรง มีวัตถุประสงค์ทำหน้าที่เป็นจุดสัมผัสไมตรีเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ให้บริการจัดจำหน่ายตั๋วเดินทาง จัดพาหนะบริการ จัดหาที่พักและจัดบริการนำเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

(3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม อาหารและเครื่องดื่มเป็นสินค้าอุปโภคขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ดังนั้นธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(4) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก เพื่อให้ระลึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือนได้ นักท่องเที่ยวมักเลือกซื้อหาสินค้าที่ระลึกเป็นของฝากสำหรับบุคคลที่ระลึกถึงเสมอในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

(5) ธุรกิจคมนาคมขนส่ง การเคลื่อนย้ายบุคคลจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่งเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งจึงต้องมีกระบวนการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นตามแต่ละช่วงฤดูกาล

(6) ธุรกิจนันทนาการ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวนี้ โดยส่วนใหญ่มุ่งหาความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวจึงต้องจัดให้มีกิจกรรมที่สามารถก่อให้เกิดความเพลิดเพลินใจกับนักท่องเที่ยวได้

ในจำนวน 6 ธุรกิจหลักดังกล่าวมีเพียง 2 ธุรกิจ คือ ธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจนำเที่ยวเท่านั้นที่มีลักษณะการบริการที่มุ่งเน้นการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ในขณะที่ธุรกิจอื่น ๆ เน้นลูกค้าเป้าหมายทั้งที่เป็นคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

2.2.5 เกณฑ์การกำหนดแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจที่คุ้มค่าตามแนวคิดกระแสเศรษฐกิจสมัยโลกไร้พรมแดนนั้น ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องมีเกณฑ์มาตรฐานเพื่อกำหนดเป็นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท ดังนี้

1) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นดั้งเดิม มีความสะอาดร่มรื่น

2) มีความพร้อมในการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ภายในศูนย์มีบริการอำนวยความสะดวกเบื้องต้น มีพื้นที่บริการข่าวสาร มุมนิทรรศการ ห้องสุขา สะอาด มุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มุมจำหน่ายของที่ระลึก รวมทั้งมีระบบบริการคนพิการด้วยการบริหารจัดการในลักษณะการเป็นเจ้าของที่ดี มีความปลอดภัย สะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวทุกระดับ (เยาวชน คนสูงอายุ และคนพิการ) ต่อการเดินทาง

3) มีการจัดทำเส้นทางศึกษาแหล่งท่องเที่ยว (ธรรมชาติและวัฒนธรรม) ทั้งเส้นทางไปและกลับทางเดิม เส้นทางเป็นแบบวงรอบหรือวงกลมอย่างน้อย 1 เส้นทาง การจัดทำเส้นทางศึกษาและท่องเที่ยวขึ้น ต้องคำนึงถึงความสะดวกสำหรับคนพิการตามหลักสากล

4) มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาเป็นระยะ ๆ เพื่อให้เกิดความรู้แก่นักท่องเที่ยว

5) มีแผนที่และคู่มือแนะนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมาย เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

6) มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้งต่อวัน

7) มีมัคคุเทศก์หรือวิทยากร หรือนักสื่อความหมายของท้องถิ่นที่รอบรู้ นำชมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้ มีความเข้าใจ มีความทรงจำ ได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้น

8) มีการบริหารจัดการพื้นที่ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่นและพหุภาคี เช่น องค์กรภาครัฐบาล องค์กรเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น (เทศบาล และ อบต.) และแบ่งปันผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและโปร่งใส

9) มีนโยบายและแผนงานต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งแผนงานการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้งระยะสั้น และระยะยาว เช่น แผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการขยะ การจัดการน้ำเสีย การจัดการมลพิษต่างๆ ให้มีมาตรฐานสากล

10) มีแผนพัฒนาบุคลากร และบริการสู่ระดับมาตรฐานสากล

11) หากแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรม จะต้องเป็นที่พักแรมที่รักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

12) มีแผนงานการประเมินผลการปฏิบัติงาน ผลการบริการ เพื่อพัฒนาการจัดการได้ตามมาตรฐานสากล

จากแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้าพื้นเมือง ธุรกิจร้านอาหาร การนำชมสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ล้วนเป็นการขายบริการแก่นักท่องเที่ยว โดยผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศนั้น ๆ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือ การท่องเที่ยวที่ได้มีการท่องเที่ยวไปตามแหล่งธรรมชาติและ ไม่ทำลายธรรมชาติและสภาพแวดล้อมโดยตรงจนถึงถึงความสำคัญของธรรมชาติเป็นแนวคิด

การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) หรือหมายถึงการวางแผนพัฒนาเพื่อป้องกันสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรไม่ให้เกิดการทำลาย โดยติดตามถึงผลกระทบจากการพัฒนาที่เกี่ยวข้องและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงนิเวศจึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแบบยั่งยืน ที่จำเป็นต้องรักษาไว้ซึ่งประโยชน์แก่ชุมชนส่วนรวม นักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนดังนี้

จากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดา (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวที่มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทาง เศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย”

2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development)

การพัฒนาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้กลุ่มนายทุนในประเทศพัฒนาและนายทุนชายทรัพยากร นายทุนนายหน้า ในประเทศกำลังพัฒนาร่ำรวยขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจซึ่งทำให้กลุ่มนายทุนส่วนน้อยมั่งคั่ง แต่ส่งผลกระทบต่อความอดอยาก ไร้การศึกษา ปัญหาสังคม การทำลายทรัพยากร (Resources) สิ่งแวดล้อม (Environment) ทั้ง ด้านกายภาพและชีวภาพ ตลอดจนความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) อย่างยับเยิน ทั้ง ๆ ที่ทรัพยากรชีวภาพมีประโยชน์อย่างมหาศาล แต่มนุษย์ก็ยังไม่ได้ศึกษาค้นคว้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์อีกมากมายหลายชนิดพันธุ์ ยกจน

การพัฒนาประเทศโดยมีเป้าหมายเพื่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แต่ไม่ได้ตระหนักถึงผลเสียหายต่อโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม และการรองรับของทรัพยากรธรรมชาติซึ่งมีจุดจำกัด ได้รับการวิจารณ์อย่างกว้างขวางและเป็นกระบวนการต่อเนื่อง กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเกิดแนวความคิดว่า “เราไม่ได้รับมรดกทรัพยากรในโลกนี้มาจากบรรพบุรุษของเราแต่เราขอยืมมาจากลูกหลานและควรส่งมอบให้แก่ลูกหลานอย่างไม่เสื่อมสลาย” การพัฒนาแบบยั่งยืนมีแนวความคิดว่าระบบนิเวศมีจุดจำกัดในการรองรับของการ พัฒนาเศรษฐกิจ การขยายตัวทางเศรษฐกิจมากเกินไปส่งผลให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรชีวภาพ มนุษย์ควรใช้ทรัพยากรอย่างอนุรักษ์และลดบทบาทของการเป็นนักบริโภคนิยมและวัตถุนิยม เพราะทำให้เกิดการสิ้นเปลืองในการใช้ทรัพยากรเพราะทรัพยากรมีศักยภาพในการรองรับและปริมาณที่จำกัด

แนวความคิดในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่ทศวรรษที่ 1960 ได้ปรากฏเด่นชัด และยอมรับกันอย่างแพร่หลาย ในปลายทศวรรษที่ 1970 หลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องกระทำ พร้อม ๆ กัน 3 มิติ คือ การพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาสิ่งแวดล้อมทั้งด้านกายภาพและชีวภาพ และการพัฒนาด้านสังคม วัฒนธรรม และเป็นการพัฒนาบูรณาการที่ทำให้เกิดองค์รวมดังข้อความพระธรรมปิฎก (2546: 65) ได้อธิบายว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน มีลักษณะเป็นการพัฒนาที่เป็นการ บูรณาการ (Integrated) คือ ทำให้เกิดเป็นองค์รวม (Holistic) หมายความว่าองค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้อง จะต้องมาประสานกันครบองค์และมีลักษณะอีกอย่าง คือ มีดุลยภาพ (Balanced)

สุดใจ ทูลพานิชย์ (2547) แนวความคิดการพัฒนาแบบยั่งยืน ได้รับความสนใจมากในปัจจุบัน โดย United National Fund for Population Activities (UNFPA) ได้รวบรวมคำอธิบายเกี่ยวกับการพัฒนาแบบยั่งยืนไว้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประการ

1) การพัฒนาแบบยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่ตรงกับความต้องการ ตามความจำเป็นในปัจจุบัน โดยสามารถรองรับความต้องการ หรือความจำเป็นที่จะเกิดแก่ชนรุ่นหลัง ๆ โดยมาตรฐานการครองชีพที่เลยขีดความจำเป็นขั้นพื้นฐานต่ำสุด จะยั่งยืนต่อเมื่อมาตรฐานการบริโภคในทุกหนทุกแห่งคำนึงถึงความยั่งยืนในระยะยาว

2) การพัฒนาแบบยั่งยืน ครอบคลุมมาตรการรักษามรดกทางทรัพยากรที่จะตกกับชนรุ่นหลัง โดยอย่างน้อยให้ได้มากพอ ๆ กับที่ชนรุ่นปัจจุบันได้รับมา

3) การพัฒนาแบบยั่งยืน เป็นการพัฒนาที่กระจายประโยชน์ของความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจได้อย่างทั่วถึง ตลอดจนเป็นการพัฒนาที่ปกป้องสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับโลกโดยรวม เพื่อชนรุ่นหลังและเป็นการพัฒนาที่ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นอย่างแท้จริง

4) การพัฒนาแบบยั่งยืน หมายถึง การทำให้คุณภาพของชีวิตมนุษย์ดีขึ้นภายในระบบนิเวศวิทยาที่สามารถจะรองรับการดำเนินชีวิตได้ต่อไป เศรษฐกิจแบบยั่งยืน (Sustainable Economy) เป็นเศรษฐกิจที่ธำรงรักษา แหล่งทรัพยากรธรรมชาติของตนได้ได้ โดยเศรษฐกิจแบบนี้จะยังคงสามารถพัฒนาควบคู่กันไปกับการรักษาแหล่งทรัพยากรได้ต่อไปด้วยการปรับตัว และโดยอาศัยการยกระดับความรู้ ปรับปรุงองค์กร ตลอดจนปรับปรุงประสิทธิภาพทางเทคนิคและเข้าปัญญา

แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน สุดใจ ทูลพานิชย์ (2547) ได้อธิบายไว้ว่าแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนจะเป็นการผสมผสานให้เกิดความสมดุลของการพัฒนาใน 3 มิติ คือ

1) มิติทางเศรษฐศาสตร์ การพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เพียงพอ สามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชน และขจัดความยากจนได้รวมทั้งลดความไม่เท่าเทียมกันในสังคม

2) มิติทางสังคม การพัฒนาที่ยั่งยืนจะสนับสนุนแบบแผนการบริโภคที่เหมาะสมอยู่ในระดับที่ธรรมชาติสามารถแบกรับได้ พร้อมทั้งส่งเสริมการเป็นหุ้นส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อร่วมพัฒนาให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน โดยประชากรในแต่ละกลุ่มต้องร่วมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในหน่วยการผลิตแต่ละหน่วย เพื่อก่อให้เกิดการกระจายผลผลิตอย่างเป็นธรรม และนำไปสู่การผลิตสินค้าที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและคุ้มครองสิ่งแวดล้อม

3) มิติทางนิเวศวิทยา การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องมีรูปแบบการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในระดับที่สามารถพลิกฟื้นให้กลับสู่สภาพใกล้เคียงกับสภาพเดิมทางธรรมชาติให้มากที่สุด

คอร์สัน (Corson, 1990 อ้างถึงใน พระธรรมปิฎก, 2546) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ นโยบายที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในปัจจุบัน โดยไม่ทำลายทรัพยากรซึ่งจะเป็นที่ต้องการในอนาคต

2.3.2 ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ปี พ.ศ. 2532 Brundthl and Commission ได้เกิดแนวคิดใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่เรียกว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable Development) ซึ่งเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ อันประกอบด้วยตัวแปรมากมายที่ทำให้บุคคลและชุมชนสร้างเอกลักษณ์แห่งตน มีลักษณะเฉพาะและสร้างความสามารถที่จะเผชิญกับโลกได้อย่างมีจุดหมายและภาคภูมิใจ กระบวนการนี้ได้เน้นการเติบโตอย่างกลมกลืนของบุคคลและชุมชนกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และจิตวิญญาณของสังคมโดยรวม ซึ่งแนวความคิดนี้ได้ปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคนและชุมชน กำหนดให้การพัฒนาคนเป็นวัตถุประสงค์เดียว (Single Objective) ของการพัฒนาโดยให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนในกระบวนการพัฒนา (Development by the People) แทนที่จะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลักเช่นที่ผ่านมา เมื่อเป็นเช่นนี้การจัดการการท่องเที่ยวเริ่มเกิดการเปลี่ยนแปลงและเล็งเห็นความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและในกระบวนการแก้ปัญหาชุมชน (นริศรา นงนุช, 2544)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2547) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าหมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างยั่งยืนเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสม่ำเสมอแต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่น้อยที่สุดอย่างยั่งยืน

บุญจง ขาวสีทิวชัย (2541) ได้กล่าวถึงการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง การพัฒนาที่เพิ่มคุณภาพชีวิตแก่มนุษย์โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาในยุคลูกหลานต่อไป

ไพฑูรย์ พงศะบุตร (2546) ได้กล่าวถึง หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่ามีหลักการที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา และได้รับความสนับสนุนจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่าง ยั่งยืนคือ จะต้องมีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนาน และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อนำหลักการนี้มาปรับใช้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงมีจุดเน้นที่สำคัญดังนี้

- 1) จะต้องดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนานจนถึงชั่วลูกชั่วหลาน มิใช่เพียงเพื่อคนรุ่นปัจจุบันเท่านั้น
- 2) ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง และลดปริมาณของเสียที่จะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
- 3) มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ เปิดโอกาสให้ชุมชนในท้องถิ่นได้เข้าร่วมในการจัดการ และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4) มีการประชุมปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการวางแผนงาน การจัดสรรงบประมาณ และการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม

5) มีการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่ แนวคิด การศึกษาวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ออกไปในหมู่ประชาชน ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง

พระธรรมปิฎก (2539) ได้กล่าวถึง การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง นโยบายที่สนองความต้องการของประชาชนในปัจจุบัน โดยไม่ต้องทำลายทรัพยากรซึ่งเป็นที่ต้องการในอนาคต

สุพัตรา กลับดี (2545) ได้กล่าวถึงการใช้ทรัพยากรแบบยั่งยืน (Sustainable Biological Resource Use) หมายถึง การจัดการทรัพยากร เพื่อให้การผลิตได้ดำเนินต่อไปอย่างสูงสุด โดยให้สอดคล้องกับการอนุรักษ์ปริมาณทรัพยากรซึ่งต้องฟื้นฟูตนเองตลอดเวลา

สุภาณี โถทองคำ (2543) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) ว่าเป็นขบวนการเปลี่ยนแปลงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ มีแนวทางลงทุนทางการเงิน การพัฒนาเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงด้านสถาบัน ซึ่งต้องสอดคล้องกับปัจจุบัน และความต้องการในอนาคต จะต้องขึ้นอยู่กับการคิดเห็นทางการเมืองว่าจะออกมาในแนวทางไหน และมีการดำเนินการแก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุ รวมถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน

สวอร์บรู๊ค (Swarbrooke, 1998) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าเป็น การท่องเที่ยวซึ่งทำให้เศรษฐกิจเจริญงอกงาม แต่ต้องไม่ทำลายทรัพยากรซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและโครงสร้างทางสังคมของชุมชนในท้องถิ่น ในการพัฒนาแบบยั่งยืนและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามข้อตกลงระหว่างประเทศ ประกอบด้วยหลักการต่อไปนี้ (Rogers & Slinn, 1995)

1) สิ่งแวดล้อมเป็นทรัพยากรสมบัติที่สำคัญและมีคุณค่ายิ่งต่อการท่องเที่ยว ต้องรักษาไว้ให้มีสภาพเหมือนเดิม สำหรับลูกหลานในอนาคต มิใช่ถูกทำลายในระยะสั้น

2) การท่องเที่ยวเป็นการจัดกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกประโยชน์ให้กับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเสมอภาคเท่ากับนักท่องเที่ยว หมายความว่า มิใช่นักท่องเที่ยวแสวงหาผลประโยชน์จากชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียว ชุมชนควรได้รับประโยชน์เท่าเทียมกันจากการท่องเที่ยวด้วย

3) การจัดการเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม ต้องส่งผลกระทบต่อการพัฒนาแบบยั่งยืนการท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายทรัพยากรก่อให้เกิดผลเสียหายในอนาคต หรือส่งผลกระทบต่อการทำลายสิ่งแวดล้อม

4) กิจกรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวควรจะยอมรับสภาพธรรมชาติและลักษณะ ของสถานที่ ซึ่งเป็นที่ตั้งของกิจกรรมหรือการพัฒนาดังกล่าวแล้ว กล่าวคือ ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใด เปรียบบางทางธรรมชาติมากเกินไป ก็ควรพัฒนาสถานที่นั้นภายในขอบเขตและให้กระทบต่อธรรมชาติน้อยที่สุด เช่น จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว จำกัดกิจกรรม และเวลาของการท่องเที่ยว

5) ความกลมกลืนที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวต้องเกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และสถานท่องเที่ยว

6) การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงต้องไม่ทำลายหลักการของการพัฒนาแบบยั่งยืน

7) องค์กรทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์กรในท้องถิ่น และองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม ต้องยอมรับในหลักการดังกล่าวแล้ว และจะต้องปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติที่แท้จริง

นอกจากนี้ สวอร์บรู๊ค (Swarbrooke, 1998) ได้ให้หลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไม่ต่อต้านการเจริญเติบโตอันเนื่องมาจากการพัฒนา แต่ต้องเน้นข้อจำกัดของการเจริญเติบโตและการท่องเที่ยวต้องจัดการบริหารภายใต้ข้อจำกัดนี้

2) ต้องจัดการวางแผนและการจัดการที่เหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดขึ้นต่อธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์

3) คำนึงถึงผลกระทบยาวมากกว่าระยะสั้น

4) การจัดการด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มิได้มุ่งเน้นการจัดการสิ่งแวดล้อมแต่รวมถึงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองและการบริการ

5) ให้ความสำคัญกับความต้องการที่ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจแต่ต้องอยู่ภายใต้ความเสมอภาคและยุติธรรม

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ได้กล่าวถึงปัจจุบันกระแสเรียกร้อง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ขยายตัวกว้างขวางและต่อเนื่องไปทั่วโลก ทั้งนี้ เพราะปัญหาสิ่งแวดล้อมนับวันจะรุนแรงและคุกคามชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนและสิ่งมีชีวิตบนทุกหนทุกที่ มีความขัดแย้งและโจมตีต่อต้านการพัฒนาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรมว่าเป็นตัวการก่อผลเสียต่อสภาพแวดล้อม รวมถึงการท่องเที่ยวซึ่งในอดีต เคยเชื่อกันว่าการใช้ทรัพยากรในการท่องเที่ยวจะไม่หมดไป และสามารถจะใช้นานแต่ปัจจุบันกลับพบว่า การเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว ทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง และได้ก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมากมายที่เห็นได้ชัด คือ ปัญหา น้ำเน่าเสีย ปัญหาขยะและความสกปรก ปัญหาทัศนียภาพอุจาด เป็นต้น

Butler (2536) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สามารถดำรงคุณค่าหรือความเป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ยาวนานไม่มีที่สิ้นสุด และไม่สร้างความเสื่อมโทรมหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมของแหล่งและบริเวณโดยรอบ

การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ให้ความสำคัญ กับ 3 เรื่องดังต่อไปนี้

- 1) ต้อนรับแขกด้วยไมตรีจิตอันดีงาม
- 2) ดูแลเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- 3) บำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้บริสุทธิ์ ควบสภาพธรรมชาติเดิมไว้

หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อสนองต่อความต้องการ (World Tourism Organization, 1998)

1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวจะต้องได้รับการอนุรักษ์ไว้เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต โดยจะยังสามารถอำนวยประโยชน์ให้แก่สังคมปัจจุบันได้

2) จะต้องมีการวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อม และสังคมวัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

3) คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมจะยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ และปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ เมื่อจำเป็นที่จะต้องจัดทำ

4) จะต้องรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเอาไว้เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยว นั้นจะยังคงสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้ และสามารถทำการตลาดต่อไปได้

5) ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวจะต้องแผ่หรือกระจายไปในทุกภาคส่วนของสังคม

หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เท็ดชาย ช่วยบำรุง, 2552) มีหลักการ ดังนี้

- 1) การมีส่วนร่วมของชุมชน
- 2) ความร่วมมือของกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3) การสร้างโอกาสการจ้างงานที่มีคุณภาพ
- 4) การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
- 5) การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าเกิดประโยชน์สูงสุด
- 6) การวางแผนระยะยาว
- 7) ความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

8) ความสอดคล้องกันระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาต่าง ๆ

9) ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับผู้ปฏิบัติ

10) การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ

11) การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยว

12) การสร้างหลักเกณฑ์การประเมินผลกระทบ

13) การเน้นผลประโยชน์ชุมชนคุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม

14) การพัฒนาคน การศึกษา และหลักสูตรต่าง ๆ

15) การเสริมสร้างลักษณะเด่นอัตลักษณ์ของชุมชน และพื้นที่

16) การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากร

17) การดำรงรักษาทรัพยากรมรดกทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม

18) การทำการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (รพีพรพรณ แก้วสุริยะ, 2547) ประกอบด้วย หลักการที่สำคัญ 10 ประการดังนี้

1) อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างดี (Using Resource Sustainable) หมายถึง การที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่มีบทบาทด้านการท่องเที่ยว ต้องมีวิธีการจัดการใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่อย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมี ประสิทธิภาพ อย่างประหยัด โดยคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่าคุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย (Reducing Over-consumption and Waste)

3) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintain Diversity)

4) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planing)

5) นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy)

6) การมีส่วนร่วม โดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving Local Communities)

7) มีการประชุมกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and The Public)

8) การพัฒนาบุคลากร (Training Staff)

9) การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly)

10) ประเมินผล ตรวจสอบและวิจัย (Undertaking Research)

จากการประชุม “Earth Summit” ในปี 1992 (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และ สิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย, 2539) ได้กล่าวถึงกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสามารถแบ่ง ออกเป็น 3 ประการ คือ

- 1) กระแสความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 2) กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้
- 3) กระแสความต้องการในการพัฒนาคนและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของ ชุมชนท้องถิ่น

แนวความคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่รักษา (Protect) อนุรักษ์ (Preserve) และการสร้างความเข้าใจอันดี (Understanding) ระหว่างชุมชนเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวและผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่ง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนี้มีความหมายกว้างกว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และมีความสำคัญมากกว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยทั่วไป เนื่องจากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นมุ่งเน้น ผลประโยชน์ ซึ่งเกิดขึ้นกับผู้อยู่อาศัย นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ และยังคงประกอบไปด้วย การวิเคราะห์ การประเมิน ผลดี ผลเสีย และยังคงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอยู่ในท้องถิ่นอันเป็นสถานที่ท่องเที่ยว นั้นได้มีส่วนร่วมวิพากษ์แผนการท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาร่วมกันระหว่างผู้อาศัยในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวอีกด้วยเพื่อให้เกิดผลดีต่อทุก ๆ ฝ่าย

ดังนั้น การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม สามารถก่อให้เกิดความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ เพิ่มคุณภาพการท่องเที่ยวและประชากรในท้องถิ่นให้มีการกินดีอยู่ดี มีการจัดการที่เหมาะสม สงวนรักษาสิ่งแวดล้อม และตลอดจนทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวให้อยู่ยาวนานที่สุด

2.3.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การที่จะจัดการการท่องเที่ยวให้ได้ผลที่ชัดเจนและยั่งยืนนั้นจะต้องสร้างประโยชน์สร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นนั้น ๆ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย ในขณะนี้ได้มีการเปิดเส้นทางใหม่มากมายและหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวแบบชุมชน ซึ่งผลพลอยได้ที่สำคัญ คือ สามารถที่จะช่วยเหลือภาคการเกษตรของประเทศให้มีรายได้มากขึ้น นโยบายหลักของการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาแบบยั่งยืน (นริศรา นงนุช, 2544: 14 - 15) มีดังนี้

- 1) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2) การบริหารการท่องเที่ยวให้เกิดการกระจายด้านเศรษฐกิจ โดยเชื่อมโยงกับนโยบายการบริหารประเทศคือ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติของตนเอง
- 4) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีมาตรการที่ทำให้นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ยาวนานขึ้น และใช้จ่ายต่อวันมากขึ้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2547) ได้สรุปว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมี 6 ประการ ดังนี้ 1) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) การพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว 3) การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว 4) ด้านการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว 5) การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และ 6) การพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กล่าวว่า แนวทางการสร้างกรอบนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มี 8 ประการด้วยกัน คือ 1) มุ่งพัฒนาการในประเทศก่อน 2) ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ 3) ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับทุก ๆ ด้านของจำนวนนักท่องเที่ยว ตัวสถานที่ ชุมชน และสภาพแวดล้อมโดยรวม 4) มุ่งใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น 5) เน้นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยมุ่งประโยชน์ในระยะยาวของชุมชน 6) คุณค่าและสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมนั้นเป็นคุณค่าที่มีอยู่ในตัวเอง มีค่าเพียงพอที่จะเป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยวเท่านั้น ความอยู่รอดระยะยาวจึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจละเลยได้ 7) การปรับตัวเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นสิ่งจำเป็น แต่ทั้งนี้ต้องไม่ขัดกับหลักการข้างต้น และ 8) ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อมของรัฐ มีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาค และวางอยู่บนหลักการข้างต้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พนิตตา สิงห์ครา, 2544)

อุษาวดี พูลพิพัฒน์ (2545) ได้สรุปว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมี 10 ประการ ดังนี้ 1) การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Ustainable) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว

2) การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over-consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำงานบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย 3) การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต 4) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว 5) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Economic) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัดแต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดการทำลายอีกด้วย 6) เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว 7) การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and The Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา 8) เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุก ๆ ระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว 9) ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง และ 10) การวิจัยและติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงานรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งด้านทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้ใช้ประโยชน์ระยะยาว

2.4 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

วิวัฒนาการด้านการท่องเที่ยวของโลกตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันหากไม่นับการเดินทางในสมัยโบราณ ซึ่งมักจะเป็นเรื่องการเดินทางไปสำรวจเพื่อตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็น หรือเพื่อขยายอำนาจทางการเมือง การค้า การแสวงหาโชคลาภ การอพยพไปตั้งถิ่นฐานในดินแดนอื่นอันเนื่องมาจากความอดอยากหรือภัย การศาสนา การศึกษา การกีฬา การบันเทิง และอื่น ๆ แล้ว อาจแบ่งสมัยของการเดินทางท่องเที่ยวได้เป็น 2 ระยะ คือ การท่องเที่ยวในระยะหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวในระยะหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา

การท่องเที่ยวในระยะหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม นับตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 จนถึงก่อนหน้าสงครามโลกครั้งที่ 2 การท่องเที่ยวเริ่มขยายตัวเติบโต อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งทั้งทางรถไฟ รถยนต์ ทางเรือ และทางเครื่องบิน โดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งทางเรือในระยะนั้นมีการสร้างเรือเดินสมุทรเพื่อการท่องเที่ยวขนาดใหญ่แล่นข้ามมหาสมุทรแอตแลนติก ระหว่างยุโรปกับอเมริกาเหนือ ส่วนการคมนาคมขนส่งทางเครื่องบิน เริ่มมีการใช้เครื่องบินในการบินพาณิชย์ตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 โดยเฉพาะการเดินทางข้ามทวีป

โดยเครื่องบินโดยสารครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2482 จากรัฐนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา มายังประเทศอังกฤษ โดยใช้เวลาเดินทาง 30.5 ชั่วโมง การปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นผลให้ประเทศทางตะวันตกเปลี่ยนเป็นสังคมอุตสาหกรรม และทำให้ประชาชนมีรายได้สูงขึ้น มีห้วงเวลาการทำงานและวันหยุดพักผ่อนแน่นอน ลักษณะเช่นนี้เป็นการกระตุ้นให้การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมีมากขึ้น หลังจากการทำงานอย่างเคร่งครัดในเมืองหรือในโรงงานอุตสาหกรรมจนถึงวันที่ได้ลาพักผ่อน

การท่องเที่ยวในระยะหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้พัฒนาขึ้นเป็นอย่างมากและได้กลายเป็นธุรกิจที่สำคัญของหลายประเทศ จากการทำเป็นเพียงตัวแถมเล็ก ๆ ทางด้านบัญชี กลายมาเป็นสิ่งที่ใหญ่โตที่สุดในด้านการค้าของโลกและของหลาย ๆ ประเทศ และการท่องเที่ยวก็ได้กลายเป็นแหล่งสำคัญของรายได้จากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดอุตสาหกรรมหนึ่งในโลกปัจจุบัน

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง ทั้งทางถนน ทางรถไฟ ทางน้ำ และทางเครื่องบินที่ได้รุดหน้าไปเป็นอย่างมากแล้ว การพัฒนาด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม เป็นต้น ทำให้ประชากรโลกสามารถรู้เห็นความเป็นไปของแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปเยือน และจากการที่เครื่องจักรกลต่างๆ เข้ามาทดแทนแรงงาน ทำให้เกิดเวลาว่างมากขึ้นบวกกับธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการพักผ่อนจากการงาน ล้วนแล้วแต่เป็นสาเหตุที่ทำให้ประชากรโลกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนาด้านการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะได้ขยายความต่อไป

2.4.1 ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1) ปรากฏการณ์การเติบโตของการท่องเที่ยว

ปรากฏการณ์ความเคลื่อนไหวของการท่องเที่ยวโลกที่มีขนาดมหึมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และแนวโน้มที่จะขยายตัวเติบโตต่อไปในอนาคต มีเหตุอันเป็นปัจจัยเกื้อหนุนอย่างน้อย 2 ประการ ที่ช่วยขับเคลื่อนปรากฏการณ์ดังกล่าว กล่าวคือ

1.1) ตัวแปรจากภายนอก ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ด้านแนวโน้มด้านประชากรและสังคม ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ในขณะที่จำนวนประชากรเพิ่มขึ้นโดยรวม หรือในภาวะที่เกิดของประชากรชะงักงันภายหลังสงคราม ย่อมทำให้ประชากรวัยสูงอายุโดยเฉพาะในประเทศที่มีนักท่องเที่ยวออกไปเที่ยวกันมากมีจำนวนมากขึ้น หรือในส่วนที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของสังคมก็มีแนวโน้มว่าประชากรจะสมรสกันช้าลง หรือมีบุตรช้าลงหรือไม่มีบุตร ส่วนประชากรในโลกที่ 3 ก็พยายามหาทางที่จะไปทำมาหากินในประเทศที่เจริญแล้ว ความก้าวหน้าทางการศึกษา และอิทธิพลของสื่อ ทำให้ประชากรมีความรู้มากขึ้น ซึ่งก็เป็นแนวโน้มที่ผลักดันให้ประชากรประสงค์จะเดินทางมากขึ้นตามฐานะและรายได้ที่แต่ละคนมีความสามารถ

การเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง จะเห็นได้ว่านับตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา มีเหตุการณ์หลายประการที่มีส่วนทำให้เกิดความเคลื่อนไหวด้านการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเปิดประเทศทางแถบยุโรปตะวันออก ซึ่งมีสัญลักษณ์สำคัญอยู่ที่กำแพงเบอร์ลินที่ถูกทำลายลง เป็นการปูทางให้เกิดความเคลื่อนไหวทางด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในยุโรปตะวันออกและยุโรปตะวันตก พร้อม ๆ กับระเบียบพิธีการในการเข้าเมืองได้รับการผ่อนปรน มี

การปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งความเข้าใจในด้านการให้บริการมีมากขึ้น ซึ่งในที่สุดได้มีการพัฒนาไปสู่การเป็น Single European Market ในปี พ.ศ. 2536 เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับมหาอำนาจทางเศรษฐกิจอย่างสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ในขณะที่เดียวกันก็ประสงค์จะขับเคลื่อนให้มีความสะดวกในกลุ่มประเทศยุโรปด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสินค้าการบริการ หรือการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ได้พยายามริเริ่มให้ยกเลิกการควบคุมที่ชายแดน เป็นต้น

ปรากฏการณ์ในลักษณะนี้ ในปัจจุบันก็เป็นความพยายามของกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น กลุ่มประชาชาติในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) และกลุ่มประเทศในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง GMS (Greater Mekong Sub-region) ที่ได้พยายามให้เกิดการท่องเที่ยวแบบไม่มีรอยตะเข็บ (Seamless Intra-travel) ซึ่งหมายถึงความพยายามที่จะให้มีการเดินทางท่องเที่ยวผ่านแดนของประเทศต่าง ๆ ในเครือสมาชิกโดยมีข้อจำกัด หรือระเบียบพิธีการในการผ่านแดนน้อยที่สุด

ลักษณะทางการเมืองที่คลี่คลายไปสู่ความสงบและมีสันติภาพ ไม่ว่าจะเป็นกรณีของยุโรปตะวันออก หรือประเทศในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม หรือในภูมิภาคอื่น ๆ เป็นต้น ล้วนแล้วแต่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการเดินทางไปมาหาสู่ระหว่างกันมากขึ้น

1.2) การพัฒนาด้านการขนส่ง

เป็นที่ตระหนักดีว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องอาศัยเทคโนโลยีด้านการขนส่งอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันนับว่าสะดวกรวดเร็ว และมีความปลอดภัยสูง แต่ในอนาคตก็มีความเป็นไปได้ว่า หากเทคโนโลยียังใช้ระบบเก่าอยู่ก็อาจมีผลกระทบต่อ การขยายตัวของอุปสงค์ทางด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาด้านการขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นทางอากาศ ทางบก ได้แก่ ถนนและรถไฟ หรือทางน้ำโดยเรือสำราญเดินสมุทร ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และในขณะที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการบิน โดยสามารถมีเครื่องบินที่มีความเร็วสูงขึ้น และมีความจุมากขึ้นแต่ก็มีแนวโน้มว่าประชากรสนใจที่จะเดินทางทางภาคพื้นดินมากขึ้น สังเกตเห็นได้จากการปรับปรุงการให้บริการทางรถไฟ หรือการพัฒนาเครือข่ายรถไฟความเร็วสูง เป็นต้น

การเดินทางท่องเที่ยวทางถนน นับว่าในแถบอเมริกาเหนือและยุโรปมีเครือข่ายถนนและระบบการจราจรที่ก้าวหน้าเป็นอย่างมาก และในอนาคตอันใกล้การพัฒนาโครงข่ายถนนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้ จะมีโอกาสเพิ่มพูนการเดินทางทางภาคพื้นดินขึ้นอีกมาก

1.3) ตัวแปรอื่น ๆ เช่น การที่ประชากรมีรายได้มากขึ้น ซึ่งแต่ละคนอาจมีความสามารถในการออมทรัพย์ นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เช่น อาหารที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม การศึกษา สุขภาพ ฯลฯ ทำให้มีโอกาสที่จะใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น หรือการที่ประชากรมีเวลาพักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้น อันมีผลจากการที่หน่วยงานต่าง ๆ มีกฎเกณฑ์ให้ผู้ที่ทำงานต้องมีวันหยุดพักผ่อนประจำปี โดยหน่วยงานต้องจ่ายเงินเดือนหรือค่าจ้างให้ตามปกติ เป็นต้น

1.4) พลังด้านการตลาด เป็นที่น่าสังเกตว่าการดำเนินการด้านการตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเริ่มจะถึงจุดอิ่มตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกันทั่วโลกในขณะนี้เริ่มมีความชำนาญ มีประสบการณ์และทันโลก และเริ่มมีความต้องการที่หลากหลาย จนกลายเป็น

นักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ หรือเกิดการท่องเที่ยวทางเลือกที่เรียกว่า The Alternative Tourism เช่น การท่องเที่ยวผจญภัย (Adventure Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) พัฒนาการในลักษณะนี้ เริ่มจะมีผลกระทบต่อรายการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่จัดเป็น Packaged Tour หรือที่เป็น Mass กลายมาเป็นการท่องเที่ยวแบบอิสระที่จัดให้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและเป็นกลุ่มเล็ก ๆ กระจุกกระจายไปตามความต้องการ หรือที่เรียกว่าเป็นกลุ่มตลาดที่มีความสนใจพิเศษเฉพาะเรื่อง (Special Groups) ซึ่งถือเป็นช่องทางด้านการตลาด (Niche Markets) ที่หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยให้ความสำคัญอยู่ในขณะนี้

อย่างไรก็ตาม แรงกระตุ้นจากการส่งเสริมด้านการตลาด อิทธิพลของสื่อทั้งสื่อสิ่งพิมพ์วิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์รวมทั้งระบบการจองผ่านคอมพิวเตอร์ CRS (Computer Reservation Systems) ตลอดจนระบบฐานข้อมูลด้านการตลาด ยังคงเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวแสวงหาความรู้และความเพลิดเพลิน อย่างมีประสิทธิภาพอยู่ในปัจจุบัน

2) ความเข้าใจในความสำเร็จของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก WTTC (World Travel & Tourism Council) ซึ่งมีสำนักงานใหญ่อยู่ ณ กรุงลอนดอน ประเทศสหราชอาณาจักร ได้สร้างภาพความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นที่เข้าใจได้โดยง่าย กล่าวคือ ได้เปรียบเทียบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเหมือนกับภูเขาน้ำแข็งที่ลอยอยู่ในมหาสมุทร ส่วนที่เป็นภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามความเข้าใจของบุคคลทั่ว ๆ ไปจะมองเห็นแต่เพียงเรื่องของการขนส่ง ที่พัก การจัดเลี้ยง การบันเทิง นันทนาการ หรือบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเปรียบเหมือนยอดของภูเขาน้ำแข็งที่เห็นลอยอยู่เหนือน้ำ แต่ตามความเป็นจริงแล้ว ภาคเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่โตมโหฬารที่บุคคลส่วนใหญ่ไม่เข้าใจ หรือมองไม่เห็น เปรียบเหมือนฐานส่วนล่างของภูเขาน้ำแข็งที่จมอยู่ใต้น้ำ ซึ่งมีขนาดใหญ่มากกว่าส่วนที่มองเห็นเหนือผิวน้ำ ซึ่งหมายถึงว่า ถ้าจะมองภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องมองทั้งภาคอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Industry) และภาคเศรษฐกิจของการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Economy) กล่าวคือ ยังมีภาคเศรษฐกิจ หรือภาคการผลิตอื่น ๆ อีกมากมายมหาศาลที่ช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมการเดินทางและท่องเที่ยว อาทิ การจัดหาเกี่ยวกับเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม น้ำมันสำหรับยานพาหนะ การพิมพ์หรือการพิมพ์โฆษณา บริการด้านการเงิน สาธารณูปโภค บริการด้านความปลอดภัย บริการให้เช่ารถ การต่อเรือโดยสารหรือเรือสินค้า การสร้างเครื่องบิน การทำแก้วทำเหล็ก คอมพิวเตอร์ คอนกรีต เพื่อนำมาสร้างสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์พลาสติก สิ่งทอ สารเคมี ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไม้และโลหะ ฯลฯ ดังนั้นการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว หรือการใช้บริการด้านต่าง ๆ ย่อมมีผลส่งไปถึงภาคการผลิตและบริการอื่น ๆ อย่างกว้างขวางเหมือนระลอกคลื่นที่กระทบส่วนฐานของภูเขาน้ำแข็ง

เป็นที่ตระหนักดีว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกที่เจริญเติบโตมาตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา ได้เป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญต่อทุกประเทศ หากจะพิจารณาย้อนหลังกลับไปประมาณ 50 ปีเศษ จะเห็นความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทางด้านจำนวนประชากรที่เดินทางท่องเที่ยวกันในระยะนั้น ซึ่งมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน มีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 2.1

พินล้านเหรียญสหรัฐ จนถึงปี พ.ศ. 2545 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกมีมากถึง 715 ล้านคน และจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 1 พันล้านคน และ 1.56 พันล้านคนในปี พ.ศ. 2553 และ พ.ศ. 2563 ตามลำดับ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้พยากรณ์ว่า เมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แอฟริกา และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีผู้นิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก กลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคต UNWTO คาดว่า ในปี พ.ศ. 2563 จีนจะเป็นตลาดส่งออกและนำเข้านักท่องเที่ยวใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีนักท่องเที่ยว 100-120 ล้านคน/ปี การทวีบทบาทสำคัญของตลาดเกิดใหม่ซึ่งตลาดเหล่านี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในทวีปเอเชีย ทั้งตลาดที่มีขนาดใหญ่ เช่น จีน อินเดีย และตลาดขนาดกลางถึงขนาดเล็ก เช่น กลุ่มประเทศที่อยู่ในเอเชียใต้ กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง กลุ่มประเทศที่อยู่ในเอเชียกลาง เป็นต้น หลายประเทศจึงมีการลงทุนด้านการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การกำหนดกลยุทธ์ และการใช้นโยบายปกป้องคนของตนให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อแย่งชิงตลาดในเวทีโลก อัตราการเพิ่มของประชากรโลกอยู่ที่ระดับ 1.11 ในปัจจุบัน จะลดลงเป็นระดับ 0.86 ในช่วงปี 2563-2568 โดยประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำของโลกเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประเทศเยอรมัน ญี่ปุ่น รัสเซีย มีอัตราเพิ่มของประชากรติดลบนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพร้อมในด้านเวลาและงบประมาณ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบพำนักนาน และต้องการท่องเที่ยวในแหล่งที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้ การกระตุ้นประชาชนให้เดินทางท่องเที่ยว อาทิ การลดชั่วโมงการทำงาน การสนับสนุนให้ประชาชนมีโอกาสพัฒนาประสบการณ์ของตนจากการเดินทางท่องเที่ยว การลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มสินค้าอุปโภคบริโภคบางชนิดและภาษีนายจ้าง มาตรการดังกล่าวได้มีการดำเนินการในหลายประเทศ เป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น

ในระยะเดียวกัน หากพิจารณาถึงอัตราส่วนการเติบโตของรายได้ กล่าวคือ ในปี 2552 ประเทศไทยมีรายได้ จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประมาณ 527,326 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 8.5 ของมูลค่าส่งออกรวม (ร้อยละ 51.1 ของมูลค่าส่งออกภาคบริการ) หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ขณะเดียวกัน ธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 6-7 ของแรงงานทั้งระบบ

สำหรับประเทศในกลุ่ม APEC (Asia Pacific Economic Cooperation) ในปี พ.ศ. 2544 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน 215 ล้านคน หรือมีสัดส่วนร้อยละ 31 จากจำนวนนักท่องเที่ยวของโลก และมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 173 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 37 ของรายได้จากการท่องเที่ยวของโลกในปีเดียวกัน

3) การท่องเที่ยวของภูมิภาค

ในส่วนของการท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาค ในระยะ 3 ทศวรรษที่ผ่านมาหากจะเปรียบเทียบการขยายตัวเติบโตทางการท่องเที่ยวของภูมิภาคต่าง ๆ ปรากฏว่าการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแอฟริกา มีอัตราการขยายตัวเร็วที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะประเทศต่าง ๆ

ในภูมิภาคดังกล่าวนี้ได้มีความก้าวหน้าเป็นอย่างมากในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาด้านระบบการคมนาคมขนส่งทุกรูปแบบทำให้การเดินทางเข้าถึงจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วและราคาค่าใช้จ่ายลดน้อยลง ทั้งนี้ ในระยะปี พ.ศ. 2533 - 2544 อัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกสูงถึงร้อยละ 9.3 โดยมีนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2544 จำนวน 123.6 ล้านคน

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้การเดินทางท่องเที่ยวจะมีภาวะชะงักงันอยู่บ้างในระยะกลางปี พ.ศ. 2540 อันเนื่องมาจากวิกฤติเศรษฐกิจและการเงินที่เกิดขึ้นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกหลายประเทศ แต่ก็ยังเป็นเพียงการทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นภายในระยะสั้นเท่านั้น และทุกประเทศในภูมิภาคนี้ต่างก็ใช้ความพยายามทางด้านการตลาดที่จะเพิ่มพูนตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศให้ขยายตัวเติบโตต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีประเทศต่าง ๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ได้เพิ่มความพยายามทางด้านกิจกรรมการตลาดเข้มข้นมากขึ้น และเริ่มแสวงหาความร่วมมือทางด้านการตลาดภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น อาทิ ความร่วมมือทางด้านการตลาดในภูมิภาคอาเซียน ความร่วมมือของกลุ่มประเทศในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub - region - GMS) และความร่วมมือทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ BIMST - EC (Bangladesh, India, Myanmar, Sri Lanka, Thailand - Economic Cooperation) ซึ่งในแต่ละกลุ่มความร่วมมือต่างก็ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาและการตลาดด้านการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลายและมีการมอบหมายความรับผิดชอบตามพันธกิจที่กำหนดให้แต่ละประเทศรับผิดชอบนำไปดำเนินการให้เป็นผลสำเร็จ นอกจากนี้ การที่สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวทางภูมิภาคเอเชียตะวันออกได้กระตือรือร้นอย่างรวดเร็ว เป็นเพราะภาวะเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคนี้ได้ฟื้นตัวเข้าสู่ภาวะปกติ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้พยากรณ์การเติบโตด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกไว้ว่าในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ถึง 397 ล้านคน มีอัตราส่วนการขยายตัวประมาณร้อยละ 6.5 ซึ่งสูงกว่าอัตราส่วนการขยายตัวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ๆ เกือบทั้งหมด และอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยการขยายตัวของนักท่องเที่ยวโลกเกือบ ร้อยละ 2.5 ทั้งนี้ การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปี พ.ศ. 2563 จะมีมากถึง 1,561 ล้านคน มีอัตราส่วนการขยายตัวประมาณ ร้อยละ 4.1 ระหว่างปี พ.ศ. 2538 - พ.ศ. 2563 และการเดินทางของนักท่องเที่ยวระยะไกล (Long-haul Travel) ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวทางภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกจะขยายตัวประมาณ ร้อยละ 6.2 ต่อปี ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคจะขยายตัวประมาณ ร้อยละ 6.6 ต่อปี

ตารางที่ 2.1 การพยากรณ์การขยายตัวของการท่องเที่ยวโลก ระหว่างปี พ.ศ. 2538 – 2563

จำนวนนักท่องเที่ยวโลกใน ทวีปต่างๆ	พยากรณ์ (ปี พ.ศ.)			ส่วนแบ่ง		ร้อยละการเติบโต เฉลี่ย (%)
	2538	2553	2563	การตลาด (%)		
	จำนวน (ล้านคน)			2538	2563	2538-2563
	565	1006	1561	100	100	4.1
แอฟริกา	20	47	77	3.6	5.0	5.5
อเมริกา	110	190	282	19.3	18.1	3.8
เอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก	81	195	397	14.4	25.4	6.5
ยุโรป	336	527	771	59.8	45.9	3.1
ตะวันออกกลาง	14	36	69	2.2	4.4	6.7
เอเชียใต้	4	11	19	0.7	1.2	6.2

ที่มา: World Tourism Organization. (2003).

หมายเหตุ: การพยากรณ์การขยายตัวของการท่องเที่ยวโลกขององค์การท่องเที่ยวโลก จะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงข้อมูลเป็นระยะ เช่น ในปี พ.ศ. 2538 เคยพยากรณ์ไว้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจำนวน 548 ล้านคน และจะเพิ่มขึ้นในอัตรา ร้อยละ 4.7 ในช่วงปี พ.ศ. 2538 - 2553 โดยจะเพิ่มเป็น 664 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2543 และ 937 ล้านคนในปี พ.ศ. 2553 ซึ่งแตกต่างจากข้อมูลล่าสุดที่เผยแพร่ในปี พ.ศ. 2546 ตามตารางข้างต้น

ในทางกลับกันในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก เดินทางออกนอกประเทศ (Outbound) ประมาณ 405 ล้านคน หรือมีอัตราส่วนการขยายตัวประมาณร้อยละ 6.5 ในระหว่างปี พ.ศ. 2538 - 2563 หรือทุก ๆ จำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติ 4 คน จะมีนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก 1 คน ในจำนวนนี้ ประมาณ 309 ล้านคน จะเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก และในจำนวนนี้ ประมาณ 293 ล้านคน จะมาจากประเทศทางเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจะเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน 100 ล้านคน

สำหรับประเทศในแถบมหาสมุทรอินเดีย รวม 22 ประเทศ ในปี พ.ศ.2563 จะได้รับนักท่องเที่ยวถึง 179 ล้านคน โดยมีอัตราส่วนการเติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 6.3 ในระหว่างปี พ.ศ. 2538 - 2563 หรือจำนวนนักท่องเที่ยวทุก ๆ 9 คน (หรือประมาณร้อยละ 11) จะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศต่าง ๆ ในย่านนี้และได้พยากรณ์ไว้ว่า ประเทศไทยจะเป็นประเทศผู้นำทางด้านการท่องเที่ยวในคาบสมุทรอินเดีย โดยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึง 36.9 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563

ประเทศต่าง ๆ ในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ คือ ลาว กัมพูชา เวียดนาม เมียนมาร์ ไทย และจีน จะมีนักท่องเที่ยวมาเยือนประมาณ 185 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 โดยมี

อัตราส่วนการขยายตัว ร้อยละ 7.7 ในระหว่างปี พ.ศ. 2538 - 2563 แต่ในจำนวนนี้ ประเทศจีนจะได้รับส่วนแบ่งทางด้านการตลาดสูงสุด โดยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 130 ล้านคน มีอัตราส่วนขยายตัวประมาณร้อยละ 7.8 ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 12.1 เมียนมาร์ ร้อยละ 10.0 เวียดนาม ร้อยละ 9.7 และกัมพูชา ร้อยละ 8.7

จำนวนนักท่องเที่ยวรองจากประเทศจีน คือ ฮองกง (SAR) จะมีจำนวนนักท่องเที่ยว 57 ล้านคน ประเทศไทย 36.9 ล้านคน อินโดนีเซีย 27 ล้านคน มาเลเซีย 25 ล้านคน และออสเตรเลีย 18 ล้านคน หากจะพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวในระยะ 3 ปี คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2546 - 2548 ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวทางด้านเอเชียแปซิฟิก สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) ได้พยากรณ์ไว้ และยังได้พยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศในเอเชียแปซิฟิกระหว่างปี พ.ศ. 2546 - 2548 ไว้ และในปี พ.ศ. 2548 ได้จัดลำดับประเทศที่จะรับนักท่องเที่ยวมากที่สุดไว้ 10 ลำดับ

ความเคลื่อนไหวของจำนวนนักท่องเที่ยวโลกและนักท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาคและภายในภูมิภาคจำนวนมหาศาลดังกล่าวยังคงแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่จะขยายตัวเติบโตขึ้นอีกมากในทศวรรษต่อไป ซึ่งเป็นศักยภาพและโอกาสที่ประเทศต่าง ๆ จะต้องพยายามวางกลยุทธ์ที่จะแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับประเทศของตนให้เพิ่มพูนขึ้น

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวโลกและภูมิภาคที่แสดงมาทั้งหมดต้องทำความเข้าใจว่า นักท่องเที่ยวคนเดียวกันเมื่อเดินทางไปยังอีกประเทศหนึ่งก็จะกลายเป็นอีก 1 คน ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวคนเดียวกันนั้น เมื่อเดินทางไปอีก 5 ประเทศ จำนวนก็จะกลายเป็น $1 + 5 = 6$ คน ส่วนการนับจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ก็มีวิธีการจําแนกนับไม่เหมือนกัน อาทิ บางประเทศนับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็น Day Visitors (ไม่พักค้างคืน) ไปด้วย หรือรวมผู้โดยสารโดยเรือเดินสมุทรที่เดินทางเข้ามาในน่านน้ำของประเทศนั้น ๆ แต่นักท่องเที่ยวพักค้างคืนในเรือ หรือคนที่มาทำงานชั่วคราวในประเทศนั้น หรือคนสัญชาติอื่น ๆ ที่ไปอาศัยถาวรอยู่ในต่างประเทศ หรือในกรณีของจีน (PRC) ฮองกง (SAR) และมาเก๊า (SAR) นักท่องเที่ยวของ 3 พื้นที่นี้เดินทางไปมาระหว่างกันจำเป็นต้องทราบว่าได้นับรวมไว้ด้วยหรือว่าได้แยกออกจากกันแล้ว เพราะถือเป็นสัญชาติเดียวกันและประเทศเดียวกัน

2.4.2 สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ใน 4 ทศวรรษที่ผ่านมาเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จากจำนวนนักท่องเที่ยวเพียง 81,340 คน มีรายได้ 196 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2503 เพิ่มขึ้นเป็น 10,799,067 คน มีรายได้ 323,483.96 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2545 นับเป็นภาคเศรษฐกิจที่ก่อประโยชน์ให้กับประเทศชาติเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านที่มาของเงินตราต่างประเทศ การจ้างงาน การกระจายโอกาสและรายได้ การกระตุ้นการผลิตและการลงทุน รวมถึงประโยชน์ในการช่วยปรับดุลการชำระเงินของประเทศ

การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา นับว่าเป็นความสำเร็จระดับหนึ่งของการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และถ้าหากจะพิจารณาว่า ความ

เจริญเติบโตดังกล่าวนั้นมีสาเหตุจากอะไร และเป็นผลงานของใคร จำเป็นต้องพิจารณาย้อนหลังกลับไปนับเป็นศตวรรษเพื่อจะได้ทราบพอเป็นสังเขปเกี่ยวกับรากฐานและที่มาของการที่มีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาประเทศไทย

1) รากฐานการเดินทางของชาวต่างประเทศมาสู่ประเทศไทย (เสรี วังสีไพจิตร, 2543) การเริ่มรากฐานการเดินทางของชาวต่างประเทศมาสู่ประเทศไทย หากไม่นับย้อนหลังไปถึงสมัยกรุงศรีอยุธยาที่น่าจะเริ่มต้นจากระยะที่ประเทศไทยหรือสยามในสมัยนั้นเริ่มมีนโยบายเปิดประเทศ นับตั้งแต่หลังการลงนามในสนธิสัญญาบาววริง ในปี พ.ศ. 2398 (ค.ศ. 1855) เป็นต้นมา (Water Meyer, 1988) ซึ่งในระยะนั้นโรงแรมและบ้านพักของชาวตะวันตกได้เริ่มเข้ามาตั้งอยู่แล้วในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ได้เสด็จเยือนยุโรปเป็นเวลา 9 เดือน ในปี พ.ศ. 2440 (ค.ศ. 1897) โดยเรือหลวง “มหาจักรี” ซึ่งเรียกกันในภาษาท่องเที่ยวว่า แกรนด์ทัวร์ (Grand Tour) ได้เสด็จไปยัง เวนิช เจนีวา ตูริน ฟลอเรนซ์ โรม เวียนนา บูดาเปสต์ วอร์ซอร์ เซนต์ปีเตอส์เบิร์ก เอสเสนเฮก บรัสเซลส์ ปารีส และเมืองอื่น ๆ เท่ากับเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของสยามในเวลานั้นด้วย ต่อมาก็มีการเดินทางของขุนนางและเชื้อพระวงศ์ระหว่างสยามและยุโรปเพิ่มมากขึ้น โรงแรมโอเรียลเต็ล อันเก่าแก่ก็เกิดขึ้นในสมัยนั้นด้วย และในปี พ.ศ. 2467 พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชร อัครโยธิน ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟในสมัยนั้น ได้จัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้น เพื่อทำหน้าที่รับรองให้ความสะดวกแก่นักเดินทางและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเมืองไทย รวมทั้งการเผยแพร่โฆษณาเมืองไทยให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศด้วย

สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศ สมเด็จพระพุทธเจ้าหลวงก็ได้เสด็จประพาสต้นหลายต่อหลายครั้งด้วยกัน พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ก็ให้ความสนพระทัยต่อการสร้างภาพลักษณ์ของสยาม และในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ก็ได้เสด็จเยือนภาคเหนือหลายจังหวัดและเสด็จเยือนสิงคโปร์ ชวา บาห์ลี อินโดจีน ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น แคนาดา และสหรัฐอเมริกา ในระยะปี พ.ศ. 2472 ถึง พ.ศ. 2474 ซึ่งในระยะนั้นการท่องเที่ยวของโลก เริ่มเป็นระบบและมีการจัดกิจกรรมนำเที่ยวสำเร็จรูปที่เรียกว่า (Packaged Tour) เกิดขึ้น มีการจัดนำเที่ยวทางเรือเดินสมุทรด้วย

ดังนั้น เหตุผลที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามายังสยามประเทศในระยะนั้น จึงต้องให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่มีแรงกดดันมาจากอิทธิพลของชาวยุโรปที่เริ่มขยายอาณานิคมมายังภูมิภาคนี้ โดยเฉพาะในระยะก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ฝรั่งเศสและอังกฤษมีอิทธิพลอย่างมากในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจ นักธุรกิจ และนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะจากฝรั่งเศสและอังกฤษต่างก็เดินทางผ่านสยามในเวลานั้น เพื่อไปยัง พม่า ลาว มาเลเซีย เขมร และญวน

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สหรัฐอเมริกาเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในภูมิภาคตะวันออกเฉียง และก็เริ่มเป็นประเทศส่งออก “นักท่องเที่ยว” ให้แก่ประเทศไทย (ซึ่งเปลี่ยนชื่อจาก สยาม ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2) และผลของสงครามได้ส่งผลให้มีการพัฒนาระบบการขนส่งที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น นั่นก็คือการพัฒนาเครื่องบินขนาดและแบบต่าง ๆ แทนการขนส่งทางเรือ ทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์อย่างมากในฐานะที่มีที่ตั้งเหมาะสมทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากอยู่ในเส้นทางการบิน

จากยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ก่อนจะไปยังประเทศอื่น ๆ ประเทศไทยจึงกลายมาเป็นศูนย์กลางการเดินทางอากาศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในระยะนั้น

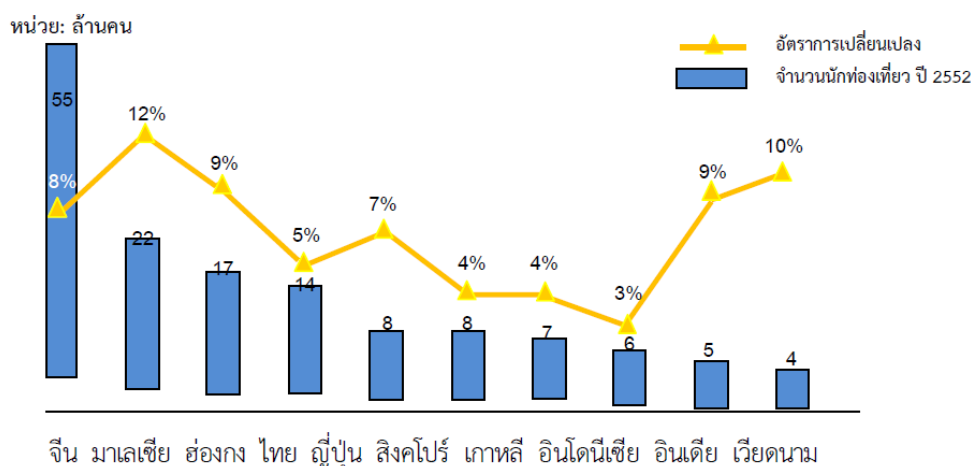
ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทยยุคใหม่เริ่มต้นจากระยะ พ.ศ. 2502 - 2506 ซึ่งเป็นระยะที่นายกรัฐมนตรี (จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์) ได้ฟื้นฟูสภาพการเมืองภายในประเทศให้มีเสถียรภาพมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายที่จะพัฒนาบ้านเมืองให้มีความสงบเรียบร้อยปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย อันธพาล ยาเสพติด (ฝิ่น) และการกวาดล้างโสเภณี เพื่อมุ่งพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในสายตาชาวต่างประเทศ และเพื่อที่จะให้มีนักท่องเที่ยวนานาชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2503 (ค.ศ. 1960) จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ก็ได้ประกาศจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้น (อ.ส.ท.) โดยได้แสดงวิสัยทัศน์ไว้ชัดเจนว่า รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยววันนั้น อาจไม่ได้เข้าสู่รัฐบาลโดยตรงแต่จะกระจายไปสู่ประชาชนทุกหมู่เหล่า และเหนือสิ่งอื่นใดก็คือรายได้ที่มองไม่เห็น อันได้แก่ความนิยมยกย่องคนไทยเมื่อได้เห็นประเพณี วัฒนธรรม และคุณธรรมของคนไทย ซึ่งมีค่ายิ่งกว่าเงินตรา การจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวดังกล่าว จึงนับเป็นการเริ่มต้นของหน่วยงานภาครัฐบาลที่จะเข้าสนับสนุนการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยตรงและอย่างจริงจัง

2) ผลพวงจากสงครามเวียดนาม หลังจกมรณกรรมของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ในปี พ.ศ. 2506 รัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจร ได้ยินยอมให้สหรัฐอเมริกามาตั้งฐานทัพในประเทศไทย ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชาติอย่างมหาศาลและการท่องเที่ยวก็พลอยได้รับผลกระทบจากผลพวงของการพัฒนาบริการในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ บาร์ ไนต์คลับ คีอพี ซ็อบ ภัตตาคาร สถานอาบ อบ นวด ฯลฯ เกิดขึ้นมากมายในละแวกใกล้ฐานทัพ และประเทศไทยก็เป็นสถานที่ที่ทหารอเมริกันกลุ่มที่ได้พักและได้พักผ่อน (Rest and Receptions หรือ R & R) เลือกเดินทางมาพักผ่อนในประเทศไทยมากกว่าที่อื่น ประจักษ์พยานเห็นได้จากเที่ยวบิน DC6 ที่บินจากเซ็งฮอนไปกัวลาลัมเปอร์ สัปดาห์ละ 4 เที่ยวบิน ไปสิงคโปร์ 5 - 7 เที่ยวบิน และมาประเทศไทยถึงสัปดาห์ละ 20 เที่ยวบิน นอกนั้นไป ฮอนโนลูลู ไทเป มะนิลา ซิดนีย์ และญี่ปุ่น ผลพลอยได้ก็คือการท่องเที่ยวขยายตัวเติบโตขึ้น กลุ่มทหารอเมริกันพักนานวันกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป และใช้จ่ายมากกว่า จึงก่อให้เกิดผลดีทางด้านรายได้ แต่ในทางกลับกันภาพลักษณ์ของประเทศไทย โดยเฉพาะกรุงเทพฯ กลับเสื่อมค่าลง กลายเป็นเมืองหลวงของเซ็กซ์แห่งภาคตะวันออกเฉียง ซึ่งก็ยังคงมีผลต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน การถอนทหารอเมริกันออกไป และการงดส่งทหารเข้ามา R & R ในประเทศไทย หลังจากปี พ.ศ. 2512 (ค.ศ. 1969) มีผลทำให้สถานบริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นจำนวนมากต้องปิดกิจการลง อย่างไรก็ตามเนื่องจากกลุ่มทหารอเมริกันที่เข้ามาพักผ่อนไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่แท้ (Bonafide Tourist) ดังนั้น การถอนทหารออกไปจึงมิได้ทำให้การท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศไทยได้รับผลกระทบกระเทือน

ในระหว่างสงครามเวียดนาม มีการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวที่สำคัญมากอย่างหนึ่งคือ ประเทศญี่ปุ่นได้กลายมาเป็นประเทศ “ส่งออก” นักท่องเที่ยวให้แก่ประเทศไทย และเป็นคู่ค้าที่สำคัญตลอดจนเป็นแหล่งเงินกู้และแหล่งเงินทุน ดังมีคำกล่าวกันว่า ใครจะรบก็รบกันไป ญี่ปุ่นจะขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว และญี่ปุ่นก็เป็นประเทศส่งออกนักท่องเที่ยวที่สำคัญต่อประเทศในเอเชียและประเทศโลกที่สามโดยเป็นรองนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา และเยอรมันนี เท่านั้น

ดังนั้น จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า สงครามเวียดนามก็มีส่วนทำให้ประเทศไทยได้รับผลพลอยได้ทั้งที่น่าพึงพอใจ และไม่น่าพึงพอใจ

3) จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ ค่าใช้จ่าย และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แม้ประเทศไทยจะประสบกับปัญหาและวิกฤตด้านการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลกระทบต่อจำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวในช่วงวิกฤต และหลังเกิดวิกฤต แต่ก็พบว่าภายหลังจากวิกฤติผ่านพ้นไปอัตราการเติบโตจะกลับไปอยู่ในระดับเดิม ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ยปีละประมาณ 9 ล้านคน มีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม 5% ต่อปี อัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 7 ของเอเชีย โดยมาเลเซียและเวียดนามมีการเติบโตเฉลี่ยอันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ปี 2553 เป็นปีที่ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวสูงสุดจำนวน 15.8 ล้านคน นักท่องเที่ยวต่างชาติดีกว่าครึ่งหนึ่ง (8,076,493 คน ในปี 2553) เป็นนักท่องเที่ยวจากกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน และเกาหลี เป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยวในไทยมากที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 27 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร เยอรมัน สวีเดน และรัสเซีย มาท่องเที่ยวในไทยมากที่สุด และเป็นที่น่าสังเกตว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชียใต้ และตะวันออกกลางมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.98 และ 23.00 ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาจากรายได้พบว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปยังเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 40 ของรายได้นักท่องเที่ยวทั้งหมดและพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจากยุโรปมีจำนวนวันพักนานกว่านักท่องเที่ยวจากเอเชีย



ภาพที่ 2.3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศต่าง ๆ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา
ที่มา: สถิตินักท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว

ในระยะดังกล่าวรายได้จากการท่องเที่ยวยังตามหลังรายได้จากการส่งออกข้าว ยาง ดีบุก ไม้สัก ข้าวโพด และมันสำปะหลัง

1) สภาพของปัญหาในอดีต

1.1) ปัญหาเกี่ยวกับโรงแรมและปัญหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในปี พ.ศ. 2503 ได้มีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านชี้จุดอ่อนของประเทศไทยตรงกันว่าปัญหาใหญ่ที่สุดของกรุงเทพฯ คือ โรงแรม เพราะในขณะนั้น กรุงเทพฯ มีโรงแรมเพียง 575 ห้อง เป็นห้องชั้นหนึ่งเพียง 223 ห้อง โรงแรมที่กำลังสร้างอยู่ในขณะนั้น คือ โรงแรมรามา และบางท่านเห็นว่าประเทศไทยสูญเสียนักท่องเที่ยวไปมาก เพราะโรงแรมไม่พอ

สาเหตุสำคัญของเรื่องนี้ มาจากนโยบายการลงทุนของรัฐและการจำกัดการลงทุนของชาวต่างประเทศตามนโยบายชาตินิยมของ จอมพล ป. พิบูลสงคราม ด้วยเหตุนี้ การรถไฟจึงได้สร้างโรงแรมรถไฟขึ้น และกระทรวงการคลังก็ได้สร้างโรงแรมเอราวัณ นอกจากนี้ข้อจำกัดด้านการลงทุนแล้ว ภาษีโรงแรมที่รัฐบาลเรียกเก็บในขณะนั้นก็สูงมากถึงร้อยละ 10 - 15 ของรายได้ที่ยังไม่ได้หักค่าใช้จ่าย และยังมีการเก็บภาษีจากผลกำไรสุทธิอีกร้อยละ 10 - 15 เท่ากับว่าโรงแรมต้องเสียภาษีให้รัฐบาลเกือบร้อยละ 60 - 80 ปัญหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องคือ การห้ามจำหน่ายสุราหลังเวลา 22.00 น. และค่าไฟฟ้าที่คิดกับโรงแรมสูงกว่าอัตราไฟฟ้าของภาคอุตสาหกรรมถึงร้อยละ 50 จึงเป็นการยากที่จะกระตุ้นการลงทุนและอุปสรรคที่สำคัญคือ การขาดเงินทุนภายในประเทศที่คิดอัตราดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสม (ดอกเบี้ยในขณะนั้น ร้อยละ 15 ต่อปี) ต่อมาจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้มีนโยบายสนับสนุนธุรกิจเอกชนตามคำแนะนำของธนาคารโลก โดยได้ตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนขึ้นในปี พ.ศ. 2502 (ค.ศ. 1959) และธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจกลุ่มแรกที่ได้รับการสนับสนุนการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน นับแต่นั้นเป็นต้นมา จากจำนวนห้องพักในกรุงเทพฯ ซึ่งมีเพียง 575 ห้อง ก็ได้เพิ่มจำนวนขึ้นเป็น 81,184 ห้องในกรุงเทพฯ โดยมีจำนวนโรงแรมทั้งสิ้น 613 โรงแรม และจำนวนโรงแรมขนาดต่าง ๆ ทั้งประเทศมีรวมกันถึง 6,201 โรงแรม มีห้องพักระดับต่าง ๆ รวมทั้งสิ้นกว่า 335,421 ห้อง ในปี พ.ศ. 2545 ถึงกระนั้นก็ตามก็ยังคงมีปัญหาจำนวนห้องพักไม่พอเพียงในบางระยะเวลาที่การขยายตัวของนักท่องเที่ยวเติบโตขึ้นเร็วกว่าการขยายตัวของจำนวนห้องพักโรงแรม และในบางระยะเวลาก็มีปัญหาด้านอุปทานโรงแรมที่มีจำนวนมากและไม่สอดคล้องกับอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว ทำให้นำไปสู่ปัญหาการตัดราคา หรือการลดคุณภาพในการให้บริการ

1.2) ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาและข้อจำกัดในการดำเนินการด้านการตลาดในระยะต้นๆ คือ ประสพการณ์ความชำนาญและเทคนิควิธีการทางด้านการตลาด แต่ประเทศไทยก็สามารถปรับตัวได้เร็ว โดยที่ผู้บริหารของหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐและธุรกิจท่องเที่ยวเอกชน ได้มีโอกาสสั่งสมประสบการณ์จากเวทีการประชุมสัมมนาทั้งทางด้านวิชาการและการตลาดในระดับโลกและระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2504 เป็นต้นมา อาทิ การประชุมสมัชชาใหญ่ของสหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization – IUOTO) ซึ่งต่อมาได้พัฒนามาเป็นองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization – WTO) หรือการประชุมใหญ่ประจำปีของสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้นแปซิฟิก (Pacific Area Travel Association – PATA) ซึ่งต่อมาได้พัฒนามาเป็นสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเอเชียและแปซิฟิก (Pacific Asia Travel Association) การได้รับเลือกตั้งและแต่งตั้งให้เป็นกรรมการบริหารของ IUOTO กรรมการอำนวยการของ PATA

และการประชุมทั้งทางด้านวิชาการและการตลาดของกรมการ การกรมการ องค์กร และสมาคม ท่องเที่ยวนานาชาติ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์ ทางการท่องเที่ยวนานาชาติอย่างหลากหลาย

ข้อจำกัดอีกประการหนึ่ง คือ การขาดแคลนเอกสารโฆษณาเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และงบประมาณเผยแพร่โฆษณา ซึ่งในระยะนั้น ประเทศไทยมีเอกสารที่จะใช้เผยแพร่ โฆษณาอยู่ไม่เกิน 200,000 ฉบับ และไม่มีหนังสือประเภท Guide Book หรือหนังสือรายปักษ์หรือ รายเดือนภาษาอังกฤษสำหรับเผยแพร่ประเทศไทย และแม้แต่ที่ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ก็ไม่มี สถานที่แสดงสินค้าและภาพถ่ายเกี่ยวกับประเทศไทย

1.3) ปัญหาด้านการพัฒนา

ในระยะเริ่มต้นได้มีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจจากผู้เชี่ยวชาญและ รายงานเอกสารวิจัยต่างๆ เกี่ยวกับประเทศไทย และที่สมควรนำมากล่าวอ้างก็คือ รายงานของบริษัท Checchi & Co., ที่กระทรวงพาณิชย์ของสหรัฐอเมริกาและสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้น แปซิฟิกได้ว่าจ้างให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้กับประเทศต่าง ๆ ในภาคพื้น แปซิฟิกและตะวันออกไกล ซึ่งมีสาระสำคัญของข้อเสนอแนะโดยย่อ ดังนี้:

- เสนอแนะให้จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใน เอเชียอาคเนย์ เพื่อแนะนำเทคนิคและความช่วยเหลือทางวิชาการการวางแผนพัฒนาต่าง ๆ ทั้งใน เมืองและในภูมิภาค
- ปรับปรุงระเบียบพิธีการในการเข้าเมืองและศุลกากรให้ลดความ เข้มงวดและยุ่งยาก โดยเฉพาะแบบฟอร์มที่ใช้ในการเข้าเมือง (เดิมนักท่องเที่ยวเข้าเมืองต้องมี ภาพถ่ายส่งให้กองตรวจคนเข้าเมืองอีกต่างหาก) และขอเสนอให้นักท่องเที่ยวสามารถทำ Re-entry Visa ได้
- เสนอให้ปรับปรุงนโยบายการบินพาณิชย์โดยเฉพาะเสรีภาพ การเดินอากาศ รวมทั้งการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ท่าอากาศยานและท่าเรือ
- ฝึกอบรมมัคคุเทศก์ และจัดหลักสูตรอบรมด้านภาษาให้กับ เจ้าหน้าที่ต้อนรับและพนักงานบริการอื่น ๆ เช่น โรงแรม ร้านขายสินค้า ร้านขายอาหาร และคนขับ แท็กซี่
- ให้มีป้ายสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายชี้ทาง ป้ายอธิบายแหล่งท่องเที่ยว เป็นภาษาอังกฤษ
- ให้มีการเก็บข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวและสถิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นประจำ
- ให้ฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และโรงแรมต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นใหม่ควรออกแบบให้มีลักษณะสถาปัตยกรรมไทย
- ควรจัดให้มีสถานที่แสดงสินค้าและจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว รวมกันเป็นศูนย์เดียว รวมทั้งควรมีร้านขายสินค้าที่ท่าอากาศยาน
- เสนอให้ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างจังหวัดทั้งระยะใกล้ และระยะปานกลาง และควรมีการพัฒนาร้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องสุขาที่สะอาด มีโรงแรมหรือ

บ้านพักรับรอง ผักกอบรมเจ้าหน้าที่บริการนำเที่ยว ทั้งนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปสู่จังหวัด ควรได้รับความร่วมมือจากผู้ว่าราชการจังหวัดต่าง ๆ เป็นอย่างดี เป็นต้น

4) ปัญหาในทัศนะของนักท่องเที่ยว

ประเทศไทยขาดแคลนเอกสารนำเที่ยวภาษาต่าง ๆ จะหาความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยต้องไปค้นคว้าจากห้องสมุดและเห็นว่าประเทศไทยควรเริ่มโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และควรทำเอกสารเผยแพร่ที่มีภาษาหลัก ๆ ควรทำภาพยนตร์สีธรรมชาติส่งไปเผยแพร่ในต่างประเทศ นอกจากนั้นในระยะนั้น นักท่องเที่ยวเห็นว่า อัตราค่าที่พักโรงแรมในกรุงเทพฯ สูงกว่าประเทศอื่น ๆ และเสนอว่าควรมีโรงแรมแบบไทย ๆ เป็นโรงแรมเล็ก ๆ ไม่จำเป็นต้องลงทุนมาก เช่น ที่พักแบบ Guest House เป็นต้น

2) ความพยายามแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวในอดีต

2.1) การดำเนินการในส่วนของภาครัฐ และภาครัฐร่วมกับเอกชน ในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 และ 7 รัฐบาลได้ริเริ่มจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พ.ศ. 2535 และคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เมื่อ พ.ศ. 2539 เพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว และการแก้ไขปัญหาในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ถึงแม้คณะกรรมการทั้ง 2 ชุดนี้จะมีการประชุมบ่อยครั้ง แต่คณะกรรมการที่แต่งตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2539 ก็ได้รับหลักการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปรากฏชัดเจน ตั้งแต่ระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 เป็นต้นมา ไว้ 2 ประการที่สำคัญ คือ

2.1.1) อนุมัติในหลักการให้จัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาท่องเที่ยวจังหวัด โดยให้คัดเลือกจังหวัดที่มีความสำคัญตามศักยภาพการท่องเที่ยว และมีความพร้อม โดยให้กระทรวงมหาดไทยสั่งการเป็นนโยบายให้จังหวัดดำเนินการ ซึ่งคณะกรรมการในระดับจังหวัดมีองค์ประกอบ คือ บรรดาธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนในพื้นที่ สถาบันการศึกษา ธุรกิจหรือองค์กรอื่น และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

2.1.2) เห็นชอบในหลักการให้มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการฟื้นฟูรักษาคุณภาพ เร่งรัดพัฒนา อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวตามแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ โดยเสนอให้จัดสรรรายได้อันเกิดจากการท่องเที่ยว ประมาณร้อยละ 1 หรือประมาณ 3,000 - 3,500 ล้านบาท เพื่อใช้ประโยชน์ดังกล่าว

2.1.3) คณะกรรมการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2539 มีอนุกรรมการฯ 6 ชุด รับผิดชอบเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกด้านคมนาคม การบินพาณิชย์ ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านการตลาด ด้านพัฒนาบุคลากร และเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้น ในระยะเดียวกันยังมีคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ (กรอ.) ทั้งในส่วนกลางและในส่วนภูมิภาค ซึ่งต่อมาได้มีคณะอนุกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว เพื่อดูแลปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อเสนอต่อ กรอ. อย่างไรก็ตามความพยายามที่จะแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวก็ยังไม่บรรลุผลเป็นที่น่าพอใจ เนื่องจาก

ปัญหาที่มีอยู่ยังคงขยายตัวตามความเติบโตของการท่องเที่ยว และยังเป็นปัญหาในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับปัจจุบัน

2.2) การดำเนินการในส่วนของภาคเอกชน

ธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนได้พยายามรวมตัวกันเพื่อสนับสนุนการดำเนินการด้านการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการสะท้อนปัญหาและความต้องการด้านการท่องเที่ยวให้กับรัฐบาล โดยจัดตั้งเป็นสมาคมและชมรมในสาขาธุรกิจและอาชีพที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ สมาคมภัตตาคาร ฯลฯ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มากกว่า 200 หน่วย เพื่อดูแลผลประโยชน์ในแต่ละสาขาอาชีพ และเพื่อให้แต่ละสมาคม ชมรม ทั่วทั้งประเทศได้มีโอกาสร่วมมือประสานงาน รับฟังความคิดเห็น ร่วมกันแก้ปัญหา หรือสะท้อนความต้องการหรือปัญหาให้กับภาครัฐ จึงได้มีการสถาปนาสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย (สทภท.) ขึ้น เพื่อทำหน้าที่ประสานความร่วมมือในระหว่างภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของเอกชน โดยมีสมาคม ชมรม ธุรกิจท่องเที่ยวทั่วทั้งประเทศเป็นสมาชิก และเพื่อที่จะให้การบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาคเอกชนมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือมีเอกภาพในการบริหารเพิ่มมากขึ้น สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสมาคมหลักในกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 สมาคม จึงได้รวมตัวกันประกาศจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Society- TTS) ขึ้นเมื่อ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2538 เพื่อทำหน้าที่บริหารธุรกิจท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาคเป็นองค์กรรวม และเพื่อที่จะเป็นแกนกลางประสานงานและความร่วมมือระหว่างเอกชนด้วยกันเองและการประสานงานกับภาครัฐ

อย่างไรก็ตาม ความพยายามของธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนที่รวมตัวกันในระยะที่ผ่านมาเห็นได้ชัดเจนว่าในธุรกิจประเภทเดียวกันได้มีการจับกลุ่ม แบ่งพวก และแบ่งกลุ่มผลประโยชน์แยกแยะออกไปอีกมาก อาทิ ธุรกิจนำเที่ยว ได้มีการจัดตั้งเป็นสมาคมขึ้นมาหลากหลาย เช่น สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (Association of Thai Travel Agents- ATTA) ดูแลกลุ่มผลประโยชน์ของสมาชิกที่นำนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามา สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย (The Association of Thai Tour Operators- ATTO) ดูแลกลุ่มผลประโยชน์ของสมาชิกที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ และยังมีสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (The Association of Domestic Travel- ADT) ซึ่งทำหน้าที่ดูแล กลุ่มผลประโยชน์ของสมาชิกที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจเหมือนกับสมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย เป็นต้น หรือในกรณีของธุรกิจโรงแรมก็จะมีสมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association- THA) ดูแลผลประโยชน์ของสมาชิกที่เป็นโรงแรม แต่ในธุรกิจโรงแรมก็ยังมีสมาคมอื่น ๆ ในสาขาปลีกย่อย เช่น สมาคมที่เกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) สมาคมพ่อครัว (Chef) สมาคม ชมรมโรงแรมในจังหวัดต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่ได้เป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทย ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

โดยที่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวเป็นสหสาขาวิชาชีพ จึงได้มีการกลุ่มสาขาอาชีพต่าง ๆ จัดตั้งเป็นสมาคม ชมรมธุรกิจมากมาย ซึ่งก็ไม่ได้เป็นผลเสียต่อการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวม เพราะต่างสมาคม ต่างชมรม หรือต่างกลุ่มต่างก็ช่วยดูแลปกป้องผลประโยชน์ในสาขาธุรกิจที่ตนเกี่ยวข้อง จะยังคงมีปัญหาที่เฉพาะแต่การประสานงานและความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนด้วยกันเอง หรือในกรณีที่ต้องการความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการสะท้อนปัญหาและ

ความต้องการให้กับภาครัฐ ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหานี้ ภาครัฐกิจท่องเที่ยวเอกชน จึงได้พยายามหาวิธีการและกลไกที่จะให้มืองค์กรที่เข้ามาเป็นแกนกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนด้วยกันเอง ซึ่งมีลักษณะเป็นเหมือนแม่บ้านหรือเลขาธิการเข้ามาทำหน้าที่ประสานงาน โดยได้จัดตั้งองค์กรรวมภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (อท.) ขึ้น (Thai Private Sector Organization for Promotion and Development) แต่องค์กรนี้ตั้งอยู่ได้ไม่เกิน 2 ปี ก็ต้องล้มเลิกไป เนื่องจากขาดความสนับสนุนด้านงบประมาณการบริหาร และกำลังคน

ความพยายามล่าสุดของภาครัฐกิจท่องเที่ยวเอกชน ที่จะให้มีการรวมตัวกันและมีการประสานงานกันอย่างมีระบบระหว่างรัฐกับเอกชนและระหว่างเอกชนกับเอกชนด้วยกันเอง คือ การผลักดันให้เกิด “สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ขึ้น จนเป็นผลสำเร็จโดยได้มีพระราชบัญญัติ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2544 ซึ่งได้รับพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภา โดยมีนายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ นับเป็นการถือกำเนิดขึ้นขององค์กรกลางที่จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนที่แท้จริงของภาคเอกชน ทั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ตามมาตรา 6 แห่ง พ.ร.บ. นี้ ดังนี้

2.2.1) เป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในด้านการประสานงาน อย่างมีระบบระหว่างรัฐกับเอกชน และเอกชนกับเอกชนด้วยกันเอง

2.2.2) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2.3) ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว โบราณสถาน และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

2.2.4) ส่งเสริมให้มีจรรยาบรรณในการท่องเที่ยว

2.2.5) ส่งเสริมให้มีระบบการรับรองคุณภาพ ระบบมาตรฐานและระบบประกันคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

2.2.6) ควบคุมดูแลให้สมาชิกผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดำเนินการอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรม และมีจรรยาบรรณ

2.2.7) ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ทดลอง อบรม และเผยแพร่วิชาการและเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้แก่สมาชิก หรือจัดเป็นบริการแก่บุคคลทั่วไป

2.2.8) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสมาชิกและบุคคลทั่วไปทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

2.2.9) เสนอความเห็นหรือให้คำปรึกษาต่อคณะรัฐมนตรีในเรื่องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2.10) ให้ความร่วมมือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจการด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

2.2.11) คุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของสมาชิกเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2.12) ส่งเสริมให้มีการช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างสมาชิกด้วยกัน

2.2.13) ศึกษาและหาทางแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการประกอบ
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2.14) ดำเนินกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม
ท่องเที่ยว

2.2.15) ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามีส่วนร่วมใน
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.3) เปรียบเทียบการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติ

โดยที่นักท่องเที่ยวนานาชาติที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จะทวีจำนวนมากยิ่งขึ้นในทศวรรษต่อไป ซึ่งจะมีผลต่อการบริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยวหรืออาจเกิดปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวเกินกว่าขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือ มากเกินกำลังรองรับของสาธารณูปโภคและสิ่งแวดล้อม จึงสมควรได้ทราบถึงการพยากรณ์ของ หน่วยงานต่าง ๆ เกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติที่จะเดินทางมาประเทศไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการบริหาร โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากสถิติรายได้จากการท่องเที่ยว ในปี 2553 มีรายได้ 585.9 พันล้านบาท ระหว่างปี 2548 - 2553 พบว่าประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อัตราขยายตัวเฉลี่ยปีละ 11.90% โดยอัตราการเติบโตของรายได้ จะปรับลดลงและมีค่าเป็นลบในช่วงปีที่เกิดวิกฤต แต่หลังจากวิกฤตผ่านพ้นไปอัตราการเติบโตของรายได้จะกลับไปอยู่ในระดับเดิม แนวโน้มการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากค่าใช้จ่าย 3,172.93 บาท ในปี 2541 เพิ่มขึ้นเป็น 3,992.60 บาท ในปี 2553 ทั้งนี้การเกิดวิกฤตในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ปี 2553 ต่ำกว่าปี 2550, 2551 และ 2552 นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มพักในประเทศไทยนานขึ้นจากวันพักเฉลี่ย 7.77 วัน เป็น 9.22 วัน ในปี 2553

การพยากรณ์ของสมาคมขนส่งทางอากาศนานาชาติ (International Aviation Transport Association) พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทยไว้เมื่อ ปี พ.ศ. 2536 ดังนี้

- ปี ค.ศ. 1996 (พ.ศ. 2539) จำนวน 7,258,800 คน (ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง พ.ศ. 2539 จำนวน 7,192,145 คน)

- ปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ. 2543) จำนวน 10,461,300 คน (ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง พ.ศ. 2543 จำนวน 9,508,623 คน)

- ปี ค.ศ. 2005 (พ.ศ. 2548) จำนวน 15,499,500 คน

- ปี ค.ศ. 2010 (พ.ศ. 2553) จำนวน 22,293,000 คน

หากจะพิจารณาการพยากรณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) จะเห็นได้ว่า ในทศวรรษแรกของศตวรรษที่ 21 จากรายงาน WTO “Tourism 2020 Vision” ได้ประมาณการอัตราส่วนการขยายตัวของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวทางประเทศ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิกและประเทศไทยไว้ว่า จะมีการขยายตัวโดยเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 7.7 และร้อยละ 7.8 ตามลำดับ อัตราการขยายตัวดังกล่าวสูงกว่าการท่องเที่ยวโลก ซึ่งจะเติบโตโดยเฉลี่ยในระหว่างปี พ.ศ. 2543 และ พ.ศ. 2553 ร้อยละ 4.2 ต่อปี สำหรับตลาดระยะไกล

(Long-Haul Market) ในระยะปี พ.ศ. 2553 – พ.ศ. 2563 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 6.5 ต่อปี

ตารางที่ 2.2 การพยากรณ์ของ WTO “Tourism 2020 Vision” เกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากตลาดสำคัญ ๆ ที่จะเดินทางมาประเทศไทย (เป็นเค้การขยายตัวปานกลางและตามทิศทาง)

ตลาดนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน) พ.ศ. 2543	การพยากรณ์ (ล้านคน)		อัตราการเติบโต ร้อยละ/ปี	
		พ.ศ. 2553	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2543 - 2553	พ.ศ. 2553 - 2563
มาเลเซีย	1,058 (1,160)	2,077	4,086	7.0	7.0
ญี่ปุ่น	1,207 (1,169)	2,729	6,170	8.5	8.5
ไต้หวัน	712 (725)	866	1,282	4.0	4.0
เกาหลี	448 (553)	1,001	2,162	8.4	8.0
สิงคโปร์	660 (665)	1,074	1,923	5.0	6.0
จีน	704 (695)	1,451	3,435	7.5	9.0
เยอรมันนี	388 (398)	728	1,304	6.5	6.0
ฮ่องกง (SAR)	495 (523)	1,284	2,526	10.0	7.0
สหรัฐอเมริกา	486 (485)	830	1,417	5.5	5.5
สหราชอาณาจักร	480 (517)	782	1,274	5.0	5.0
ตะวันออกกลาง	202 (237)	362	648	6.0	6.0
อื่น ๆ	2,739	5,447	10,740	7.1	7.0
รวม	9,579 (10,133)	18,631	36,967	6.9	7.1

ที่มา: World Tourism Organization. n.d. Tourism 2020 Vision. East Asia Pacific. 3: 67.

หมายเหตุ: WTO พยากรณ์ไว้ก่อนปี พ.ศ. 2542 จึงมีความคลาดเคลื่อนเล็กน้อย จากตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริงในปี พ.ศ. 2543 (จำนวนตัวเลขที่เกิดขึ้นจริงในปี พ.ศ. 2543 อยู่ในวงเล็บ)

ในกรณีของประเทศไทย การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ขึ้นอยู่กับภาวะวิเคราะห์ข้อมูลหลายลักษณะ กล่าวคือ จะพิจารณาข้อมูลย้อนหลังกลับไปหลายปี เพื่อศึกษาค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนการเติบโตในสภาวะการณ์ หรือวิกฤติการณ์ในระยะสั้น วิเคราะห์สาเหตุอันมีผลต่อการเติบโต หรือชะงักงัน นำมาเปรียบเทียบกับสภาวะการณ์ปัจจุบัน ซึ่งต้องประเมินทั้งสถานภาพแนวโน้มทางเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นตลาด จำนวนประชากร รายได้ต่อปีและจำนวนการเดินทางออกของประชากรในตลาดการท่องเที่ยวนั้น นอกจากนี้ยังต้องวิเคราะห์ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางออก อาทิ มีปริมาณเที่ยวบินและความถี่ของเที่ยวบินมาสู่ประเทศไทยมากน้อยอย่างไร รัฐบาลมีมาตรการปิดกั้นการเดินทางออก หรือมาตรการการควบคุมการใช้เงินตราต่างประเทศของประชากรหรือไม่ รวมทั้งตัวแปรอื่น ๆ เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือวิกฤติการณ์เกี่ยวกับโรคระบาดต่าง ๆ ความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่เป็นคู่แข่ง เช่น มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีคุณภาพ และทุ่มเทความพยายามด้านการตลาดมากน้อยขนาดไหน ผนวกกับความสามารถและงบประมาณทางการตลาด และความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทยเอง เป็นต้น

สำหรับตัวแปรที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพยากรณ์การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย คือตัวแปรด้านการเมือง เพราะดูเหมือนจะเป็นวิธีปฏิบัติที่สืบทอดกันมาจนกลายเป็นเรื่องปกติที่รัฐบาล โดยรองนายกรัฐมนตรีที่ควบคุมดูแลนโยบายด้านการท่องเที่ยว หรือรัฐมนตรีที่รับผิดชอบดูแลหน่วยงานที่บริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรง มักจะต้องแสดงถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และความสนใจของรัฐบาลที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมทั้งความสามารถของรัฐบาลที่จะบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ขยายตัวเติบโตขึ้นได้โดยเร็ว โดยจะพยายามกำหนดตัวเลขการเติบโตของการท่องเที่ยวประเทศไทยให้สูงมากกว่าตัวเลขเป้าหมายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และตัวเลขเป้าหมายที่กำหนดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในแต่ละปีและในทุกระยะ 5 ปี โดยไม่ได้มีเหตุผลมาจากการวิเคราะห์และการประเมินข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยละเอียด ซึ่งการกำหนดเป้าหมายในลักษณะดังกล่าว จากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริงไม่ได้เป็นไปตามที่ประกาศไว้แต่อย่างใด ถึงกระนั้นก็ตาม การพยากรณ์ หรือการกำหนดเป้าหมายการท่องเที่ยวโดยนักการเมืองก็ได้กลายมาเป็นการพยากรณ์ หรือเป้าประสงค์ที่เป็นทางการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และภาคธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนจะต้องดำเนินการและต้องพยายามให้บรรลุเป้าประสงค์ดังกล่าวให้ได้ โดยเฉพาะตามยุทธศาสตร์การพัฒนาและการตลาดแนวใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

2.4) การเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยในประเทศไทย (Domestic Tourism)

ในระยะเริ่มต้นของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะในส่วนของเส้นทางท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศยัง

ไม่ได้มีการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในระยะปี พ.ศ. 2503 - 2530 ไม่ปรากฏว่ามีข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในระยะปี พ.ศ. 2517 - 2518 มีข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติร่วมกับ อสท. ในระยะนั้น ระบุว่ามียกท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 47 ที่เดินทางไปท่องเที่ยวนอกเขตกรุงเทพมหานคร แต่ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างไรก็ตามปรากฏหลักฐานว่าในระยะปี พ.ศ. 2513 - 2522 องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อสท.) ได้พยายามอย่างมากที่จะให้ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างกว้างขวาง เพื่อเป็นการกระจายโอกาสรายได้และการมีงานทำให้กับคนในท้องถิ่น และเพื่อให้ประชากรชาวไทยได้มีโอกาสทำความรู้จักแผ่นดินถิ่นเกิด อันจะนำไปสู่ความรัก ความภาคภูมิใจ และความหวงแหนในสมบัติและมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ และลึกซึ้งลงไปกว่านั้นก็เพื่อที่จะทำให้ทุกพื้นที่ในประเทศไทยมีความมั่นคง และสามารถไปมาหาสู่ระหว่างกันได้โดยไม่มีอุปสรรค ดังนั้นในระยะดังกล่าว จึงมีกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวให้กับชาวไทยมากมาย อาทิ การจัดงานเที่ยวเยาวชน สวัสดิการและสังคม การจัดงานเที่ยวให้กับประชาชนทั่วไป การจัดการสวนท่องเที่ยวล่องใต้ อีสาน และภาคเหนือ การจัดอบรมเกี่ยวกับวิชาการโรงแรม วิชาการท่องเที่ยว การบรรยายให้ความรู้แก่บุคคลและสถาบันต่าง ๆ การจัดสัมมนาว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวทุกภูมิภาค การเปิดสำนักงานสาขาของ อสท. ที่หาดใหญ่ กาญจนบุรี ภูเก็ต และนครราชสีมา เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งการดำเนินการด้านการพัฒนา และการตลาดการท่องเที่ยว เป็นต้น

เมื่อปี พ.ศ. 2522 หลังจาก อสท. ได้เปลี่ยนฐานะมาเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เสนอคณะรัฐมนตรีให้ประกาศปี พ.ศ. 2523 เป็นปีการท่องเที่ยวไทย ซึ่งในการประชุมคณะรัฐมนตรี เมื่อ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2522 ได้ลงมติให้ปี พ.ศ. 2523 เป็นปีการท่องเที่ยวไทย เพื่อชักจูงให้ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้กว้างขวางยิ่งขึ้น และลดอัตราการเดินทางออกนอกประเทศให้น้อยลง โดยให้ ททท. เป็นเจ้าของโครงการ และให้หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุน

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีนโยบายของรัฐบาลที่ชัดเจนให้ส่งเสริมสนับสนุนการเดินทางภายในประเทศของชาวไทย ททท. ในระยะนั้นก็ยังไม่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลตัวเลขของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จะมีเพียงหลักฐานเกี่ยวกับการรณรงค์ในโครงการดังกล่าวเท่านั้น อาทิ การกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้เพลงเป็นสื่อ ทั้งเพลงราวงลูกทุ่ง โพล์คซอง และเพลงไทยสากล การรณรงค์ให้จังหวัดต่าง ๆ ฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและงานเทศกาลท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศเพื่อเชื้อเชิญให้ชาวไทยในต่างจังหวัดมาเที่ยวชมการจัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ซึ่งเป็นต้นแบบของการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยมาจนถึงปัจจุบัน การจัดแสดงแสงเสียงเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่จังหวัดกาญจนบุรี การจัดการสวนท่องเที่ยว การประกวดภาพถ่าย โปสเตอร์ การจัดทำหนังสือแนะนำเที่ยว คู่มือแนะนำเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง

การรณรงค์ปีการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2523 ไม่ปรากฏหลักฐานจำนวนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ทั้งในรายงานประจำปีและรายงานสถิติ ปี พ.ศ. 2523 และ พ.ศ. 2524 ของ ททท. แต่ปรากฏหลักฐานว่ามีชาวต่างชาติมาเยือนประเทศไทยมีจำนวน

ถึงหลัก 2 ล้านคน เป็นครั้งแรก ประเมินว่ามีการขยายตัวร้อยละ 8.44 และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 21,455 ล้านบาท เป็นรายได้ลำดับที่ 2 รองจากรายได้การส่งออกข้าว

ประเทศไทยได้รณรงค์ปีการท่องเที่ยวไทยขึ้นอีกครั้งหนึ่งเมื่อปี พ.ศ. 2530 (Visit Thailand Year 1987) ในวโรกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งประสบความสำเร็จโดยทำให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 23.6 แต่ในรายงานประจำปี พ.ศ. 2530 ก็ยังไม่มีตัวเลขเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

การเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ปรากฏในรายงานประจำปีของ ททท. พ.ศ. 2532 ว่าการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2531 - 2532 มีการขยายตัวร้อยละ 5 และคาดว่า ในปี 2530 มีชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 30 ล้านคน ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยปรากฏอยู่ในรายงานสถิติประจำปีของ ททท. เป็นครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2534 ซึ่งปรากฏตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางไปภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก และภาคกลางซึ่งรวมกรุงเทพมหานคร ทั้งที่พักค้างคืนและไม่พักค้างคืน รวมทั้งสิ้น 27,557,592 คน ซึ่งไม่สามารถนำตัวเลขดังกล่าวมาหาค่าเฉลี่ยได้ว่า มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร เนื่องจากยังเป็นข้อมูลที่ขาดความเที่ยงตรง และไม่มีข้อมูลเปรียบเทียบเป็นรายปี และนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 ททท. ได้เปลี่ยนวิธีการเสนอข้อมูลในรายงานสถิติประจำปี โดยเสนอตัวเลขเฉพาะจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปพักค้างแรมในโรงแรมในจังหวัดหลักทางการท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต หาดใหญ่ พัทยา เชียงใหม่ นครราชสีมา กาญจนบุรี และเกาะสมุย จึงทำให้ไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

ในระยะที่ประเทศไทยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) รณรงค์ปี Amazing Thailand 1998 - 1999 (พ.ศ. 2541 - 2542) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาแสวงหาความมหัศจรรย์ของประเทศไทย และให้ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างกว้างขวางมากขึ้น ปรากฏว่า ททท. ได้รวบรวมข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยทั่วประเทศได้สถิติการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย และรายได้จากการใช้จ่ายของชาวไทย โดยในปี พ.ศ. 2544 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว 36,948,180 คน และมีผู้มาทัศนจาร จำนวน 21,672,622 คน ซึ่งทำให้มีรายได้ 223,732 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2545 พบว่ามีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 37,897,964 คน โดยเดินทางมาทัศนจาร จำนวน 23,923,534 คน ทำให้มีรายได้ 235,337 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่มาร้อยละ 5.46

อย่างไรก็ตามข้อมูลตัวเลขสถิติการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ไม่ตรงกับข้อมูลการพยากรณ์แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศที่ปรากฏในรายงานของ ททท. เรื่อง “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ” ที่จัดพิมพ์ไว้เมื่อ กุมภาพันธ์ 2540 ซึ่งระบุไว้ว่านักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2540 มีประมาณ 58 ล้านคน ครั้ง ก่อให้เกิดรายได้ 173,400 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2544 จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 66 ล้านคนครั้ง มีรายได้ประมาณ 267,300 ล้านบาท

การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน รองลงมาคือการติดต่อธุรกิจ และมีอัตราเฉลี่ยการเดินทาง 2.86 ครั้งต่อปี/ต่อคน ห้วงเวลาการเดินทางส่วนใหญ่มักเป็นระยะเวลาปิดเทอมการศึกษา วันหยุดในงานเทศกาลประเพณี โดยเฉพาะระหว่างวันหยุดยาว เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลเข้าพรรษา เป็นต้น นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รองลงมาได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม และกิจกรรมเทศกาลประเพณี การเดินทางส่วนใหญ่นิยมใช้พาหนะส่วนตัว หรือเช่าเหมารถโดยสาร รองลงมาคือ รถไฟและเครื่องบิน และจากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวและนักทัศนศึกษาส่วนใหญ่เดินทางมากรุงเทพมหานคร รองลงมาคือภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ตามลำดับ สถานภาพโดยรวมเป็นเพศชายมากกว่าร้อยละ 50 และผู้ประกอบการอาชีพเป็นพนักงาน ลูกจ้าง มีสัดส่วนการเดินทางมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ส่วนกลุ่มที่มีการเดินทางท่องเที่ยวอย่างน้อยที่สุด คือ กลุ่มผู้ประกอบการเกษตรกรรมและแม่บ้าน

นอกจากการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศแล้ว ยังมีนักท่องเที่ยวชาวไทยอีกจำนวนมากที่เดินทางออกไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2545 มีชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศถึง 1,912,536 คน ใช้จ่ายเงินประมาณ 106,825 ล้านบาท ซึ่งมีส่วนทำให้ดุลการท่องเที่ยวดูดหายไปประมาณ 1 ใน 3

2.5) ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

2.5.1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยว

จากการประมาณการของ World Travel & Tourism Council (WTTC) พบว่า ในปี 1998 (พ.ศ. 2541) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของการท่องเที่ยว และการเดินทางของโลกมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 11.6 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก และจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12.5 ในปี 2010 (พ.ศ. 2553) และเนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก (Labor Intensive) การท่องเที่ยวจึงจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานในระดับสูง โดย WTTC ประมาณว่าทุก ๆ 1 ใน 10.7 ของการจ้างงานทั่วโลกเกิดจากการจ้างงานในอุตสาหกรรมเดินทางและท่องเที่ยว

จากการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวปี 2542 ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ว่าจ้างให้ World Travel & Tourism Council (WTTC) ดำเนินการสรุปผลได้ดังนี้ :

(1) การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (Internal Tourism) ทั้งจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย (Domestic Tourism) และการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (Inbound Tourism) ได้ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคด้านการเดินทางและท่องเที่ยว (Travel & Tourism Consumption) ขึ้นในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 586 พันล้านบาท

(2) ค่าใช้จ่ายจำนวน 586 พันล้านบาทที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดการผลิต (Output) ในสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวโดยตรง (Tourism Industry) ประมาณ 260 พันล้านบาท และอีก 205 พันล้านบาท เกิดจากการผลิตในภาคการผลิตอื่น ๆ เช่น

ภาคการผลิตอุตสาหกรรม (ส่วนใหญ่เป็นการผลิตสินค้าเพื่อสนองต่อความต้องการด้าน Shopping ให้กับนักท่องเที่ยว) ภาคการผลิตสาขาการค้าส่ง/ค้าปลีก เป็นต้น ขณะที่การนำเข้าอันเกิดจากการบริโภคของนักท่องเที่ยวมีส่วนที่ค่อนข้างต่ำเพียงประมาณ 121.4 พันล้านบาท หรือเพียงร้อยละ 20.7 ของการบริโภคทั้งหมด

1) ผลกระทบที่มีต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศและการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลผลิตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์มวลรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry GDP) จำนวน 260 พันล้านบาท จะมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 4.8 ของ GDP รวมของประเทศ และมีแนวโน้มที่ลดลงจากในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2541 ที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามผลผลิตที่เกิดขึ้นได้ก่อให้เกิดรายได้และการจ้างงานให้กับประชาชนจากกระบวนการผลิตที่เกิดขึ้น ซึ่งรายได้ที่กระจายไปยังแรงงานในภาคสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีจำนวนถึง 71 พันล้านบาท หรือร้อยละ 27.29 ของมูลค่าการผลิตทั้งหมดหรือก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวน 1.23 ล้านคน หรือร้อยละ 4 ของจำนวนแรงงานของประเทศ

2) ผลกระทบของการเติบโตทางท่องเที่ยวต่อกิจกรรมด้านการลงทุน

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบของการเดินทางท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจรวมทั้งระบบ ความต้องการในการเดินทางและท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดกิจกรรมด้านการลงทุนทั้งการลงทุนทางธุรกิจและในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายภาครัฐเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าว โดยการลงทุนทางด้านธุรกิจและในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีจำนวนประมาณ 133.5 พันล้านบาทหรือร้อยละ 7.7 ของการลงทุนรวมของประเทศ ซึ่งเปรียบเทียบกับการลงทุนด้านการท่องเที่ยวของโลกในสัดส่วนร้อยละ 11.3 ประเทศไทยจะมีการลงทุนของภาคเอกชนต่ำกว่าเกณฑ์เฉลี่ยของโลก เช่นเดียวกับรายจ่ายด้านการลงทุนของภาครัฐ ซึ่งประเทศไทยมีการลงทุนของภาครัฐทางด้านการท่องเที่ยวเพียงประมาณ 9.3 พันล้านบาท หรือร้อยละ 2.5 ของรายจ่ายรวมของประเทศ ขณะที่รายจ่ายเฉลี่ยรวมของโลกอยู่ในระดับร้อยละ 6.7

3) ผลจากการบริโภคของนักท่องเที่ยวและการลงทุนที่เกิดขึ้น ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศอันเนื่องมาจากกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยว (Travel & Tourism Economy GDP) ถึง 620.23 พันล้านบาท หรือร้อยละ 11.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน แม้ประเทศไทยจะมีปริมาณผลิตภัณฑ์มวลรวมจากการท่องเที่ยวสูงที่สุด แต่สัดส่วนของ GDP จากการท่องเที่ยวต่อ GDP รวมทั้งหมดยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย นอกจากนี้ผลผลิตมวลรวมจากการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมได้ถึง 3.42 ล้านคน หรือร้อยละ 11 ของกำลังแรงงานรวม รวมทั้งสามารถสร้างรายรับให้กับภาครัฐในรูปแบบของภาษีประเภทต่าง ๆ ได้ถึง 79.3 พันล้านบาท หรือร้อยละ 11.3 ของรายรับรวมของภาครัฐ ซึ่งภาษีที่รัฐได้รับนี้จะสูงกว่าค่าใช้จ่ายภาครัฐถึง 8.5 เท่า

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดผลผลิตในสาขาการผลิตโดยตรงไม่สูงนัก แต่กิจกรรมการเดินทางและท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สามารถกระจายการผลิตไปสู่ภาคการผลิตอื่น ๆ ได้อีกมากมาย ผลที่เกิดขึ้นจากการเดินทางท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจรวมของ

ประเทศจึงอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจรวมของประเทศในลำดับต้น ๆ ในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

2.5.2) การคาดการณ์การเติบโตด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย และผลกระทบทางเศรษฐกิจจากความเติบโต

World Travel & Tourism Council (WTTC) ได้คาดการณ์การเติบโตด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้เมื่อปี ค.ศ. 1998 (พ.ศ. 2541) ว่าในระยะ 12 ปี จนถึงปี ค.ศ. 2010 (พ.ศ. 2553) จะมีปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทยหลายประการ ซึ่งยังส่งผลไปในทิศทางบวก ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยได้ประโยชน์ ดังนี้

1) ประเทศไทยจะสามารถขยายจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.5 ต่อปี และสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.2 ต่อปี

2) การเดินทางของคนไทยภายในประเทศจะขยายตัวเพิ่มขึ้นและก่อให้เกิดการบริโภคด้านท่องเที่ยวของครัวเรือนเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4.6 ต่อปี

3) การลงทุนในภาครัฐและภาคเอกชนจะขยายตัวเพิ่มขึ้นในระดับร้อยละ 4.7 และร้อยละ 8.4 ต่อปีตามลำดับ

จากการคาดการณ์ดังกล่าวได้ประมาณการถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2553 คือ

1) กิจกรรมการเดินทางและท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดการบริโภคเกิดขึ้นในประเทศไทยถึง 1,969 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 11.65 และนำไปสู่การผลิตในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 896 พันล้านบาท ร้อยละ 4.84 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ โดยการบริโภคจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะมีบทบาทสำคัญสูงกว่าการบริโภคของนักท่องเที่ยวไทยประมาณเท่าตัว

2) การจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 0.9 โดยมีจำนวนแรงงานเพิ่มขึ้นอีก 1.54 ล้านคน หรือร้อยละ 4.2 ของกำลังแรงงานของประเทศ

3) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในระบบเศรษฐกิจรวมซึ่งเกิดจากการท่องเที่ยวจะมีปริมาณสูงถึง 2,356 พันล้านบาท หรือร้อยละ 12.7 ของ GDP รวมของประเทศ ส่งผลให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมถึง 4.78 ล้านคน หรือร้อยละ 13 ของผู้มีงานทำทั้งหมด

กิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวมีแนวโน้มและศักยภาพในการเติบโตและเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นด้านการจ้างงาน การสร้างความมั่นคง หรือการสนับสนุนการส่งออก ซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่อไป ทั้งนี้ผลกระทบที่เกิดขึ้นจะสามารถขยายตัวต่อไปได้ภายใต้เงื่อนไขคือ

1) ประเทศไทยจะต้องกำหนดกรอบนโยบายที่สามารถสร้างการขับเคลื่อนการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

2) ภาคธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องพัฒนาสินค้าของตนให้สามารถแข่งขันและมีมาตรฐานการบริการในระดับสากล

3) ภาครัฐจะต้องสร้างบรรยากาศที่ดึงดูดใจต่อการลงทุน ทั้งในเรื่องของกฎระเบียบและการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน

4) นอกเหนืออื่นใดทั้งหมด การรักษาภาพลักษณ์ โดยเฉพาะในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าท่องเที่ยว และการสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญสูงสุดที่จะต้องคำนึงถึง

2.5.3) ผลกระทบที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม

อุตสาหกรรมที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและที่ประชาชนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ อันเกิดจากการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้และการจ้างงาน อันเป็นผลดีต่อประชาชนทุกระดับ แต่ในด้านที่มีผลต่อสังคมและวัฒนธรรมก็มีทั้งที่เป็นคุณและเป็นโทษ

1) ผลกระทบที่มีต่อสังคม

ทางบวก (Social Benefits)

(1) ด้านการกระจายโอกาสรายได้ไปสู่ท้องถิ่นและการจ้างงาน

(2) ด้านความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของชุมชน พบว่าชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและที่อยู่รอบ ๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวจะเจริญเติบโตขึ้น เช่น มีธุรกิจบริการ ร้านค้า และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

(3) ด้านโครงสร้างสังคม การท่องเที่ยวมีผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อการทำให้สังคมหรือชุมชน มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะด้านพาณิชยกรรม ทำให้ประชาชนมีโอกาสเลื่อนฐานะทางสังคมเนื่องจากมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากคนในท้องถิ่นสามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับการปรับปรุงและพัฒนานั้น ๆ

(4) การท่องเที่ยวมีส่วนส่งเสริมเกียรติภูมิของท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันก็เปิดโอกาสให้มีการติดต่อสื่อสารกัน อันมีผลต่อการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกันในกลุ่มชนที่มีภูมิหลังหลากหลาย และแตกต่างกัน

(5) ช่วยให้คนมีโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น

(6) ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินไว้

ค่ามาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก เช่น เปลือกไม้ เปลือกหอย เศษผ้า ฯลฯ

(7) ช่วยลดปัญหาการอพยพแรงงานเข้าไปในเมืองหลวง เนื่องจากการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

ทางลบ (Social Costs)

(1) ไม่มีคำตอบที่ชัดเจนว่า ตัวเลขรายได้นั้น มีการกระจายไปสู่บุคคลหรือท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมหรือไม่ และผู้ประกอบการอาจเป็นผู้กำหนดสัดส่วนค่าแรงงาน ซึ่งยังต่ำกว่าอัตราค่าจ้างตามที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนั้น แรงงานฝีมือ หรือระดับผู้บริหารส่วนมากจะเป็นคนนอกท้องถิ่น หรือเป็นชาวต่างชาติ และลูกจ้างในท้องถิ่นมักเป็นแรงงานไร้ฝีมือ และเป็นแรงงานที่มาจากภาคเกษตรกรรม

(2) เศรษฐกิจชุมชน มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ประโยชน์จากที่ดินในการเกษตรกรรมไปเป็นพาณิชย์กรรม ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดการเก็งกำไรจากการซื้อขายที่ดินในราคาที่สูงกว่าการซื้อขายเปลี่ยนมือเพื่อการเกษตร การเปลี่ยนแปลงโยกย้ายที่ดินทำกินแห่งใหม่ นำไปสู่ผลกระทบด้านอื่น เช่น การบุกรุกที่ดินในเขตป่าสงวน หรือการเคลื่อนย้ายแรงงานภาคเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและการบริการ ในลักษณะที่ไม่สมดุลกัน เป็นต้น

(3) ด้านโครงสร้างสังคม ประชาชนมีบทบาทที่เปลี่ยนไป เช่น เกษตรกรกลายเป็นคนรับจ้างในโรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้าต่าง ๆ ค่านิยมของคนท้องถิ่น เริ่มเปลี่ยนแปลงโดยมองเห็นเรื่องของเศรษฐกิจเงินตรามากกว่าการรักษาระเบียบวินัย หรือขนบธรรมเนียมประเพณี หรือมารยาทสังคม และเริ่มนิยมบริโภคสินค้าที่ส่งเข้ามา หรือเป็นสาขาบริการที่มาจากต่างประเทศ รวมทั้งกิจกรรมบริการต่าง ๆ ที่เกิดตามมามากมาย ทั้งสถาบันเทวเรืองรมย์และโสเภณี

(4) การเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวมีผลทำให้สถาบันชุมชนไม่สามารถรักษาขีดความสามารถในการบริหารคุณภาพของสิ่งมีคุณค่าต่าง ๆ ในชุมชนนั้นได้ตลอดไปและควมมีคุณค่าต่าง ๆ จะเสื่อมสลาย อันเนื่องมาจากการใช้ประโยชน์ที่เกินพอดี

(5) ความรับผิดชอบของชุมชนจะมีมากขึ้น เพราะเมื่อการท่องเที่ยวขยายตัว ปัญหาและของเสีย อาชญากรรม ความป่าเถื่อนต่าง ๆ จะเพิ่มพูนมากขึ้น

(6) เกิดลักษณะความแออัดยัดเยียดและปัญหาการจราจรติดขัด ลักษณะดังกล่าวเป็นการสร้างความไม่สะดวกให้กับท้องถิ่น และจะมองว่าคุณภาพชีวิตที่ดีที่มีอยู่เดิมเปลี่ยนแปลงไป

(7) คนท้องถิ่นจะเรียนรู้ และเลียนแบบวัฒนธรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยว ซึ่งกระทบถึงวิถีชีวิตของชุมชน

(8) สภาพแวดล้อมของสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแก่นแท้ของชุมชน จะเปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพลของการเข้ามาของนักท่องเที่ยว

(9) เกิดปัญหาเพศพาณิชย์ ซึ่งมีผลมาจากแรงกระตุ้นของการท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้น ถึงแม้ปัญหานี้จะมีพื้นฐานมาจากปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นมานานแล้วในประเทศไทยก็ตาม

(10) พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม จะเกิดปัญหาค่าครองชีพที่สูงขึ้นเนื่องจากราคาสินค้าอุปโภคและบริโภคจะมีราคาสูงขึ้น

(11) เกิดปัญหาความไม่เสมอภาคในการมุ่งเน้นพัฒนาเฉพาะพื้นที่ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้บางพื้นที่มีความรู้สึกเกี่ยวกับความไม่เสมอภาค เป็นต้น

(12) เกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างเจ้าของท้องถิ่นกับคนต่างถิ่นที่เป็นนักท่องเที่ยว เช่น พฤติกรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยว กรณีแต่งกายไม่สุภาพเข้าไปท่องเที่ยวในศาสนสถาน หรือการแสดงกิริยามารยาทไม่เหมาะสม เป็นต้น

2.5.4) ผลกระทบที่มีต่อวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงในระดับวัฒนธรรมท้องถิ่น และระดับชาติ กล่าวโดยสรุปได้ว่า ผลของการท่องเที่ยวไม่มีผลต่อสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยตรง เพราะทุกอย่างที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงเป็นไปตามวิวัฒนาการของระบบที่มีการพัฒนารูปแบบเศรษฐกิจในลักษณะทุนนิยม หรือเสรีนิยม

ทางบวก (Cultural Benefits)

(1) การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นทำให้เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่นเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยว

(2) การท่องเที่ยวทำให้เกิดรายได้ ซึ่งรายได้ดังกล่าวส่วนหนึ่งสามารถนำมาใช้ในการบำรุงรักษาสถานที่ทางโบราณคดี อาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และการพัฒนาชุมชน

(3) ถึงแม้จะมีข้อวิพากษ์วิจารณ์อยู่มากในการใช้หรือบิดเบือนวัฒนธรรมจนถึงระดับที่ยอมรับไม่ได้ แต่การมีส่วนช่วยแบ่งปันความรู้ด้านวัฒนธรรม และประสบการณ์ต่าง ๆ ก็ยังนับว่าเป็นประโยชน์ต่อทั้งชุมชนเจ้าภาพ และผู้มาเยือน เพราะอย่างน้อยก็ทำให้เกิดการฟื้นฟูประเพณีและงานฝีมือของท้องถิ่นขึ้นมาอย่างเห็นเป็นรูปธรรม

จะมีปัญหาที่เป็นเพียงเรื่องการจัดรายการแสดงทางวัฒนธรรมให้ชาวต่างชาติชม ซึ่งในหลายโอกาสจำเป็นต้องดัดแปลงให้เหมาะสมกับเวลา และความเพลิดเพลินของนักท่องเที่ยว จึงทำให้การแสดงนั้นไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ตามแม่บท อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวก็มีส่วนช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ขึ้นมามาก เพราะบางอย่างก็กำลังถูกลืม

ทางลบ (Cultural Costs)

(1) เยาวชนในท้องถิ่นเริ่มต้นเลียนแบบ หรือเอาอย่างนักท่องเที่ยว เช่น เรื่องการแต่งกาย

(2) การพัฒนาที่ขาดความรู้ความเข้าใจ และขาดทิศทางที่เหมาะสม มีส่วนทำลายร่องรอยของสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

(3) หากคนท้องถิ่นไม่สามารถสร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมให้กับชุมชน ความเสียหายระยะยาวจะเกิดขึ้นต่อคุณค่าและสุนทรียภาพของวัฒนธรรมประเพณี จนยากจะเยียวยารักษาได้

2.5.5) ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม

ทางบวก (Environmental Benefits)

(1) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ช่วยทำให้การใช้ประโยชน์ที่ดินมีผลผลิตดีขึ้นมากกว่าการใช้ที่ดินทางด้านเกษตรกรรมที่มักมีผลตอบแทนไม่คุ้มค่า

ต่อการลงทุน ในขณะที่เดียวกันการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการท่องเที่ยวย่อมต้องมีส่วนที่เป็นธรรมชาติ เป็นองค์ประกอบที่ทำให้เห็นสภาพของพฤษชาติที่สวยงาม

(2) อิทธิพลของการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการอนุรักษ์ ธรรมชาติและอุทยานแห่งชาติและระบบนิเวศโดยรวม เพราะการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature-based Tourism) ย่อมต้องอาศัยความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ

(3) เพื่อรักษาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว บรรดาของเสีย หรือมลพิษต่าง ๆ จะได้รับการดูแลเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมโดยรวม

(4) ก่อให้เกิดความสำนึกในการดูแลอนุรักษ์สภาพ- แวดล้อม เป็นต้น

ทางลบ (Environmental Costs)

(1) บูรณาการทางด้านกายภาพของพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง

(2) การพัฒนาอย่างรวดเร็ว พัฒนามากเกินความพอดี หรือการมีผู้คนเข้ามาในพื้นที่มากเกินไป จะเป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพ และระบบนิเวศของพื้นที่นั้นอย่างถาวร

(3) ชยะของเสีย การพังทลาย การบำบัดของเสียต่าง ๆ ย่อมมีผลต่อสภาพแวดล้อมโดยรวม และต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายมากขึ้น และของเสียตลอดจน มลพิษต่าง ๆ จะเพิ่มพูนมากขึ้น

(4) การบริหารที่ด้อยประสิทธิภาพ จะทำให้เกิดปัญหา การอนุรักษ์ธรรมชาติ และความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวโดยทั่วไป

(5) การพัฒนาที่ขยายตัวมากขึ้น ย่อมทำให้เกิดมลพิษทั้ง ทางน้ำ และทางอากาศ พืชพันธุ์และสัตว์ป่า ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมคุณค่า และมีผลเสียต่อสุขภาพ ของคนท้องถิ่น

(6) การบุกรุกที่สาธารณะประโยชน์ พื้นที่ภูเขา พื้นที่ป่า สงวน เพื่อสร้างสถานที่ตากอากาศ การบุกรุกพื้นที่เกาะ ชายหาด และพื้นที่ป่าชายเลน การบุกรุก แหล่งน้ำธรรมชาติ เพื่อสร้างร้านอาหาร เรือนแพที่พัก ล้วนก่อให้เกิดผลกระทบด้านสภาพแวดล้อม และทัศนอุจาด เป็นต้น

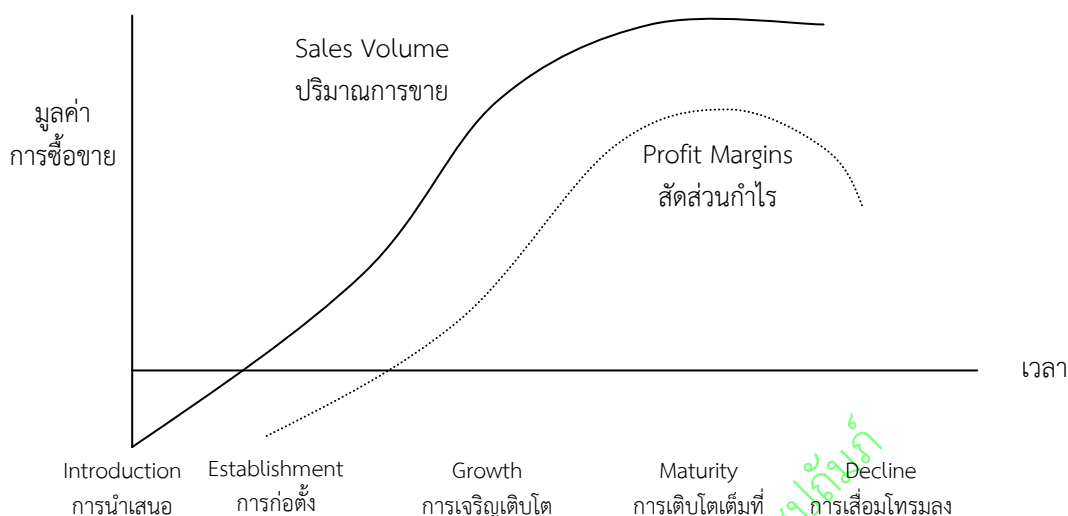
ผลกระทบในทางลบทั้งทางด้านกายภาพ สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ อันเกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ขาดการวางแผน การควบคุม และการจัดการที่ดี หรือมีการใช้ประโยชน์ในทรัพยากรท่องเที่ยวมากจนเกินกว่าขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากร หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ย่อมส่งผลทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เสื่อมคุณค่าและตกอยู่ในสภาพเสื่อมโทรม ข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้ มีปรากฏอยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว สำคัญ ๆ อยู่หลายแห่งในประเทศไทย กล่าวคือ ในจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศาสนา ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนกิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้น ที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้สำรวจไว้ จำนวน 2,857 แห่ง ปรากฏว่าในจำนวนทั้งหมดนี้ อยู่ในการดูแลรับผิดชอบของหน่วยงาน ดังต่อไปนี้

-	กรมการศาสนา	677	แห่ง
	- กรมป่าไม้	669	แห่ง
	- องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)	408	แห่ง
	- กรมศิลปากร	257	แห่ง
	- เทศบาล / สุขาภิบาล	232	แห่ง
	- องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)	34	แห่ง
	- เอกชน	178	แห่ง
	- อื่น ๆ	402	แห่ง

และจากการสำรวจสภาพของแหล่งท่องเที่ยวของ ททท. เมื่อปี พ.ศ. 2540 ได้พบว่าแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 179 แห่ง ในพื้นที่ 49 จังหวัด ที่ตกอยู่ในสภาพเสื่อมโทรมและบางแห่งอยู่ในสภาวะวิกฤติ (ได้มีความพยายามแก้ไขปัญหามาบ้างแล้ว 98 แห่ง และยังมีเหลืออีก 81 แห่ง ในพื้นที่ 35 จังหวัด ที่ยังรอการฟื้นฟูบูรณะ)

การเติบโตขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวและการเสื่อมสลายลงของแหล่งท่องเที่ยวใด ๆ อาจอ้างอิงแนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Life – Cycle Concept) ของ Professor Stanley C. Plog ที่พิมพ์เผยแพร่เมื่อ พ.ศ. 2516 ในวารสารรายปักษ์ ของมหาวิทยาลัยคอร์เนล รัฐนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา เรื่อง “ทำไมพื้นที่การท่องเที่ยวต่างๆ ถึงได้รับความนิยมและเสื่อมความนิยม” (Why Destinations Areas Rise and Fall in Popularity)

Professor Stanley C. Plog ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจ โดยมีข้อสมมติฐานว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นและได้รับความนิยม หรือเสื่อมความนิยมลง จะเป็นไปตามความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะจิตวิทยาทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ กัน และมีความคล้ายคลึงกับแนวความคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของสินค้าตามทฤษฎีของ Lazer หรือผลิตภัณฑ์ในทฤษฎีการตลาดทั่ว ๆ ไป กล่าวคือ วงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จะเริ่มต้นจากการนำเสนอ (Introduction) การก่อตั้ง (Establishment) การเจริญเติบโต (Growth) การเติบโตเต็มที่ (Maturity) และการเสื่อมโทรมลง (Decline) ดังภาพที่ 2.3 ภาพแสดงวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในตลาด

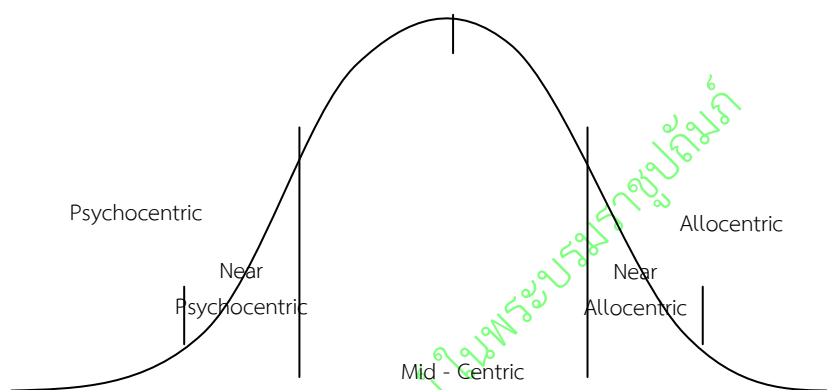


ภาพที่ 2.4 ภาพแสดงวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในตลาด (Robert Christie Mill, and Alastair M. Morrison, 1985)

ที่มา: Plog, Stanley C. 1973. Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly.

Professor Plog ชี้ให้เห็นว่าวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวจะสัมพันธ์กับลักษณะจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว กล่าวคือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หรือที่ยังบริสุทธิ์อยู่จะดึงดูดความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้มีการพัฒนามากเป็นกลุ่มแรก กลุ่มนี้อาจเรียกกว่าเป็นกลุ่มนวัตกรรม (Innovation) ของตลาดการท่องเที่ยว และ Professor Plog เรียกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่าเป็นกลุ่ม Allocentrics ซึ่งชอบแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและไม่พลุกพล่านด้วยจำนวนนักท่องเที่ยว เมื่อกลุ่มนี้ได้เข้าไปท่องเที่ยวแล้ว ก็ย่อมจะมีการพัฒนาตามเข้าไป อันเนื่องมาจากการโฆษณาปากต่อปาก หรือเริ่มมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ทำให้มีนักท่องเที่ยวอื่น ๆ สนใจเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารต่าง ๆ จึงเริ่มขยายตัวเติบโตขึ้น เมื่อมาถึงจุดนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนวัตกรรมก็จะเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และถูกแทนที่โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นที่ 2 ซึ่ง Professor Plog เรียกกลุ่มนี้ว่า Near Allocentrics กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแทนที่จะเริ่มขยายตัวมากขึ้น ตามแรงจูงใจด้านการตลาด ขณะเดียวกันการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ก็มีมากขึ้น ในที่สุดก็จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นที่ 3 เข้ามาแทนที่เป็นจำนวนมาก ซึ่งกลุ่มนี้ Professor Plog เรียกว่ากลุ่ม Mid-Centrics ระยะที่กลุ่ม Mid-Centrics ให้ความสนใจและเข้ามาท่องเที่ยวกันมากขึ้นนั้น Professor Plog ระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นกำลังอยู่ในขั้นการเติบโตเต็มที่ในวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการตลาด อันเป็นระยะที่ยอดจำหน่ายสูงสุด กล่าวได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ดึงดูดความสนใจของตลาดส่วนใหญ่เอาไว้ได้ แต่ในที่สุดเมื่อเวลาผ่านไปก็หนีไม่พ้นที่จะถึงระยะอิ่มตัว และแหล่งท่องเที่ยวนั้นเริ่มมีปัญหามากขึ้น และกลุ่ม Near Allocentrics ก็กับกลุ่ม Mid-Centrics ก็

เริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ต่อไป อย่างไรก็ตาม Professor Plog ได้ระบุถึงนักท่องเที่ยวอีก 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่เรียกว่า Psychocentrics ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อยและจะเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง หรือในพื้นที่ที่ไม่ต้องผจญภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการพร้อมมูล กลุ่มนี้จะเริ่มต้นเข้าไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก ๆ คล้ายคลึงกับกลุ่ม Allocentrics และ Near Allocentrics และเพิ่มจำนวนมากขึ้นจนกลายเป็นกลุ่ม Mid - Centrics เช่นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่ยังไม่สามารถหารายได้ด้วยตนเอง หรือยังต้องเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว เป็นต้น ดูภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 สมมติฐานของ Professor C. Plog อธิบายความนิยมและความเสื่อมความนิยมในแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา: Plog, Stanley C. 1973. Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly.

จากภาพที่แสดงให้เห็นได้ว่า เมื่อแหล่งท่องเที่ยวได้มีการพัฒนาไปจนถึงจุดอิ่มตัวย่อมมีแนวโน้มที่จะตกต่ำลง หากไม่มีระบบการบริหารที่เหมาะสม ตัวอย่างเห็นได้จากแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทยที่สภาพแวดล้อมธรรมชาติถูกทำลาย มีการบุกรุกที่สาธารณประโยชน์ การสร้างสิ่งปลูกสร้างที่ทำลายทัศนียภาพและสภาพแวดล้อม สาธารณูปโภคไม่พอเพียง เกิดปัญหามลพิษต่าง ๆ ทั้งทางน้ำ อากาศ และเสียง ความแออัดของชุมชน ปัญหาการจราจร ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาเพศพาณิชย์ เป็นต้น จึงเป็นเหตุให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นเสื่อมคุณค่าและนักท่องเที่ยวเสื่อมความนิยม ซึ่งในลักษณะเช่นนี้ Professor Plog ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่า “พื้นที่ (ท่องเที่ยว) ไต ๆ ก็ตาม มักจะมีเมล็ดพันธุ์ที่ซ่อนอยู่ภายในที่จะสร้างความพินาศให้กับพื้นที่นั้นอยู่ด้วย” (Destination areas can “carry with them the potential seed of their own destruction.”)

แม้ว่าข้อสมมติฐานของ Professor Plog จะชี้ชัดว่าแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งจะต้องพบกับชะตากรรมเหมือน ๆ กัน แต่ก็มีข้อโต้แย้งว่า มีแหล่งท่องเที่ยวอีกมากมายที่ไม่ได้เป็นไปตามข้อสมมติฐานดังกล่าว เพราะวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวอาจจะขยาย หรือยืดออกไปได้หากสามารถปรับปรุงแก้ไข หรือมีการวางแผนที่ดี

แนวความคิดที่ว่าแหล่งท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องเดินทางไปสู่ความเสื่อมโทรมเสมอไป อาจอ้างแนวความคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 6 ระยะของ Professor R.W. Butler ที่ปรากฏในหนังสือ เรื่อง “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evaluation : Implications for Management of Resources, Canadian Geographer (1980) ซึ่งระบุว่า แหล่งท่องเที่ยวจะประสบกับวงจรวิวัฒนาการ 6 ขั้นตอน คือ การสำรวจ (Exploration) ดำเนินการ (Involvement) พัฒนา (Development) เติบโตมั่นคง (Consolidation) ชะงักงัน (Stagnation) และท้ายที่สุดคือเสื่อมโทรม (Decline) หรือไม่ก็สามารถกลับฟื้นคืนสภาพขึ้นมาได้อีก (Rejuvenation) จากการบริหารที่ดี

การเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยจนได้รับความนิยมและเริ่มเสื่อมโทรมลง พิจารณาตามทฤษฎีวงจรชีวิตของ Professor C. Plog และ Professor R.W. Butler พอยกตัวอย่างได้ เช่น กรณีตลาดน้ำวัดไทร ที่คลองบางกอกน้อย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยในระยะเริ่มต้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลาดน้ำแห่งนี้ถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทุกคนต้องไปชม (Must) นอกเหนือจากวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง ตลาดน้ำวัดไทรได้เติบโตจนถึงจุดอิ่มตัวและเนื่องจากการขาดการบริหารที่ดี ตลอดจนความเจริญเติบโตของพื้นที่ ซึ่งมีระบบถนนเข้าไปแทนที่ จึงทำให้ตลาดน้ำวัดไทรเสื่อมสลายไปในที่สุดและลักษณะวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว เช่นนี้ก็กำลังจะเกิดกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก ที่อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และกรณีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถฟื้นฟูสภาพขึ้นมาได้ เช่น กรณีแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายชายทะเลของอำเภอบางแสน ซึ่งมีการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าไปหนาแน่น ซึ่งในระยะต้นขาดการบริหารที่ดี ไม่มีการควบคุมและจัดระเบียบในธุรกิจการท่องเที่ยว จึงเกิดปัญหาหลายประการต่าง ๆ ตามมามากมาย และแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เริ่มเสื่อมโทรมลงจนกระทั่งได้มีการวางแผนการบริหารใหม่ในระยะหลัง จึงสามารถฟื้นฟูให้ชายหาดบางแสนสามารถกลับฟื้นคืนสภาพขึ้นมาใช้ประโยชน์ได้อีก อย่างไรก็ตาม ยังมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ อีกหลายแห่งที่อยู่ในสภาพเติบโตเต็มที่ และอยู่ในระยะอิ่มตัว และมีแนวโน้มเสื่อมความนิยมลง ได้แก่ พัทยา เกาะสมุย เกาะเต่า เกาะนางยวน หรือแม้แต่เกาะภูเก็ต เป็นต้น

2.4.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบันรัฐบาลให้ความสนใจและพยายามปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมและการบริหารการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ซึ่งอาจถือได้ว่า ปี พ.ศ. 2545 เป็นปีแห่งการปฏิรูปโครงสร้างและการบริหารการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิรูประบบราชการที่ได้มีการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งแบ่งแยกประเภทภารกิจระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่ให้มีอำนาจและหน้าที่ทับซ้อนกัน แต่ต้องทำงานควบคู่กันและประสานกันอย่างเป็นเอกภาพ

การปฏิรูปหรือการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริหารการท่องเที่ยวแสดงออกให้เห็นในเบื้องต้นเมื่อนายกรัฐมนตรีได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544 ในเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ซึ่งกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ด้านการบริการและการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว คือ หนทางสำคัญของการนำรายได้กระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและการท่องเที่ยว และการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว ดังนี้

ด้านการพัฒนาภาคบริการ

1) ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทย ทั้งด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากรภาคบริการ การพัฒนารูปแบบการให้บริการ และการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว

2) จัดให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อให้เกิดการใช้ศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศ และรายได้ท้องถิ่น อาทิ การท่องเที่ยว การศึกษา การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬา และนันทนาการ

3) เร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้และทักษะทั้งด้านภาษา มาตรฐานการบริการ และการจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดระหว่างประเทศด้านการค้าบริการ

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1) เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยว ทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

2) บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

3) เร่งพัฒนา บูรณะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวโดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

4) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

5) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง (คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภา)

จากนโยบายดังกล่าวทำให้เรามองภาพรวมได้ว่ารัฐบาลต้องการยกระดับการบริหาร การท่องเที่ยว และเพิ่มประสิทธิภาพในภาคบริการ และเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบ การท่องเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก เพื่อเพิ่มรายได้ของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้อยู่ใน อัตราการขยายตัวที่ดี และนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยว แผนพัฒนา การท่องเที่ยว กลยุทธ์การท่องเที่ยว และแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งด้านแผนงาน โครงการ แผนเงินและแผนคนในโอกาสต่อไป

1) การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

ในช่วงปีที่ผ่านมาคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติ “ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยว ไทย เพื่อให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ใช้เป็นกรอบแนวทาง ในการจัดทำแผนงานโครงการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ (สำนักงานพัฒนาการ ท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2549)

1.1) ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

1.2) รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนากิจกรรม

ที่สร้างมูลค่าและคุณค่า

1.3) สร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจัดทำโครงการด้าน การท่องเที่ยวตามกรอบยุทธศาสตร์ดังกล่าว เพื่อบูรณาการเป็นแผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยว เสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาและอนุมัติอีกครั้งหนึ่งเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) และเป็นภารกิจที่ ครอบคลุมหลายหน่วยงาน (Inter – ministry Agenda) มีความจำเป็นต้องบริหารจัดการเชิงบูรณา การกับหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประชาชน ทั้งยังต้อง ขยายพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านขยายตลาดในระดับภูมิภาค (Intra Regional) และนอกภูมิภาค (Inter Regional) ผลักดันให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลาง การท่องเที่ยวแห่งเอเชีย” (Tourism Capital of Asia) ในปี พ.ศ. 2549 และช่วงชิงการเป็น ศูนย์กลางของการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าประสงค์ ของแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อ การท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

ในประเด็นแรก การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อ การท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดในด้านการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลให้ศักยภาพ

การท่องเที่ยวของประเทศไทยลดลง โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ ได้แก่ ระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยง การท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

ประเด็นที่สอง การขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยว หรือการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยวในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีความเสื่อมโทรมยุทธศาสตร์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และฟื้นฟู แหล่งท่องเที่ยวอย่างมีทิศทาง ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชาติ โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์มากเกินไป การกำหนดมาตรการในการแก้ไขกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

ในประเด็นที่สาม ยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้ มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องครบวงจร ความพร้อมของภาคบริการและการท่องเที่ยว แม้ได้รับผลกระทบ จากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศ แต่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและ ฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศประเทศไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ต่างประเทศ และมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและสปาที่มีมาตรฐานสูง บริการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีบทบาทมากขึ้นใน การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในประเด็นที่สี่ ยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจใน ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประชาสัมพันธ์ในการจัดงานระดับโลก/ภูมิภาคเพื่อเพิ่มจำเข้า ประเทศ จัดงานแสดงต่าง ๆ (Event) เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นมีการใช้จ่ายมากขึ้น

การกำหนดยุทธศาสตร์ดังกล่าวเพื่อที่จะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ แผนพัฒนา การท่องเที่ยว และโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อบรรลุเป้าหมายสำคัญเพื่อวางรากฐานให้ประเทศไทย เป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย” (Tourism Capital of Asia)

2) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การบริหารและการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาครัฐซึ่งต้องดำเนินการตั้งแต่ กำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนพัฒนาฯ แผนปฏิบัติการฯ และการประเมินผล เพื่อบรรลุและ ตอบสนองนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นผลสำเร็จของงานตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ระดับชาติ ส่วนใหญ่ จะพบกับปัญหาและอุปสรรคในเชิงโครงสร้างที่ทับซ้อนกันทั้งด้านอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายของ หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเพิ่มคุณภาพและ ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในทุกระดับอย่างบูรณาการและเกิดความร่วมมือเพื่อ ยกระดับให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality Destination) ที่มุ่งเน้นการเพิ่ม ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ พร้อมกับมีการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รัฐบาลได้ประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นองค์การมหาชน เมื่อ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 (ราชกิจจานุเบกษา, 2546) มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- จัดทำและเสนอนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อคณะรัฐมนตรี
- กำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อให้นโยบายและแผนยุทธศาสตร์บรรลุผล
- ให้คำแนะนำเสนอแนะ และร่วมแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษแต่ละแห่ง
- ติดตามและประเมินผลการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษแต่ละแห่ง
- เสนอต่อคณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติหรือจัดสรรงบประมาณสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่พิเศษ
- เสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติหรือจัดสรรงบประมาณสำหรับการบริหารและการพัฒนาการท่องเที่ยว
- ประกาศกำหนดพื้นที่พิเศษด้วยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี และเสนอรัฐมนตรีตั้งคณะที่ปรึกษา ในพื้นที่พิเศษดังกล่าว

ในการจัดทำนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องคำนึงถึงหลักการผังเมืองและสิ่งแวดล้อมโดยต้องจำแนกเขตการใช้ประโยชน์ที่ดิน การอนุรักษ์ฟื้นฟู และการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมในลักษณะสมดุล และสามารถสนับสนุนอุตสาหกรรมในครัวเรือนโดยใช้วัสดุท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน การพัฒนาโครงข่ายของโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว อันเป็นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างครบวงจร

กฎหมายฉบับนี้ต้องการแก้ไขปัญหาพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพโดยเฉพาะปัญหาการประสานงานระหว่างภาครัฐด้วยกันเองและระหว่างภาครัฐกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคชุมชนและภาคเอกชน จึงได้กำหนดมาตรการไว้สองด้านคือ

1) เมื่อมีการประกาศกำหนดพื้นที่พิเศษเมื่อใดก็ให้จัดตั้งสำนักงานพื้นที่พิเศษขึ้นเป็นหน่วยงานบริหารการพัฒนาพื้นที่นั้น ๆ เพื่อบริหารงานการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้บรรลุวัตถุประสงค์ พร้อมกับกำหนดว่าในแต่ละพื้นที่พิเศษ ต้องมีคณะที่ปรึกษาที่ประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนท้องถิ่น โดยคณะกรรมการองค์การเสนอให้รัฐมนตรีแต่งตั้ง

2) สร้างระบบวิธีการประสานงานระหว่างภาคฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่พิเศษอย่างเป็นระบบและมีการบูรณาการ โดยให้คณะกรรมการองค์การฯ มีอำนาจหน้าที่ประสานการปฏิบัติการกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือหน่วยงานอื่นของรัฐเพื่อให้หน่วยงานดังกล่าวใช้ทรัพยากรบุคคล งบประมาณ และอำนาจหน้าที่ของตน ไม่ว่าในด้าน การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การผัง

เมือง การควบคุมอาคาร การรักษาสาธารณสุขของแผ่นดิน การสาธารณสุข การรักษาความสะอาด การรักษาความสงบเรียบร้อย เพื่อให้บรรลุผลตามแผนยุทธศาสตร์ การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่คณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบแล้วหรือตามแผนปฏิบัติการในการบริหารจัดการหรือพัฒนาพื้นที่พิเศษและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่

กฎหมายฉบับนี้ได้หาทางออกเกี่ยวกับปัญหากระบวนการประสานงานไว้ โดยให้อำนาจคณะกรรมการองค์การฯ มีอำนาจจัดทำบันทึกข้อตกลงระหว่างองค์การกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานอื่นของรัฐ เพื่อกำหนด วิธีการ เงื่อนไข การใช้ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้งการมอบอำนาจของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ให้องค์การดำเนินการใด ๆ แทน ภายใต้กฎหมายว่าด้วยการนั้น

ในกรณีที่เกิดปัญหาความขัดแย้งในอำนาจหน้าที่ระหว่างองค์กร โดยไม่ยอมทำบันทึกข้อตกลงหรือมอบอำนาจโดยไม่มีเหตุอันสมควร ให้คณะกรรมการองค์การ รายงานต่อ รัฐมนตรีหรือผู้มีอำนาจบังคับบัญชา หรือกำกับดูแลหน่วยงานนั้น เพื่อพิจารณาสั่งการ หรือเสนอต่อ คณะรัฐมนตรีเพื่อวินิจฉัยชี้ขาด

แม้จะมีกฎหมายฉบับนี้กำหนดหลักเกณฑ์การแก้ปัญหากระบวนการประสานงานระหว่างภาครัฐไว้อย่างชัดเจนแต่ในทางปฏิบัติก็ต้องเข้าสู่กระบวนการและการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายการบริหารราชการแผ่นดินอยู่เช่นเดิม ซึ่งสามารถแก้ปัญหาได้ระดับหนึ่งในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว แต่ปัญหาสำคัญที่สุดของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว แม้แต่ในพื้นที่พิเศษที่ยังไม่ได้รับการแก้ไขคือ การประสานงานระหว่างภาครัฐกับเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้กรอบแนวคิดที่ว่า “ภาคการท่องเที่ยวนั้นรัฐควรเป็นภาคสนับสนุนและให้ภาคเอกชนเป็นภาค นำในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนพัฒนา และแผนปฏิบัติการ รวมทั้งการประเมินผล” ถึงแม้กฎหมายจะเปิดช่องให้คณะกรรมการตั้งที่ปรึกษาจากผู้แทนองค์กรเอกชน ผู้แทนชุมชนท้องถิ่น เครือข่ายชุมชนท้องถิ่น หรือผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่พิเศษก็ตาม ในระดับองค์กร และระดับพื้นที่พิเศษ การบริหารจัดการองค์กรทั้งในระดับชาติและระดับพื้นที่พิเศษก็อยู่ภายใต้ อำนาจของภาครัฐทั้งหมดอยู่เช่นเดิม บทบาทของภาคเอกชนก็มีฐานะเป็นเพียงตัวประกอบเท่านั้น ซึ่งเป็นจุดอ่อนของการบริหารจัดการภาคเศรษฐกิจที่มีภาคเอกชนเป็นเส้นเลือดใหญ่และเป็นกลไกสำคัญ ในการบรรลุยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติและระดับพื้นที่พิเศษ

3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการ

ยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ประการ นำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีลักษณะ เชื่อมโยง (สำนักงาน ก.พ.ร., 2547) ในกลุ่มจังหวัด (Intra-Cluster) ระหว่างกลุ่มจังหวัด (Inter-Cluster) ซึ่งรัฐบาลโดยคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้กำหนดกรอบร่างแนวทาง วางแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการสำหรับผู้ว่า CEO ซึ่งในส่วนของการท่องเที่ยวมี ลักษณะสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยได้แบ่งกลุ่มจังหวัดออกเป็น 9 กลุ่ม ใหญ่ ๆ คือ

1. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน
2. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง
3. กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน
4. กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
5. กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก
6. กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
7. กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
8. กลุ่มจังหวัดภาคใต้
9. กลุ่มจังหวัดชายแดน

กลุ่มจังหวัดแต่ละกลุ่มอาจจำแนกเป็นอนุภูมิภาคได้ 20 กลุ่ม

1. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1.1 เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน 1.2 เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน	2. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2.1 พิษณุโลก ตาก เพชรบูรณ์ สุโขทัย อุตรดิตถ์ 2.2 นครสวรรค์ อุทัยธานี กำแพงเพชร พิจิตร
3. กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 3.1 นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี อ่างทอง 3.2 สระบุรี ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท	4. กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 4.1 ราชบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม กาญจนบุรี 4.2 เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร 4.3 ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ นครนายก สระแก้ว ปราจีนบุรี
5. กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 5.1 ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด	
6. กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 6.1 อุตรดิตถ์ หนองบัวลำพู หนองคาย เลย 6.2 มุกดาหาร สกลนคร นครพนม กาฬสินธุ์ 6.3 ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด	7. กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 7.1 นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ 7.2 อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร
8. กลุ่มจังหวัดภาคใต้ 8.1 สุราษฎร์ธานี ชุมพร ระนอง 8.2 นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง 8.3 ภูเก็ต พังงา กระบี่	9. กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 9.1 ปัตตานี ยะลา นราธิวาส 9.2 สงขลา สตูล

ภาพที่ 2.6 กลุ่มจังหวัดแต่ละกลุ่มอาจจำแนกเป็นอนุภูมิภาคได้ 20 กลุ่ม
 ที่มา: สำนักงาน ก.พ.ร. (2547).

การทอ้งเกี่ยวข้องว่าเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) เป็นภารกิจที่ครอบคลุมหลายหน่วยงาน (Inter Ministry Agenda) ที่ต้องการการบริหารจัดการแบบบูรณาการที่อาศัยการมีส่วนร่วมของภาคีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ ภาคท้องถิ่น ภาคประชาชน และชุมชน ดังนั้น การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ระดับกลุ่มจังหวัดหรือจังหวัดต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

3) กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การทอ้งเกี่ยวข้องระดับชาติและระดับกลุ่มจังหวัด แยกส่วนแต่ต้องเป็นเอกภาพและบูรณาการ

ต้องยอมรับความจริงเป็นพื้นฐานว่า “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ควรจะได้รับการยกระดับเป็นภาคหนึ่งของเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไม่ว่าจะเป็นที่มาของรายได้ ที่มาของการจ้างงาน ที่มาของภาคธุรกิจบริการที่ต่อเนื่อง ซึ่งมีกำลังแรงงานในภาคเศรษฐกิจนี้จำนวนมาก

การกำหนดให้การทอ้งเกี่ยวข้องเป็นวาระแห่งชาติทำให้การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ทั้งระดับชาติและระดับภูมิภาคมีความสำคัญอย่างยิ่ง แต่กระบวนการในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ที่ผ่านมาทั้งระดับชาติและระดับกลุ่มจังหวัดที่เกี่ยวกับการทอ้งเกี่ยวข้องนั้นยังต้องการการปรับกระบวนการในการจัดทำอีกหลายประการ เฉพาะภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนั้นภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญ และถือได้ว่าเป็นเส้นเลือดใหญ่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยมีรัฐเป็นเจ้าของสินค้าการทอ้งเกี่ยวข้อง ดังนั้น ในกระบวนการการจัดทำยุทธศาสตร์ซึ่งต้องอาศัยภาคีต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมจึงจำเป็นต้องใช้ระบบวิธีการประสานงานระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดซึ่งในกระบวนการการประสานงานมีสองรูปแบบคือ

1. การเข้าร่วมของประชาชนและภาคเอกชนในแนวตั้ง (Vertical) ซึ่งผู้เข้าร่วมจะต้องเกี่ยวข้องกับภาครัฐกิจนั้นโดยตรง เหมาะสำหรับการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติหรือกลุ่มจังหวัดในกรอบภาคเศรษฐกิจหรือธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น กลุ่มโรงแรม กลุ่มสถานบริการด้านอาหาร

2. การเข้าร่วมของประชาชนและภาคเอกชน ซึ่งผู้แทนที่เข้าร่วมต้องเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่าง ๆ เป็นการร่วมกันในแนวระนาบ (Horizontal) ซึ่งเหมาะสำหรับการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติหรือกลุ่มจังหวัดในกรอบปัญหาภาคเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจทุกภาค เช่น ปัญหาแหล่งเงินทุน ปัญหาการจ้างงาน

ในกระบวนการการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของเราต้องยอมรับว่าเราเคยชินกับภาครัฐมีอำนาจ หน้าที่ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์ แต่ ณ วันนี้นับบทบาทที่แท้จริงของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ที่ภาคเอกชน จึงควรที่จะเปลี่ยนแนวคิดให้เอกชนเป็นผู้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การทอ้งเกี่ยวข้องทุกระดับ เพื่อให้การจัดทำแผนงานโครงการของภาคเอกชนดำเนินไปด้วยความสมัครใจ โดยมีภาครัฐเป็นผู้ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกเท่านั้น

ปัญหาในเชิงโครงสร้างและกระบวนการจัดทำนโยบายแผนยุทธศาสตร์แผนพัฒนา แผนปฏิบัติการเกี่ยวกับการทอ้งเกี่ยวข้อง ต้องยอมรับความจริงที่ว่าปัญหาพื้นฐานในการจัดทำอยู่ที่แนวความคิดของภาครัฐว่ามีแต่ภาครัฐเท่านั้นที่จะรักษาประโยชน์ให้กับรัฐหรือประเทศชาติโดยรัฐยังไม่ไว้วางใจภาคเอกชน ผลที่ตามมาคือ ทำให้การกำหนดนโยบายแผน

ยุทธศาสตร์ แผนพัฒนา และแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวถูกกำหนดโดยภาครัฐซึ่งมีหน้าที่ตามกฎหมาย ไม่ว่าในส่วนที่เกี่ยวกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จังหวัด กลุ่มจังหวัด องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ย่อยลงไปแม้กระทั่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย

แต่ถ้าเรามองว่าภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ มีภาคเอกชนเป็นเส้นเลือดใหญ่ รัฐจำเป็นต้องปรับทัศนคติใหม่ โดยเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนพัฒนา และแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะต้องเป็นการเข้าร่วมของภาคีฝ่ายต่าง ๆ ทั้งของภาคประชาชน ชุมชน รัฐ เอกชน ท้องถิ่นและผู้เกี่ยวข้อง กับปัญหาของภาคท่องเที่ยว อันเป็นการรวมภาคีในลักษณะแนวระนาบ (Horizontal) เพื่อการดำเนินการจัดทำ

ดังนั้น การสร้างระบบวิธีการประสานงานระหว่างภาครัฐกับภาคฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนพัฒนา แผนปฏิบัติการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติ ระดับภาค ระดับกลุ่มจังหวัด ระดับจังหวัด ระดับพื้นที่เฉพาะเท่านั้น จึงจะนำไปสู่การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการปฏิบัติที่เป็นจริงและก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติ

4) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

ปรัชญาพื้นฐานของการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจ มาจากแนวความคิดของ Saint Simon (ค.ศ. 1760 - 1823) นักปราชญ์คนสำคัญของฝรั่งเศสที่มองเห็นว่า “ถ้าต้องการให้ฝรั่งเศสเจริญรุดหน้าไปได้ต้องนำวิชาการมาใช้อย่างจริงจังโดยเฉพาะในทางเศรษฐกิจแล้ว ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างผู้ทำการผลิต นักวิชาการ ช่างฝีมือ ข้าราชการ และรัฐบาลอย่างจริงจัง”

จากแนวความคิดดังกล่าวก่อให้เกิด “ระบบวิธีการประสานงานทางเศรษฐกิจระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน” ซึ่งปรากฏอยู่ในรัฐธรรมนูญสาธารณรัฐที่ 4 (ค.ศ. 1946) ของฝรั่งเศสซึ่งได้บัญญัติถึง “สภาเศรษฐกิจ” ที่มีหน้าที่ในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจของฝรั่งเศสและนำระบบวิธีการประสานงานระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนมาใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจ

ระบบวิธีการประสานงานทางเศรษฐกิจระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ฝรั่งเศสนำมาใช้มีผลทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนต้องปรับทัศนคติเสียใหม่ ภาครัฐแทนที่จะอยู่ในฐานะผู้ปกครอง ภาคเอกชนในฐานะผู้ถูกปกครองทั้งสองฝ่ายต้องหันมาให้ความร่วมมือกันอย่างเป็นเอกภาพ เพราะมีแต่การประสานงานกันอย่างเป็นเอกภาพเท่านั้นจึงจะสามารถกำหนดกรอบทิศทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมให้มีสมรรถภาพที่จะแข่งขันกับโลกภายนอกได้ กล่าวคือ “ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะหรือประโยชน์ทางเศรษฐกิจทั่วไป และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจกับความมั่นคงทางสังคมเป็นหลัก โดยอาศัยวิธีการรวมศูนย์ความพยายามของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง”

จากแนวคิดดังกล่าวทำให้กระบวนการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจของฝรั่งเศส มีภาคเอกชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญมากกว่าภาครัฐ เช่น คณะกรรมการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของแผน 7 ของฝรั่งเศส จำนวน 33 คน ประกอบด้วยนายจ้าง หรือผู้ประกอบการ

อุตสาหกรรม 16 คน ภาครัฐ 8 คน ลูกจ้าง 5 คน รัฐวิสาหกิจ 2 คน ผู้แทนนักวิชาการ 1 คน และผู้แทนผู้บริโภค 1 คน

จะเห็นได้ว่าการกำหนดกรอบแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมของฝรั่งเศสนั้น ภาคเอกชนเป็นผู้กำหนดแผนพัฒนาภาคอุตสาหกรรมด้วยตนเอง ภายใต้แนวคิดที่ว่าภาครัฐเป็นเพียงผู้จัดสิ่งอำนวยความสะดวก และสนับสนุนเท่านั้น

การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของไทยเรานั้น ต้องยอมรับว่าภาครัฐยังดำรงบทบาทที่สำคัญ โดยคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นหลักในการจัดทำหลังจากปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมเริ่มเข้ามามีบทบาทด้วยส่วนหนึ่ง แต่สิ่งที่ควรต้องพิจารณาก็คือทำอย่างไรจะให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

5) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติซึ่งปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นแผนที่กำหนดกรอบแนวทางและทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งปรากฏแนวทางการพัฒนาดังนี้

1. ส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อขยายโอกาสด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว รวมทั้งเพิ่มศักยภาพในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน นำไปสู่การพึ่งพาซึ่งกันและกัน และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในภูมิภาคโดย

1.1 ส่งเสริมให้ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศในกลุ่มอาเซียนและอินโดจีน โดยเฉพาะการสนับสนุนการดำเนินการด้านการตลาดร่วมกันเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค และการพัฒนาโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านเพื่อเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระหว่างกัน

1.2 พัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมเชื่อมโยงระหว่างกันให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจ ที่สามารถสนับสนุนการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามแนวพื้นที่เขตเศรษฐกิจ เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและเสริมขีดความสามารถด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

1.3 ร่วมมือกับประเทศที่สามและ/หรือองค์กรระหว่างประเทศในการฟื้นฟูภาวะเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน โดยการกระตุ้นธุรกิจด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวในพื้นที่เศรษฐกิจที่มีศักยภาพ

2. ส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงาน กระจายรายได้และหารายได้จากเงินตราต่างประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนโดย

2.1 พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกลุ่มพื้นที่ พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับศักยภาพเชิงวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงขีดความสามารถ

ของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกวิธี การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา สวัสดิภาพ และสวนสนุก

2.2 ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมให้ได้มาตรฐานและเพียงพอ โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มและยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาการล่อลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการเดินทางเข้าออกประเทศ การเดินทางในประเทศ การให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย รวมทั้งพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปริมาณสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละประเภท

2.3 ส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่น ให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบำรุงรักษา และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยรณรงค์สร้างจิตสำนึกและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ชุมชนและท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งสนับสนุนให้มีการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและบริการในท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว

2.4 ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีระยะพักนานและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มการประชุม การจัดงานหรือนานาชาติ เพื่อเพิ่มสัดส่วนของรายได้ต่อนักท่องเที่ยวและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยให้มีระบบบริหารจัดการเฉพาะขึ้นมารับผิดชอบ รวมทั้งให้มีศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติในเมืองหลักที่มีศักยภาพขึ้นมารองรับ

2.5 ประชาสัมพันธ์และสร้างจิตสำนึกการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ เพื่อส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น และเร่งรัดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ได้รับการพัฒนาให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ เพื่อการสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่น

พัฒนาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อเป็นแหล่งสร้างและกระจายรายได้ใหม่ที่สำคัญ โดย

1. สนับสนุนบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างประเทศ พัฒนาคุณภาพบริการด้านการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพของไทยให้ทันสมัย โดยเฉพาะแพทย์แผนไทยและยาสมุนไพร โดยปรับปรุงกฎ ระเบียบ ให้สามารถรับรองมาตรฐานการขึ้นทะเบียนยาได้

2. สนับสนุนธุรกิจด้านภัตตาคารและร้านอาหาร โดยให้มีมาตรการจูงใจเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการภัตตาคารและร้านอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศหันมาควบคุมดูแลมาตรฐานและสุขอนามัยของตนเองให้มากขึ้นเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ พร้อมทั้งส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาลอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

3. ส่งเสริมบริการด้านการศึกษาของประเทศให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ รวมทั้งสนับสนุนการศึกษานานาชาติและฝึกอบรมวิชาชีพเฉพาะด้านสำหรับชาวต่างประเทศ โดย

ปรับปรุงกฎระเบียบให้อำนวยความสะดวกต่อการเดินทางเข้ามาศึกษาและฝึกอบรมในประเทศ โดยเฉพาะหลักสูตรระยะสั้น และจัดระบบการศึกษาและฝึกอบรม ให้เป็นมาตรฐานสากลที่สามารถเชื่อมโยงและประสานกับสถาบันการศึกษาระหว่างประเทศ สำหรับเป็นทางเลือกสำหรับผู้ต้องการศึกษาต่อต่างประเทศ

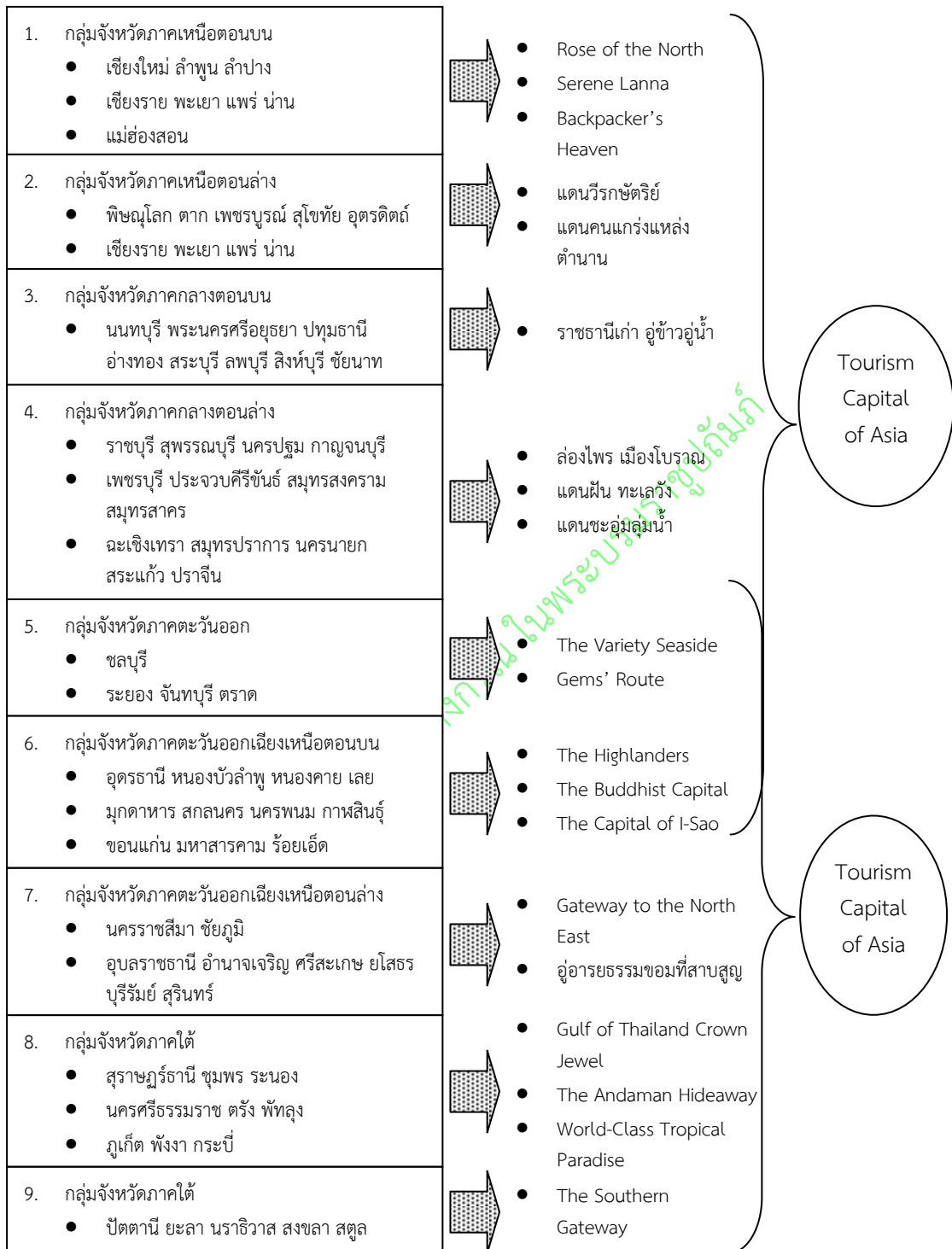
6) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับกลุ่มจังหวัด

หลังจากได้มีการจัดกลุ่มจังหวัดด้านการท่องเที่ยวออกเป็น 9 กลุ่มจังหวัดโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเมื่อเดือนตุลาคม 2546 ซึ่งกำหนดเป็นเพียงตัวอย่างเบื้องต้นเท่านั้น เมื่อพิจารณา ร่วมกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด หรือ CEO แล้วจะเห็นได้ว่าถ้ากลุ่มจังหวัดซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ถ้าทำเสร็จก็จะก้าวไปสู่ขั้นตอนของการกำหนดแผน แผนงานและโครงการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม

การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับกลุ่มจังหวัดก็ประสบปัญหา เช่นเดียวกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด เช่นเดียวกับการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ภาครัฐจะมีบทบาทสำคัญกว่าภาคเอกชน

ดังนั้น เพื่อให้กระบวนการการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้มีบทบาทในการกำหนดแผนฯ แผนปฏิบัติการด้วยตนเองต้องใช้แนวความคิดเดียวกับที่ได้กล่าวมาแล้วคือต้องให้ภาคเอกชนมีบทบาทในการกำหนดโดยใช้ระบบวิธีการประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน เช่นเดียวกัน

ในขณะนี้ดูจากตัวอย่างเบื้องต้นที่สำนักงานการพัฒนากลุ่มจังหวัดได้เสนอซึ่งเป็นรูปธรรมมากขึ้นสำหรับกลุ่มจังหวัด ซึ่งแสดงในภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 การวางตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด
ที่มา: สำนักงาน ก.พ.ร. (2547).

เมื่อดูจากการวางตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดทั้ง 9 กลุ่มพอจะมองเห็นถึงการวางแผนในแต่ละกลุ่มจังหวัด และการจัดทำแผนปฏิบัติการของแต่ละกลุ่มจังหวัดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

7) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2555 - 2559

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2555 - 2559 ได้กำหนด วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย ไว้ดังนี้

เป้าประสงค์

1. ชีตความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น
2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนากิจกรรมที่สร้างมูลค่าและคุณค่า
3. สร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน

เป้าหมาย

1. อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับ 1 - 7 ของทวีปเอเชีย
 - 1.1 อันดับขีดความสามารถด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับ 1 - 7 ของทวีปเอเชีย
 - 1.2 อันดับขีดความสามารถด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1 - 7 ของทวีปเอเชีย
 - 1.3 อันดับขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ธรรมชาติและวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1 - 7 ของทวีปเอเชีย
2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5
3. กลุ่มท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา 8 กลุ่มท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าประสงค์ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559 จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

8) แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2552 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

กรอบแนวคิดของแผนการตลาดการท่องเที่ยว

แผนการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปี 2552 ดำเนินการภายใต้ กรอบนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ ดังนี้

1) กรอบนโยบายรัฐบาล ซึ่งต้องเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ มุ่งเน้น พัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ ส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพและยั่งยืน ทั้งในมิติ “มูลค่า” และ “คุณค่า” ด้วย “สะดวก สะอาด ปลอดภัย” รวมถึงเน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ที่ชัดเจนง่ายต่อการรับรู้ จดจำในลักษณะกลุ่มพื้นที่

2) กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. ซึ่งได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทของการท่องเที่ยว เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต ของประชาชนทั่วทุกภูมิภาค โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่เชื่อมโยงกลุ่มพื้นที่

3) กรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ของ ททท. คือ ดำเนินการตลาดภายใต้แนวคิดเชิงกลยุทธ์ โดยสร้างความแตกต่างในจุดขาย ประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านการตลาดใหม่ ๆ และพัฒนาระบบฐานข้อมูล เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์

เป้าหมายตำแหน่งทางการตลาด

ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น “แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่หลากหลาย ให้ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า และประทับใจ”

เป้าหมายทางการตลาด

- ตลาดต่างประเทศ สร้างรายได้จำนวน 630,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5

- ตลาดในประเทศ สร้างเงินตราหมุนเวียนภายในประเทศ 407,600 ล้านบาท

เพิ่มขึ้นร้อยละ 5

กลุ่มเป้าหมาย

ตลาดต่างประเทศ เน้นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป และเอเชียตะวันออก ซึ่งเป็นตลาดหลัก (Key Markets) ในการสร้างรายได้ให้ประเทศไทย และมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด รวมทั้งรุกตลาดใหม่ (Emerging Markets) คือ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย รัสเซีย กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก และตะวันออกกลาง ซึ่งแม้ว่าตลาดเหล่านี้จะมีฐานตลาดขนาดเล็ก แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูงมาก

สินค้าทางการท่องเที่ยว

เพื่อสนับสนุนการสร้างการแข่งขันให้กับ Brand “Amazing Thailand” ที่ ททท. ต้องการจะต่อยอดและสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง การนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวสู่ตลาดโลก ในปีนี้จึงนำเสนอในลักษณะรวมกลุ่มของสินค้า และสร้าง Theme ให้กับแต่ละกลุ่ม เพื่อสื่อถึงประสบการณ์ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยว จะได้รับและเกิดความ “Amazing” ต่อประเทศไทย จากจุดแข็งของสินค้าที่มีอย่างหลากหลาย โดย ททท. จะ นำเสนอจุดแข็งของสินค้าประเทศไทย เป็น 7 กลุ่ม หรือ 7 แนวทางที่จะสร้างความสุขให้กับนักท่องเที่ยวในปี 2552

Amazing Products : 7 แนวทางสร้างความสุข

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 สร้างความตระหนักและเกิดความเข้าใจคุณค่าของการเป็นผู้ห่วงใยสิ่งแวดล้อม 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 บูติกโฮเทล รวมถึงสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น อาทิ สวนสนุก ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ฯลฯ

7. Festivities : The Land of Year Round Festivities กิจกรรมท่องเที่ยวที่ ควบคู่ไปกับการสนุกสนาน รื่นเริง และความบันเทิง โดยนำเอางานเทศกาลระดับโลกและระดับนานาชาติต่าง ๆ เป็นตัวดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และสื่อมวลชนต่างชาติ อาทิ Pattaya Music Festival, The Royal Trophy Europe vs Asia Golf Championship ฯลฯ

กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

ประเด็นที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้แบรนด์ “ประเทศไทย”

ประเด็นที่ 2 ขยายตลาดกลุ่มคุณภาพ

ประเด็นที่ 3 ปกป้องฐานตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทั่วไป

ประเด็นที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางการดำเนินงานตลาดต่างประเทศ

เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น และยกระดับประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การดำเนินงานตลาดต่างประเทศ จึงเน้น “การส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยว

คุณภาพ มุ่งเน้นรายได้มากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว” โดยจะขยายตลาดไปสู่กลุ่มคุณภาพ (กลุ่มตลาดระดับบน กลุ่มครอบครัว ผู้สูงอายุ MICE Niche Market ฯลฯ) ควบคู่ กับการรักษาฐานตลาด Leisure ด้วยการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หรือจัดรูปแบบสินค้าใหม่ที่น่าสนใจในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบมีเรื่องราว (Thematic Travel) โดยเฉพาะการเสนอขายสินค้า 7 แนวทางสร้างความสุข (7 Amazing Products) ซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศไทย ภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand” ซึ่งจะเป็นการต่อยอดภาพลักษณ์ความเป็น Amazing ของไทยให้รู้จักอย่างกว้างขวางในตลาดโลก และจะช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้แบรนด์ประเทศไทยต่อไป

ทั้งนี้ ในด้านเทคนิคการตลาด จะประยุกต์ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ร่วมสมัย (E-Marketing) ในการทำตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมตลาดในปัจจุบัน และขยายการเข้าถึงนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง รวมถึงการเพิ่มจุดเด่นให้กับการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) เป็นจุดดึงดูด และสร้างความน่าเชื่อถือในลักษณะของ Testimonial จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนไทยแล้ว ซึ่งจะเป็นสื่อบุคคลในการบอกเล่าจากปากต่อปาก (Word of Mouth) ควบคู่ไปกับการทำตลาดในลักษณะดั้งเดิม (Traditional) เช่น การเข้าร่วมงาน Trade Show การจัด Road Show เข้าสู่พื้นที่ตลาดใหม่ การจัดรายการชิงรางวัลต่าง ๆ เป็นต้น โดยจะผสมผสานความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร อาทิ ร้านอาหาร สายการบิน บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ เพื่อส่งเสริมตลาดร่วมกันอย่างเข้มแข็ง

กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดในประเทศ

- ประเด็นที่ 1 สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต
- ประเด็นที่ 2 ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยง
- ประเด็นที่ 3 สร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่
- ประเด็นที่ 4 วัฒนธรรมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว
- ประเด็นที่ 5 ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้

แนวทางดำเนินงานด้านตลาดในประเทศ

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและพฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการยอมรับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การดำเนินงานด้านตลาดในประเทศ จึงให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลใน 2 มิติ คือ

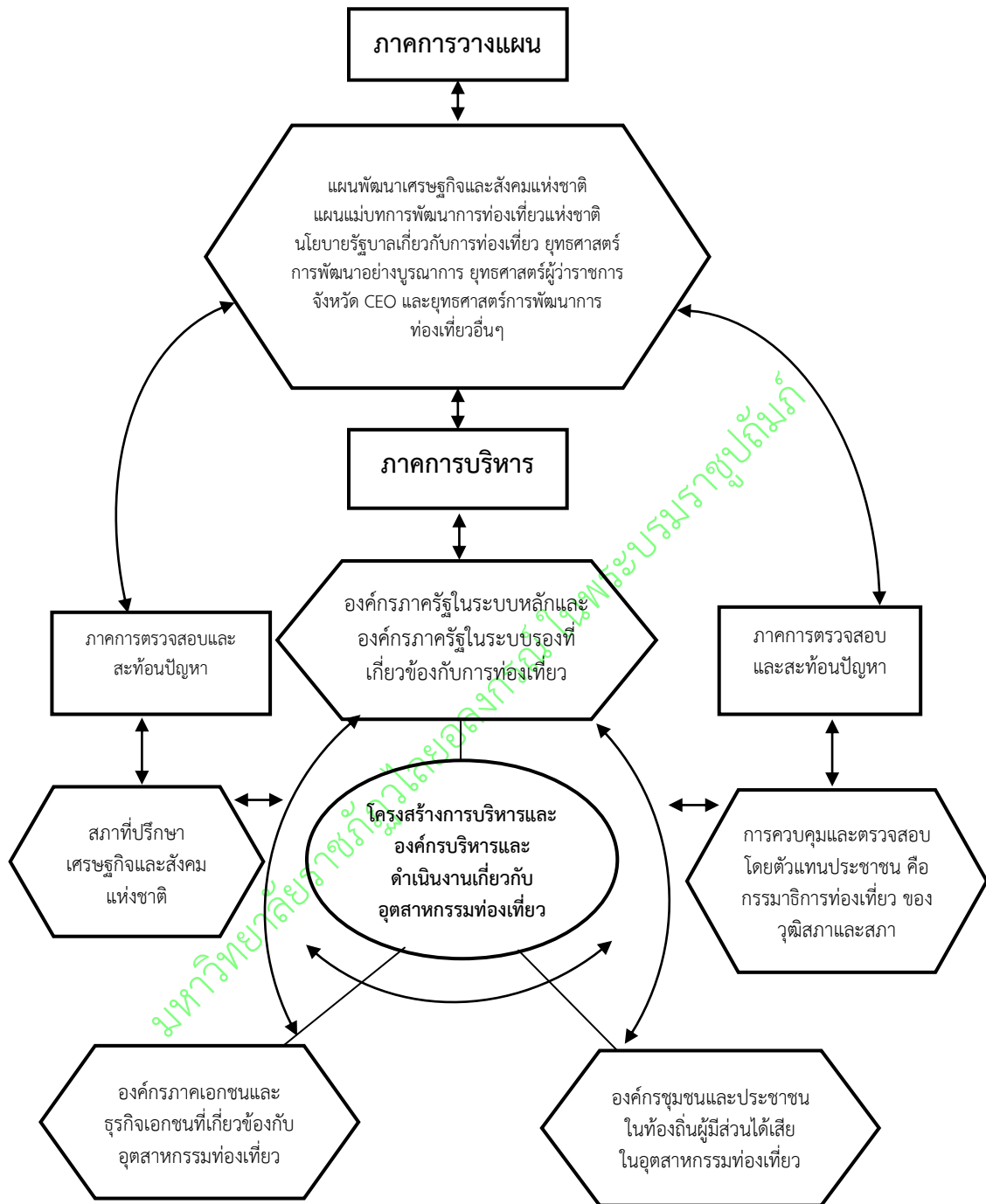
1) มิติทางสังคม เน้นการให้ความสำคัญกับการรณรงค์ให้เกิดกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ภายใต้แคมเปญ “เก็บเมืองไทยให้สวยงาม” รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้สำหรับคนไทย โดยเฉพาะเยาวชน เพื่อให้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความรัก และหวงแหนในทรัพยากรของชาติ

2) มิติทางเศรษฐกิจ มุ่งกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยสร้างกระแสการเดินทางตลอดทั้งปี และให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ภายใต้ แคมเปญ “เที่ยวไทยให้สนุก...เติมความสุขให้ชีวิต” ด้วยโปรโมชั่นพิเศษต่าง ๆ สำหรับทั้งตลาด ทัวไป และตลาดเฉพาะกลุ่ม

2.4.3 โครงสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

โครงสร้างการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นมีจุดเริ่มต้นจากการกำหนดแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนา ตลอดทั้งนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดมาตามวาระต่าง ๆ แผนยุทธศาสตร์ และนโยบายมีที่มาจากทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายของรัฐบาลในเรื่องการท่องเที่ยว นโยบายข้างเคียงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น นโยบายผู้ว่าราชการจังหวัดบูรณาการเพื่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ และนโยบายต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นย่อมส่งผลต่อการบริหารการทำงานของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาวิจัยพบว่าภาคส่วนที่มีความสำคัญที่สุดในการรับเอาแผนยุทธศาสตร์ และนโยบายต่าง ๆ ไปปฏิบัติ คือ องค์กรภาครัฐ องค์กรเอกชน และชุมชนท้องถิ่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ภาพที่ 2.8 โครงสร้างการบริหารและองค์กรบริหารและดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ไทย

ที่มา: เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่น ๆ (2547).

1) ความหมายของ “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว”

คำว่า “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ได้มีคำจำกัดความกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ซึ่งให้ความหมาย “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทน และหมายรวมถึง

1. ธุรกิจนำเที่ยว
2. ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
3. ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
4. ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
5. ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
6. การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือ

การดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

จากลักษณะของ “การท่องเที่ยว” และความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยว” ดังกล่าว สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะครอบคลุมองค์ประกอบอย่างน้อย 6 ประเภท เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่น ๆ (2547) คือ

- 1) ผู้มาเยือน (Visitor) หมายรวมถึง “นักท่องเที่ยว” (Tourist) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และ “นักท่องเที่ยว” (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน
- 2) แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นเป็นต้น ซึ่งเป็นแม่เหล็กดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว
- 3) โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลา และได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ การรักษาพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น
- 4) องค์กรภาครัฐ ซึ่งมีนโยบาย สนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ก็ดูแลระมัดระวังไม่ให้เกิดผลกระทบหรือทำความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน
- 5) องค์กรภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจหลากหลาย เพื่อให้บริการและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และสนใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก
- 6) ประชาชนในท้องถิ่น หรือ ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือมีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีส่วนสร้างความประทับใจ หรือไม่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

และยังมีองค์ประกอบภายนอกประเทศอื่น ๆ อีกมากที่มีส่วนช่วยกระตุ้น สนับสนุน ส่งเสริม ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย เช่น บริษัทนำเที่ยว สายการบิน สายการบินเรือ หน่วยราชการและหน่วยรัฐวิสาหกิจของไทย ในต่างประเทศ สมาคม / ชมรม คนไทยใน

ต่างประเทศ ร้านอาหารไทย บริษัทข้ามชาติ หรือองค์กรธุรกิจร่วมทุน หน่วยงานภาครัฐกิจเอกชนในต่างประเทศและนักธุรกิจ ชาวต่างชาติที่เคยมาอาศัยและทำงานอยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางกลับไป นักศึกษานักเรียนไทยในต่างประเทศ แรงงานไทยในต่างประเทศ สถาบันกีฬา การบันเทิง และนันทนาการ องค์กรอิสระอื่นๆ ที่มีโครงข่ายเชื่อมโยงกับประเทศไทย ฯลฯ

2) องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

1. ผู้มาเยือน (Visitor) ตามคำจำกัดความขององค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) หมายถึง นักท่องเที่ยว (Tourist) ที่เข้ามาพักค้างคืนและนักทัศนจร (Excursionist) ซึ่งไม่ได้พักค้างคืน (คำว่า “นักท่องเที่ยว” ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ หมายถึง “นักท่องเที่ยว” ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยพักค้างคืน หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปต่างจังหวัดและพักค้างคืน ตามคำจำกัดความของ WTO เท่านั้น

นักท่องเที่ยวนอกจากต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว การขยายตัวเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพทางด้านการตลาดการเผยแพร่โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ความสามารถในการบริหารทรัพยากรทางท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อม ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ขององค์กรหลากหลายที่เกี่ยวข้อง การขยายตัวของจำนวนวันพักเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อรายได้โดยรวม ซึ่งจะส่งผลต่อภาคเศรษฐกิจโดยรวมของการเดินทางและท่องเที่ยว (Travel & Tourism Economy) โดยเฉพาะผลกระทบต่อการทำงาน ทั้งทางตรงและทางอ้อม การกระจายโอกาสและรายได้ กระตุ้นการลงทุน และผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่น ๆ (2547)

ความต้องการนักท่องเที่ยวทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ซึ่งหมายถึงปริมาณของนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อสูง หรือมีการใช้จ่ายใช้สอยสูงและมีวันพักเฉลี่ยนานวันได้นำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ ทั้งด้านการพัฒนาและการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ส่วนการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวย่อมขึ้นกับตัวแปรทั้งภายในและภายนอก เช่น การหย่อนประสิทธิภาพทางการตลาด การปล่อยให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ประชากรไม่เป็นมิตร ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งเป็นตัวแปรภายใน ส่วนตัวแปรภายนอก ได้แก่ วิกฤติการณ์ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยว เช่น ในระยะปี ค.ศ. 1976 (พ.ศ. 2519) ค.ศ. 1983 (พ.ศ. 2526) ค.ศ. 1991 (พ.ศ. 2534) การท่องเที่ยวของประเทศไทยติดลบ ร้อยละ 6.92, 1.24 และ 4.0 ตามลำดับ อันเนื่องจากวิกฤติการณ์น้ำมัน วิกฤติการณ์เศรษฐกิจ สงครามตะวันออกกลาง การก่อการร้ายหลายแห่งในโลก เป็นต้น รวมทั้งวิกฤติการณ์เกี่ยวกับโรค SARS ซึ่งเกิดขึ้นในระยะปี พ.ศ. 2546 ซึ่งเป็นตัวแปรที่ควบคุมไม่ได้

ตารางที่ 2.3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย วันพักเฉลี่ยและรายได้จากการท่องเที่ยว พ.ศ. 2524 - 2550

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว	% Δ	วันพักเฉลี่ยต่อคนต่อวัน	รายได้	
				ล้านบาท	ล้านเหรียญ US\$
2524	2,015,615	+8.44	4.96	21,455	983
2525	2,218,429	+10.06	4.79	23,879	1,038
2526	2,191,003	-1.24	4.91	25,050	1,089
2527	2,346,709	+7.11	5.47	27,317	1,156
2528	2,438,270	+3.90	5.58	31,768	1,171
2529	2,818,092	+15.58	5.93	37,321	1,421
2530	3,482,958	+23.59	6.06	50,024	1,946
2531	4,230,737	+21.47	7.36	78,859	3,121
2532	4,809,508	+13.68	7.63	96,386	3,753
2533	5,298,860	+10.17	7.06	110,572	4,326
2534	5,086,899	-4.00	7.09	100,004	3,923
2535	5,136,443	+0.97	7.06	123,135	4,829
2536	5,760,533	+12.15	6.94	127,802	5,013
2537	6,166,496	+7.05	6.98	145,211	5,762
2538	6,951,566	+12.73	7.43	190,765	7,664
2539	7,192,145	+3.46	8.23	219,364	8,664
2540	7,221,345	+0.41	8.33	220,754	7,048
2541	7,764,930	+7.53	8.40	242,177	5,934
2542	8,580,332	+10.50	7.96	253,018	6,695
2543	9,508,623	+10.82	7.77	285,272	7,112
2544	10,061,950	+5.82	7.93	299,047	6,731
2545	10,799,067	+7.33	7.98	323,484	7,530
2546	10,000,000	-7.36	8.19	309,269	7,452
2547	11,650,000	+16.46	8.13	384,360	9,561
2548	11,520,000	-1.51	8.20	367,380	8,923
2549	13,820,000	+20.01	8.62	382,319	10,552
2550	14,460,000	+4.65	9.19	547,782	15,119

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545).

2. แหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attractions) หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นิยามหรือให้ความหมายของคำว่า “ทรัพยากรการท่องเที่ยว” ว่า หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ และได้อธิบายความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยแยกตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ประเภท คือ

ประเภทธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ เป็นต้น

ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน แหล่งซากดึกดำบรรพ์ อุทยานประวัติศาสตร์ วัด ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน ศาสนาสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ เป็นต้น

ประเภทศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในลักษณะของวัฒนธรรม ประเพณี และความเป็นอยู่ วิธีการดำรงชีวิต และกิจกรรมงาน ประเพณีต่าง ๆ ได้แก่ ศูนย์วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ไร่ / สวน พืช ผัก ผลไม้ งานที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีทุกชนิดที่จัดขึ้น และสถานที่จัดแสดงทางวัฒนธรรมของเอกชน เป็นต้น

จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวเบื้องต้น สามารถสรุปจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศไทยไว้ได้ 2,637 แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 1,200 แห่ง ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา จำนวน 1,040 แห่ง และประเภทศิลปวัฒนธรรม จำนวน 397 แห่ง และต่อมาได้สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมขึ้นอีก 220 แห่ง รวมเป็น 2,857 แห่ง ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลรับผิดชอบของภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ ดังได้ระบุไว้ใน บทที่ 2 (หน้า 70)

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นตัวกำหนดสำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ดังนั้น การบำรุงรักษาและพัฒนาให้อยู่ในสภาพและคุณภาพที่ดีอยู่เสมอ จะช่วยขยายระยะเวลาของวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่งให้สามารถใช้ประโยชน์ในระยะยาวต่อไปได้ จากการสำรวจสภาพแหล่งท่องเที่ยวในประเทศของ ททท. เมื่อปี พ.ศ. 2540 ได้พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในหลายจังหวัด กำลังตกอยู่ในสภาพเสื่อมโทรมและหลายแห่งอยู่ในสภาวะวิกฤติ สาเหตุสำคัญก็คือ การหย่อนประสิทธิภาพในการบริหารขององค์กรที่มีอำนาจควบคุมดูแลพื้นที่หรือสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือในบางกรณีไม่สามารถหาเจ้าภาพเข้ามาดำเนินการแก้ไขปัญหา เนื่องจากมีอำนาจตามกฎหมายทับซ้อนอยู่ในพื้นที่เดียวกัน หรือมีปัญหาด้านการประสานงาน และปัญหาด้านงบประมาณเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนา

ปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลทำให้คุณค่าและความนิยมลดลง ส่วนใหญ่เป็นปัญหาทางด้านกายภาพ เช่น อาคารสิ่งปลูกสร้างแออัดและทำลายทัศนียภาพและสภาพแวดล้อม การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่เหมาะสม โครงสร้างพื้นฐานที่

เอื้อต่อการเดินทาง เช่น ระบบการคมนาคมขนส่งเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่สมบูรณ์ มีปัญหาด้านมลพิษ ทั้ง น้ำ อากาศ เสียง และกลิ่น รวมทั้งขยะและสิ่งปฏิกูล เป็นต้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญและมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แสวงหา ไม่ว่าจะเป็นอากาศบริสุทธิ์ ภูมิอากาศ และอุณหภูมิ ภูมิประเทศ สัมฐานทางธรณีวิทยา รุกขชาติ พืชพันธุ์ต่าง ๆ ของท้องถิ่น สัตว์ป่าหรือสัตว์ในท้องถิ่น ท้องน้ำ หาดทราย ความงามของธรรมชาติ น้ำดื่มบริสุทธิ์ น้ำพุร้อน การอนาถมัย ฯลฯ การผสมผสานกันของทรัพยากรธรรมชาติ สามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่น่าสนใจ เช่น ภูมิอากาศที่แตกต่างกันภายในประเทศ มีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกลักษณะที่ตนสนใจ เช่น ไปสัมผัสอากาศหนาวเย็นของป่าเขาทางภาคเหนือ หรือไปสัมผัสแสงแดดอันอบอุ่นบริเวณหาดทราย ชายทะเลทางภาคใต้ หรือหลีกเลี่ยงการท่องเที่ยวในฤดูฝนตกชุก เป็นต้น ภูมิอากาศจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และช่วยสร้างอุปสงค์ (Demand) ทางการท่องเที่ยวได้ และหากพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ มีบรรยากาศหรือภูมิอากาศที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ได้อย่างเอนกประสงค์ เช่น เล่นกอล์ฟ ซ้อมขี่ ตกปลา ล่าสัตว์ เล่นเรือใบ หรือกิจกรรมทางน้ำอื่น ๆ การศึกษาธรรมชาติ ความชื่นชมในศิลปการวาดภาพ หรือการถ่ายภาพ ซึ่งยิ่งทำกิจกรรมหรือมีบรรยากาศเพื่อการพักผ่อนได้มากก็ยิ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยว นั้นประสบความสำเร็จได้มากขึ้น หรือพื้นที่นั้น มีความสวยงามทางธรรมชาติอย่างมาก ก็ยิ่งดึงดูดความสนใจ หรือสามารถสร้างอุปสงค์ (Demand) ได้มาก

ดังนั้น การที่จะรักษาคุณภาพของอุปสงค์หรือความต้องการของนักท่องเที่ยว เอาไว้ให้นานที่สุด ก็ต้องมีการวางแผนอย่างเหมาะสมและต้องมีการบำรุงรักษาคุณภาพและมาตรฐานของธรรมชาติที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องและจริงจัง

3. โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว (Infrastructure and Tourist Superstructure)

โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะความสะดวกในการเข้าถึงและความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ย่อมขึ้นอยู่กับโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิ ทำอากาศยาน ท่าเทียบเรือ ระบบถนน ทางรถไฟ ระบบการสื่อสาร ระบบคมนาคม ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ระบบการขนส่งภายในประเทศ ระบบการกำจัดของเสีย เป็นต้น โครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวนี้ ส่วนใหญ่รัฐสร้างขึ้นมาเพื่อบริการแก่ประชาชน แต่ก็ยังเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ได้แก่ โรงแรมและที่พักประเภทต่าง ๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานที่จัดการประชุมและสถานที่จัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ร้านขายสินค้าและบริการอื่น ๆ เอกชนเป็นผู้ลงทุนพัฒนาเพื่อบริการให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและปลอดภัย

3.1 โครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งดำเนินการโดยรัฐเป็นตัวกำหนดที่สำคัญที่จะบันดาลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวเติบโตขึ้นได้ การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน โดยปกติต้องใช้งบประมาณของรัฐดำเนินการในปริมาณที่สูง แต่รัฐจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อความผาสุกของประชาชน รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการควบคุมมลพิษอันเกิดจากการพัฒนาในรูปแบบต่าง ๆ

อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มีส่วนกระตุ้นการลงทุนด้านโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้น และรวดเร็วขึ้น ซึ่งในหลายกรณีไม่ได้ให้ความระมัดระวังเรื่องสิ่งแวดล้อม จึงเกิดผลกระทบต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การบุกรุกที่สาธารณประโยชน์โดยการถมที่หรือถมทะเล การสร้างถนนริมชายหาด การขุดตักหน้าดินไปขาย ซึ่งก่อให้เกิดการพังทลายของหน้าดิน และก่อให้เกิดตะกอนในทะเล รวมทั้งการก่อสร้างที่พัก ร้านค้าต่าง ๆ ที่สิ่งก่อสร้างและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมไม่กลมกลืนต่อบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมทั่วไป การสร้างเมืองใหม่ในเมืองเก่า ทำให้เกิดการลุกล้ำพื้นที่ที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์และศิลปกรรม และในหลายกรณี การติดตั้งเสาไฟฟ้า หรือเสาไฟฟ้าแรงสูง เสาอากาศ หรือป้ายโฆษณา ล้วนแล้วแต่เป็นการทำลายทัศนียภาพ นอกจากนี้ การที่จำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวอย่างรวดเร็ว ปริมาณของมลพิษก็ขยายตัวตามไปด้วย เช่น กรณีของขยะ พบว่า นักท่องเที่ยวก่อให้เกิดขยะในอัตรา 2.56 ลิตร/คน/วัน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2531) หากระบบเก็บและกำจัดขยะไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ย่อมมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือในกรณีแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล และเกาะต่าง ๆ ที่มีการประกอบการเกี่ยวกับที่พัก และร้านอาหาร ซึ่งมีปริมาณน้ำเสียค่อนข้างมาก หากไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย หรือน้ำโสโครก ก็จะมีผลทำให้คุณภาพของน้ำทะเลเน่าเสีย สัตว์ พืชทะเล และนักท่องเที่ยวย่อมพลอยได้รับผลกระทบไปด้วย

3.2 โครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ซึ่งดำเนินการลงทุนพัฒนาโดยภาคเอกชน ได้ขยายตัวเติบโตขึ้นมากในหลายสาขา อาทิ ที่พักประเภทต่าง ๆ สนามกอล์ฟ Marina สำหรับจอดเรือ Yacht ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าของที่ระลึก สวนสนุก ศูนย์การประชุม ศูนย์การแสดงสินค้าและนิทรรศการ โรงพยาบาล ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานบันเทิง ฯลฯ

ทั้งโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว การเข้าถึงที่สะดวก เช่น มีสายการบินหลายสายและมีความถี่ของเที่ยวบินให้เลือก ความสะดวกที่ท่าอากาศยาน โดยเฉพาะระเบียบและพิธีการเกี่ยวกับการเข้าเมืองและศุลกากร โครงข่ายการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศที่สะดวก ทั้งทางอากาศ ทางถนน และทางทะเล หรือแม่น้ำลำคลอง ที่พัก อาหารการกิน ระบบสื่อสารคมนาคม ระบบสาธารณสุข บริการท่องเที่ยว ระบบรักษาความปลอดภัย ฯลฯ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว

ความสำเร็จของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับความพร้อมและความมีคุณภาพและมาตรฐานของโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การใช้น้ำประปา ท่อประปาต้องมีขนาดที่จะรองรับปริมาณการใช้น้ำประปาที่จะมีมากขึ้นในอนาคตเช่นเดียวกับเรื่องการบำบัดน้ำเสีย การติดตั้งระบบสื่อสารคมนาคม ระบบน้ำใช้เพื่อการบริโภค จะต้องมีการวางแผนเพื่อสามารถใช้ประโยชน์ได้ในระยะยาว ไม่เช่นนั้นก็จะมีความมีปัญหา เช่น ต้องรื้อของเก่าออกและทำของใหม่ ทำให้เกิดลักษณะการขุด การฝังและการกลบอยู่ตลอดเวลา หรือทางวิ่งของท่าอากาศยานต่าง ๆ ก็ควรออกแบบไว้สำหรับรองรับการพัฒนาอากาศยานแบบใหม่ได้ในอนาคต โรงแรมหรือที่พักประเภทต่าง ๆ ก็เช่นเดียวกัน หากสามารถทำให้เห็นความมีลักษณะเด่น เช่น การออกแบบทางสถาปัตยกรรม และภูมิทัศน์แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการก่อสร้าง วัสดุที่นำมาใช้ และความสามารถในการตกแต่ง ย่อมจะทำให้เห็นความแตกต่างซึ่งเป็นจุดขายที่ดีอย่างหนึ่ง ตัวอย่างที่ไม่เหมาะสมอย่างเช่น การสร้าง

โรงแรม หรือสถานที่ตากอากาศที่มีรูปทรงเป็นกล่องริมหาดทรายชายทะเลท่ามกลางดงมะพร้าว ไม่น่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เพราะความจริงแล้วนักท่องเที่ยวประสงค์จะสัมผัสบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างไปจากของตนอย่างสิ้นเชิง

โครงสร้างพื้นฐานยังหมายถึงรวมถึงระบบการขนส่งและอุปกรณ์การขนส่ง เช่น อากาศยาน เรือโดยสาร รถบัส รถไฟ แท็กซี่ รถรางลอยฟ้าและพาหนะขนส่งผู้โดยสารอื่น ๆ เป็นต้น

1. การขนส่งทางอากาศ เพื่อการเดินทางท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนสูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับระบบขนส่งอื่นๆ ดังนั้นหากจะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น จำเป็นต้องพิจารณาถึงความเพียงพอของการขนส่งทางอากาศ เช่น ความถี่ของเที่ยวบิน ขนาดและแบบของเครื่องบิน ความสะดวกของการเข้ามาและออกไปของสายการบินต่างๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับค่าธรรมเนียมแต่ละประเภทของท่าอากาศยาน ลานจอด และการขนผู้โดยสารขึ้นลง ท่าอากาศยานที่สร้างใหม่ในระยะหลัง จะมีกรอออกแบบที่สามารถแก้ไขปัญหาความไม่สะดวกต่าง ๆ ได้ดีขึ้น เช่น การให้ระยะการเดินทางของผู้โดยสารสั้นลง หรือมี Shuttle bus หรือ Monorail ให้บริการในท่าอากาศยาน หรือระหว่างท่าอากาศยานนานาชาติกับท่าอากาศยานในประเทศ

2. การท่องเที่ยวโดยรถบัส ก็ต้องให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การใช้รถบัสหน้าต่างกว้างเพื่อการชมทัศนียภาพ มีเครื่องปรับอากาศ ที่นั่งสบาย หรือมีห้องสุขาในรถบัส และมีระบบที่มีความสั้นสะดวกน้อย มีบริการมีคัคเคท์หรือความสะดวกในการฟังภาษาผ่านทางเครื่องบันทึกเสียง

3. การท่องเที่ยวโดยเรือเดินสมุทร หรือเรือโดยสารขนาดใหญ่อื่น ๆ จำเป็นต้องมีท่าเทียบเรือที่สามารถรองรับเรือที่กินน้ำลึกในขนาดต่าง ๆ ได้ และมีระบบการขนส่งผู้โดยสารจากท่าเทียบเรือไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เรือขนาดเล็ก เช่น เรือ Yacht ต้องการข้อมูลด้านสภาพอากาศและบริการซ่อมแซม หรือแม้แต่เรือแคนู คายัค ก็ต้องการการบริการที่ดี

4. การเดินทางโดยทางรถไฟ นักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญสูงในเรื่องความปลอดภัยจะเลือกเดินทางโดยทางรถไฟ นอกจากนั้น ก็มีความสะดวกสบายในการชมทัศนียภาพ ถ้าตารางการเดินทางรถไฟมีความถี่ จะมีโอกาสดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก รถไฟความเร็วสูงในปัจจุบันได้รับความนิยมสูง และมีบริการที่มีคุณภาพและผู้โดยสารควรได้รับความสะดวกที่สถานีรถไฟ เช่น บริการขนส่งสัมภาระและแท็กซี่ เป็นต้น

5. การบริการรถแท็กซี่ ต้องมีคุณภาพ ที่นั่งผู้โดยสารควรมีที่คลุมที่ถอดไปซักรได้ เพื่อแสดงให้เห็นความสะอาด คนขับแท็กซี่ควรช่วยยกสัมภาระให้ผู้โดยสาร และมีกิริยาวาจาสุภาพ คนขับแท็กซี่ที่สามารถใช้ภาษาได้ จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น การฝึกอบรมการใช้ภาษาให้คนขับแท็กซี่จึงควรดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ

4) องค์กรภาครัฐ (The Government of the Host Community or Area)

การบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศส่วนใหญ่จะมีองค์กรของรัฐเข้ามาทำหน้าที่ควบคุมกำกับดูแลและกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ยกเว้นบางประเทศ ซึ่งมีรูปแบบบริหารโดยองค์กรเอกชน เช่น กรณีของสิงคโปร์ และฮ่องกง ในกรณี

ของประเทศไทยมีการจัดองค์กรบริหาร โดยองค์กรภาครัฐที่มีอำนาจหน้าที่กำกับดูแลด้านการพัฒนา และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง หรือที่เรียกว่า องค์กรภาครัฐในระบบหลัก ซึ่งมีโครงสร้างหลักอยู่ 4 โครงสร้าง ได้แก่

1. โครงสร้างองค์กรภาครัฐในระบบราชการส่วนกลาง
2. โครงสร้างองค์กรภาครัฐในระบบราชการส่วนภูมิภาค
3. โครงสร้างองค์กรภาครัฐในระบบราชการส่วนท้องถิ่น
4. โครงสร้างองค์กรภาครัฐในระบบการบริหารแบบรัฐวิสาหกิจ

เหตุผลที่รัฐบาล โดยองค์กรภาครัฐต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กรอบการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามขนาดและโครงสร้าง ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมาก รูปแบบการบริหารจะเป็นถึงระดับกระทรวง และมีองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (NTO) เป็นเหมือนแกนขาของการบริหาร ซึ่งในหลักการควรมีอิสระจากระบบการเมือง แต่ในทางปฏิบัติไม่สามารถเป็นองค์กรอิสระได้ เพราะยังต้องพึ่งพางบประมาณของรัฐ หรือประธานกรรมการบริหารขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ก็คือรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยว ซึ่งในกรณีของประเทศไทย ได้วางโครงสร้างการบริหารในระบบราชการส่วนกลางเป็นรูปการบริหาร 2 องค์กร คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดูแลด้านนโยบาย ด้านยุทธศาสตร์การพัฒนา การวางแผน การพัฒนาบุคลากร การควบคุม และจัดระเบียบในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งเป็นองค์กรรัฐในระบบการบริหารแบบรัฐวิสาหกิจ ดูแลด้านยุทธศาสตร์ทางด้านการตลาด การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับองค์กรนานาชาติ และพันธกรณีที่มีต่อประเทศที่มีข้อตกลงความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างกัน ทั้งข้อตกลงทวิภาคี และพหุภาคี

โครงสร้างองค์กรรัฐในระบบราชการส่วนภูมิภาค ได้แก่ จังหวัด อำเภอ และราชการส่วนภูมิภาคอื่น ๆ เช่น สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ ซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวฯ อยู่ในระหว่างการส่งมอบงานระหว่าง ททท. กับกระทรวงการท่องเที่ยวฯ) และมีองค์กรภาครัฐในระบบการบริหารแบบรัฐวิสาหกิจในจังหวัดต่าง ๆ คือ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งตั้งอยู่ใน 22 เขตพื้นที่ เป็นองค์กรสนับสนุนด้านการพัฒนา การตลาด การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการพัฒนาการบริหารในรูปแบบของยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการ ภายใต้การนำของผู้ว่าราชการจังหวัด CEO

โครงสร้างองค์กรรัฐในระบบราชการส่วนท้องถิ่น มีภาระงานบางส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล สภาตำบล กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา จะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นอกเหนือจากพื้นที่ที่กฎหมายกำหนดให้อยู่ในการควบคุมดูแลขององค์กรภาครัฐในระบบราชการส่วนกลาง เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตสงวนและอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า ซึ่งอยู่ในการดูแลของสำนักอุทยานแห่งชาติ และสำนักอนุรักษ์สัตว์ป่า กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ซึ่งอยู่ในการดูแลของสำนักโบราณคดี กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ฯลฯ แล้ว จะอยู่ในการดูแลรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล แลการปกครองส่วน

ท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ เช่น กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา ดังนั้น หากองค์กรดังกล่าวขาดประสิทธิภาพในการบริหาร ไม่มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารทรัพยากรการท่องเที่ยว ขาดบุคลากร และงบประมาณดำเนินการ หรือมีปัญหาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ทับซ้อนอยู่ในพื้นที่ที่รับผิดชอบ เช่น อาณาบริเวณของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ของ อบต. 2 พื้นที่ ก็อาจมีปัญหาในด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นต้น

โครงสร้างองค์กรรัฐในระบบการบริหารแบบรัฐวิสาหกิจ ในขณะนี้มียูเอเอซีกรเดียวที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 22 เขต ซึ่งมีขอบเขตหน้าที่ครอบคลุมทุกจังหวัด (นอกจากกรุงเทพมหานคร) ทั่วประเทศ และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศ 17 แห่ง บทบาทขององค์กรดังกล่าวนี้ นับตั้งแต่มีพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ. 2503 จนถึง 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 อ.ส.ท. ได้มีบทบาทนำในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2522 จึงได้มีพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ตราขึ้นเพื่อที่จะให้ ททท. มีขอบข่ายอำนาจหน้าที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่เนื่องจากอำนาจกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ของ ททท. มีข้อจำกัด กล่าวคือ ในมาตรา 9 วรรค (5) แห่งพระราชบัญญัติฉบับนี้ ได้ให้อำนาจ ททท. ในการสำรวจ กำหนดพื้นที่ และสถานที่ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ต้องสงวนไว้เป็นของรัฐ และให้อยู่ในความควบคุมดูแลของ ททท. โดยให้จัดทำเป็นพระราชกฤษฎีกานั้นไม่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากในมาตราเดียวกัน ในวรรค (6) กำหนดไว้ว่า การสำรวจวางแผนและดำเนินการจัดสร้างส่งเสริมอนุรักษ์ ป่า ภูเขา บึง หนอง หรือพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและคุณภาพสิ่งแวดล้อม จะต้องดำเนินการภายใต้บังคับกฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวส่วนมากจะอยู่ภายใต้การดูแลขององค์กรภาครัฐอื่น ๆ ตามกฎหมาย เช่น วัด อยู่ในการดูแลของกรมการศาสนา แหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์ อยู่ในการดูแลของกรมศิลปากร อุทยานแห่งชาติ อยู่ในการดูแลของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นต้น เป็นที่ตระหนักดีว่า การนำเที่ยวเป็นกลไกที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จึงเห็นได้ว่ารัฐบาลทุกรัฐบาลในโลกย่อมมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ จึงได้มีการจัดตั้งองค์กรของรัฐขึ้นมาเพื่อดูแลรับผิดชอบเรื่องนี้ และโดยที่ในภาคการท่องเที่ยวเองไม่สามารถควบคุมปัจจัยหลายอย่างซึ่งส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่น่าสนใจ หรือไม่สามารถควบคุมผลกระทบในทางลบที่จะเกิดขึ้นกับประชากรของประเทศได้ ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องได้รับการพิจารณาจากรัฐบาลและต้องมีมาตรการการบริหารที่เหมาะสม กล่าวคือ ยิ่งการท่องเที่ยวนำประโยชน์ทางเศรษฐกิจมาให้มากขึ้นเท่าไร ภาครัฐย่อมต้องเข้ามาข้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้นเท่านั้น

นอกจากภาครัฐที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีองค์กรนานาชาติอีกมากที่เข้ามาช่วยเหลือสนับสนุน เช่น องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization – WTO) ธนาคารโลก (World Bank) สหประชาชาติ (United Nations) สมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association – IATA) องค์การการบินพลเรือน

(International Civil Aviation Organization – ICAO) องค์การเพื่อความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development - OECD) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเอเชียแปซิฟิก (Pacific Asia Travel Association – PATA) กรรมาธิการด้านการเดินทางของยุโรป (European Travel Commission – ETC) โครงการเงินทุนเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจโพ้นทะเล (Overseas Economic Cooperation fund – OECF) และธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank – ADB) และความร่วมมือด้านเศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิก (Asia Pacific Economic Cooperation – APEC) เป็นต้น ซึ่งองค์กรนานาชาติต่าง ๆ เหล่านี้ ได้อธิบายบทบาทหน้าที่ไว้ในภาคผนวกส่วนหนึ่งแล้ว

5) องค์การภาคเอกชน (The Private Sector of the Host Community or Area)

การดำเนินธุรกิจด้านการเดินทางและท่องเที่ยวและธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการลงทุนเพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยองค์กรเอกชน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศขยายตัวเติบโตขึ้น องค์กรเอกชนที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำแนกได้ ดังนี้

1. องค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย สมาคมและชมรมธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องและองค์กรเอกชนอื่น ๆ ที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว

2. องค์กรเอกชนที่สนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาหอการค้า หอการค้าไทย หอการค้าจังหวัด สมาคม สโมสร ชมรมธุรกิจ และธุรกิจต่าง ๆ ที่มีการเกี่ยวข้องเนื่องสนับสนุนและเกื้อหนุนต่อการท่องเที่ยว

การดำเนินงานและความพยายามของภาคธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนที่รวมตัวกันเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว และความพยายามแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวในอดีต ภาคเอกชนได้มีการรวมตัวกันเป็นครั้งแรก (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546) เพื่อผลักดันการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 เพื่อให้เป็นตัวแทนที่แท้จริงของเอกชนในการส่งเสริม พัฒนา แก้ไขปัญหา ยกระดับมาตรฐานการบริการท่องเที่ยว และประสานงานกับภาครัฐเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ โดยได้รวมตัวกันในรูปแบบคณะกรรมการ เรียกว่า “คณะกรรมการร่วมสถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ประกอบด้วยสมาคมหลักที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในระยษนั้น 8 สมาคม คือ สมาคมพาท้าไทย สมาคมโรงแรมไทย สมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวภายในประเทศ สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว และสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ และได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อยกร่าง ร่างพระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้นโดยมีที่ปรึกษาจากสภานายความให้ความช่วยเหลือ ซึ่งใช้ระยะเวลาดำเนินการทั้งสิ้นถึงเก้าปี

อย่างไรก็ตาม ในระหว่างที่เตรียมการยกร่างพระราชบัญญัติดังกล่าว ภาคเอกชนได้เกิดความคิดที่จะนำเอาหลักเกณฑ์บางประการจากร่างพระราชบัญญัติมาทดลองใช้ จึง

นำไปสู่การสถาปนา “สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Society) ขึ้นเมื่อ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2538 ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างแล้ว ซึ่งบทบาทหลักของสถาบันฯ คือ มุ่งผลักดันการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พร้อมกับสะท้อนปัญหาความต้องการของภาคเอกชนที่ต้องการเร่งรัดให้รัฐบาลแก้ไขปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งในเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม วิกฤตจราจร การล่อลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ปัญหาการบุกรุกที่สาธารณประโยชน์และความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ปัญหาภาพลักษณ์ในทางลบ ความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยและความไม่สะดวกบริเวณท่าอากาศยาน และได้เสนอให้รัฐบาลแต่งตั้งคณะกรรมการร่วมภาครัฐกับเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหการท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมด้านการเปิดเสรีการค้าและบริการ นโยบายการบินพาณิชย์ที่ยังไม่เอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ระบบการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ การยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของบุคลากรและการพัฒนาสนามบินในภูมิภาคในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญให้เป็นสนามบินนานาชาติอย่างแท้จริง

6) ชุมชนท้องถิ่น (The Local Society of The Host Community or Area)

ประชาชนในท้องถิ่นหรือในแหล่งท่องเที่ยวเป็นผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านการต้อนรับขับสู้และวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึงท่าทีและทัศนคติของประชาชนในท้องถิ่น หรือในบริเวณใกล้เคียงที่ยินดีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว มีความเป็นมิตร มีความจริงใจ หรือเต็มใจที่จะให้บริการ หรือมีความต้องการที่จะทำความคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยว เรื่องของชาติพันธุ์ทางด้านมนุษยวิทยา วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปกรรม วรรณคดี ประวัติศาสตร์ ดนตรี นาฏศิลป์ และศิลปพื้นบ้าน การเต้นรำ งานหัตถกรรม การซื้อของ กีฬาพื้นบ้าน ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

กล่าวได้ว่า การต้อนรับขับสู้และความมีอัธยาศัยไมตรีอันดีของคนพื้นเมืองเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา บรรดาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ หรือแม้แต่ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวย่อมไม่มีความหมาย หากนักท่องเที่ยวรู้สึกว่ามีใครยินดีต้อนรับ หรือมีท่าทีเป็นศัตรู ด้วยเหตุนี้จึงได้มีป้ายต้อนรับเกิดขึ้นในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อแสดงไมตรีจิตของเจ้าของท้องถิ่น ท่าอากาศยานบางแห่งในบางประเทศถึงกับจัดพื้นที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งบริการเครื่องดื่ม ดังนั้น ความจำเป็นที่จะต้องประชาสัมพันธ์ให้คนท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวจึงต้องดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่มีหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงมีส่วนช่วยเหลือได้มากในการปรับทัศนคติของผู้ที่จะเข้ามามีอาชีพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การซื้อของ (Shopping) เป็นกิจกรรมสำคัญอีกอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยว และมีผลต่อความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าที่มีคุณค่าในความรู้สึกของนักท่องเที่ยว คือสินค้าพื้นเมือง โดยเฉพาะสินค้าหัตถกรรมซึ่งเป็นผลผลิตของคนท้องถิ่นแท้ ๆ (Authentic Native Handicraft) นอกจากนี้ สถานที่ซื้อของหรือย่านซื้อของเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว หากสถานที่นั้น เป็นแหล่งหรือเป็นตลาดของคนพื้นเมือง (Native Market Places)

เพราะมีสีสันและควมมีชีวิตชีวาของวิถีชุมชน ในกรณีนี้ถึงแม้คนท้องถิ่นจะไม่มีวามเข้าใจในเรื่องภาษาก็ไม่ได้เป็นอุปสรรคแต่ประการใด

2.4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

จากการศึกษาเอกสาร หลักฐาน แผนพัฒนา แผนการตลาด เอกสารการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและจากแบบสอบถามทดสอบความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ที่คุกคามได้ ดังนี้ เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่น ๆ (2547)

1) ผู้มาเยือนได้แก่ นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

1.1) “ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรจากต่างประเทศ

ตารางที่ 2.4 แสดง SWOT ของ “ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรจากต่างประเทศ

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - มีปริมาณเพิ่มพูนขึ้นสม่ำเสมอตลอดสี่ทศวรรษที่ผ่านมา - มีความหลากหลายของตลาดและไม่ได้พึ่งพาทลาดหนึ่งตลาดใด - มีวันพักเฉลี่ยสูงพอประมาณ - มีจำนวนนักท่องเที่ยวซื้อซ้ำในปริมาณที่สูง - มีความมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เมื่อเลือกเดินทางมาประเทศไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นนักท่องเที่ยวเชิงปริมาณ แต่การใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำ มีผลทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวมีอัตราเฉลี่ยการเพิ่มขึ้นลดต่ำลง - เป็นนักท่องเที่ยวตามฤดูกาล ไม่ได้เดินทางมาสม่ำเสมอตลอดทั้งปี - ยังมีช่องว่างทางการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มมุสลิมจากตะวันออกกลาง และจากประเทศอื่น ๆ ที่มีประชากรมุสลิมจำนวนมาก
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - ประชากรของโลกเพิ่มพูนขึ้น ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น - ประชากรในวัยทำงานมีจำนวนมากขึ้นและมีวันหยุดพักผ่อนประจำปี โดยได้รับค่าตอบแทนเพิ่มมากขึ้น จึงมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น - ประชากรวัยหนุ่มสาวและวัยทำงานแต่งงานช้าลง ทำให้มีเวลาท่องเที่ยวมากขึ้นเนื่องจาก 	<ul style="list-style-type: none"> - สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม และมีมลพิษทั้งทางอากาศ ทางน้ำ และเสียง - การจราจรแออัด - การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวจากการขายสินค้าและบริการ - การหลอกลวงเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ในหลายกรณีมีผู้มีอิทธิพลหรือผู้มียศมีตำแหน่งหน้าที่ในทางราชการ ทั้งที่ยังดำรง

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - ไม่ต้องรับภาระครอบครัว - ปริมาณนักท่องเที่ยวโลกและที่จะเดินทางมาทางเอเชียตะวันออกเฉียงยังมีแนวโน้มเติบโตสูง - ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นตลาดการท่องเที่ยวฟื้นตัวกลับสู่สภาพปกติ - ราคาค่าบริการต่าง ๆ เอื้อต่อการแข่งขัน - การเปิดบริการของสายการบินราคาต่ำโดยสารต่ำ และนโยบายการบินพาณิชย์ที่เริ่มเปิดกว้าง - ตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย ตะวันออกกลาง ยังมีปริมาณมากและรอการดำเนินการด้านการตลาดและการแก้ไขอุปสรรคข้อขัดข้องต่าง ๆ - ตลาดที่จะเกิดใหม่ (Emerging Markets) ในอนุภาครุ่มแม่น้ำโขง และการท่องเที่ยวผ่านทางแม่น้ำโขง - ขนาดของตลาดการท่องเที่ยวเยาวชนโลกเป็นโอกาสทางด้านการตลาด Youth Travel และ Student Travel โดยเฉพาะนักเรียนนักศึกษา มีการเดินทางท่องเที่ยวปีละไม่ต่ำกว่า 10 ล้านคน และมีเครือข่ายสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 5 พันเครือข่าย - เพิ่มพูนศักยภาพด้านการตลาด จากการใช้ประโยชน์การท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล - การสร้างและปรับปรุงถนนในประเทศเพื่อนบ้านจะเชื่อมโยงให้มีการเดินทางมาสู่ประเทศไทย หรือใช้ประเทศไทยเป็นเส้นทางผ่านเข้าออกมากขึ้น - การเข้าถึงข้อมูลสะดวกและรวดเร็ว จากความก้าวหน้าด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการพัฒนา Websites ของผู้จัดจำหน่าย (Suppliers) ที่ปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ 	<ul style="list-style-type: none"> - ตำแหน่งอยู่ และที่เกษียณราชการไปแล้ว อยู่เบื้องหลังสถานประกอบการ โดยมีตำแหน่งเป็นประธานหรือที่ปรึกษาของบริษัท หรือห้างร้านบางแห่ง ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ - อาชญากรรมที่ก่อกับนักท่องเที่ยว - การแข่งขันที่เข้มข้นของประเทศในภูมิภาคเดียวกัน - ภัยคุกคามจากการก่อตัวของก่อการร้าย โดยเฉพาะสถานการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ - วิกฤติการณ์โรคระบาดต่าง ๆ - การขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถด้านภาษา - นโยบายการตลาดของรัฐบาลที่มุ่งปริมาณมากกว่าคุณภาพ - การปรับราคาค่าน้ำมัน มีผลทำให้ต้นทุนภาคการผลิตเพิ่มสูงขึ้น และจะมีผลต่ออัตราค่าบริการที่จะสูงขึ้น

จากตารางที่ 2.4 รัฐบาลควรปรับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน แสวงประโยชน์จากโอกาสและลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นระยะและอย่างจริงจัง
 - การประเมินประสิทธิภาพของบุคลากรทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ
 - การประเมินยุทธศาสตร์ทางการตลาดและการปรับปรุงแก้ไขให้ทันสถานการณ์
 - การสนับสนุนงบประมาณเพื่องานวิจัยทางการตลาดและงานวิจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) อย่างสม่ำเสมอ

การแก้ไขจุดอ่อน

- ปรับยุทธศาสตร์ทางการพัฒนา และการตลาดสู่เป้าหมายกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีวันพักเฉลี่ยสูงและค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อวันสูง ให้ได้ผลในทางปฏิบัติ
 - ปรับกลยุทธ์การตลาดให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี โดยพยายามเพิ่มพูนจำนวนนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้นในเดือนพฤษภาคม และกันยายน ซึ่งเป็นเดือนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยที่สุดใน 4 ทศวรรษที่ผ่านมา
 - แก้ไขปัญหาทัวร์ราคาถูกจากตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะทัวร์ศูนย์เหรียญจากประเทศจีนให้ได้ผลอย่างจริงจังและเด็ดขาด และควรถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะประเทศไทยเป็น 1 ใน 8 ประเทศเท่านั้นที่ทางการจีนอนุญาตให้ชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวได้
 - ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มพูนจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมจากตะวันออกกลาง เอเชียใต้ มุสลิมในจีน รัสเซีย และในกลุ่มประเทศอาเซียน
 - กระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอย โดยเสนอการท่องเที่ยวทางเลือกอื่น ๆ (Alternate Tourism) เช่น Health Tourism, Soft-adventure Tour, Sports Activities, Eco-tourism, Agro-tourism การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การบริโภคอาหารไทยและการช้อปปิ้ง เป็นต้น

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- การเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channels) ให้สูงขึ้นและกว้างขวางมากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนา Websites และการเชื่อมโยง Websites ไปสู่เครือข่ายสากล เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง
 - ผ่อนปรนระเบียบพิธีการการเข้าเมืองและศุลกากรให้คลายความเข้มงวด และปรับทัศนคติของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้มีความสำคัญด้านการบริการ
 - สร้างเครือข่ายความร่วมมือ การดำเนินงานด้านการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ กับทุกองค์กรและชุมชนของไทยที่อยู่ในต่างประเทศอย่างจริงจัง และให้ได้ผลในทางปฏิบัติโดยเฉพาะโครงการ Team Thailand
 - สนับสนุนนโยบายการบินพาณิชย์ที่เปิดกว้างมากขึ้นและลดเงื่อนไขการเจรจาการบินพาณิชย์ในส่วนของประเทศไทยให้ลดน้อยลง ในขณะเดียวกันควรเพิ่มพูนประสิทธิภาพการแข่งขันให้กับสายการบินแห่งชาติให้สูงขึ้น

- แสวงหาช่องว่างด้านการตลาดที่เป็น Niche Markets และดำเนินงานด้านการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใน Niche Markets อย่างได้ผล พร้อม ๆ กับการพัฒนาสินค้า (Products) ที่จะเสนอต่อ Niche Markets ให้มีคุณภาพ

- ปรับยุทธศาสตร์การพัฒนาและการตลาดในส่วนที่เกี่ยวกับ Cross - Border Tourism ทั้งในด้านระเบียบพิธีการในการเข้าเมือง ศุลกากร โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และการให้ความช่วยเหลือสนับสนุนประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา ในการปรับปรุงโครงข่ายเชื่อมโยงทางถนน รถไฟ และทางน้ำในแม่น้ำโขง และระบบโทรคมนาคม

- ใช้ประโยชน์จากศักยภาพทางทะเลให้มากขึ้น โดยเฉพาะฝั่งทะเลไทย ทั้งทางด้านอ่าวไทยและด้านทะเลอันดามัน ซึ่งมีความยาวกว่า 2,600 กิโลเมตร ซึ่งควรกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวด้าน Cruise Tourism, Fly-Cruise Tourism, Yachting, Sailing, Aquatic Sports, Marina, Skin - Scuba Diving, Sports + Angling ให้ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

- ปรับยุทธศาสตร์การตลาดด้านการท่องเที่ยวเยาวชน และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ สำหรับนักท่องเที่ยวเยาวชน (Youth Travel) และการท่องเที่ยวของนักเรียนนักศึกษา (Student Travel)

- ปรับยุทธศาสตร์การตลาดด้านการท่องเที่ยวของคนพิการ (Disabled) และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่พิการ

- สนับสนุนให้สถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพรับนักศึกษาจากต่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานด้าน Export Education เชิญชวนนักศึกษาจากประเทศในอนุภาครุ่มแม่น้ำโขงให้เข้ามาศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ และ IT ในประเทศไทย

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

รัฐต้องปรับนโยบายโดยมุ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่คุณภาพและมีความยั่งยืน โดยเฉพาะการบำรุงรักษาต้นทุนทางสังคม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตของประชาชน แทนนโยบายที่มุ่งสู่เป้าหมายทางเศรษฐกิจเป็นประการสำคัญ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพและสร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- สนับสนุนงบประมาณให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ อย่างต่อเนื่อง

- ลดปัญหาการจราจรแออัดในเมืองหลักทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร และวางมาตรการป้องกันและรักษาความปลอดภัยบนท้องถนน และทางหลวง

- กำจัดการเอารัดเอาเปรียบ ฉ้อโกง และหลอกลวงนักท่องเที่ยว โดยใช้ตัวบทกฎหมายที่มีอยู่ใช้บังคับอย่างเข้มงวดจริงจัง เช่น พรบ. คู่ครองผู้บริโภค และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และวางมาตรการป้องกันมิให้มีการก่ออาชญากรรมต่อนักท่องเที่ยว

- กระตุ้นการดำเนินงานของคณะทำงานบริหารวิกฤติของอาเซียนและของประเทศไทย (Crisis Management Working Group) ซึ่งมี ททท. เป็นเจ้าของเรื่อง เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤติเกี่ยวกับการก่อการร้ายที่ภาคใต้และปัญหาเกี่ยวกับโรคระบาดต่าง ๆ ที่กระทบการท่องเที่ยว
- ปรับวิกฤติให้เป็นโอกาส กรณีความไม่สงบภาคใต้ 3 จังหวัด โดยกระตุ้นการส่งเสริมการขาย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ากรุงเทพฯ และภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ประโยชน์จาก Low – cost Airlines (Air Asia) ที่มีบริการจากกัวลาลัมเปอร์และโกตาकिनะbaru เข้ากรุงเทพฯ
- กำหนดนโยบายให้สถาบันการศึกษาทุกระดับปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนด้านภาษาต่างประเทศให้สามารถใช้งานได้ดี

1.2) “ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนจรภายในประเทศ คือนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 2.5 แสดง SWOT ของ “ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนจรภายในประเทศ คือนักท่องเที่ยวชาวไทย

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - มีปริมาณการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นสม่ำเสมอ - เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลอดทั้งปี โดยไม่มีฤดูกาล - เป็นนักท่องเที่ยวที่ช่วยกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นทุกระดับชั้น อันเนื่องมาจากการใช้สอยเรื่องการค้าของกิน ของใช้ และของฝาก และการบริโภคอาหาร - ประชากรไทยในวัยทำงานเพิ่มมากขึ้นทำให้มีรายได้และสามารถใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว - เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้ที่พักประเภทต่าง ๆ เป็นที่พักแรม แทนการพักที่บ้านเพื่อนหรือบ้านญาติ และเริ่มมีปริมาณที่ยอมจ่ายค่าบริการในการจัดบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวเพิ่มมากขึ้น - ไม่มีปัญหาเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และภาษาถิ่น ในทุกพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณนักท่องเที่ยวภายในประเทศส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดราชการอื่นๆ - วันพักเฉลี่ยยังต่ำ เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยววันหยุดสุดสัปดาห์ - เป็นนักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างฉาบฉวยไม่สนใจในความลึกซึ้งของข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและระบบนิเวศ - เป็นนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่ยังท่องเที่ยวไม่ถูกวิธี เช่น ทำลายสิ่งแวดล้อม ทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูล ส่งเสียงดังรบกวนความสงบของธรรมชาติและบุคคลอื่น - ไม่ตรงต่อเวลา ในกรณีการท่องเที่ยวในรายการท่องเที่ยวแบบเป็นหมู่คณะ

ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - ประชากรมีรายได้และมีกำลังซื้อสูงขึ้น นำไปสู่การซื้อรายการท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันการเดินทางโดยพาหนะส่วนตัวมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น (คาดการณ์จากจำนวนพาหนะทางบกทุกประเภทที่มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นมากในแต่ละเดือน) - นโยบายรัฐบาลที่สนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและงบประมาณสนับสนุนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพิ่มพูนมากขึ้น - ยุทธศาสตร์การพัฒนาของกลุ่มจังหวัดต่างๆ เพื่อการท่องเที่ยวจะนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และวงจรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ - ความคิดสร้างสรรค์ในการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น โครงการ Unseen Thailand และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านสื่อทุกประเภท รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีส่วนกระตุ้นให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น - จังหวัด อำเภอ ตำบล ต่างๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว และได้ริเริ่มโครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อแนะนำทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนอย่างกว้างขวางมากขึ้นเท่ากับเป็นพลังเสริมในการชักชวนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - การขาดระบบการสื่อความหมายและการสื่อความเข้าใจที่ดีในแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณคดี ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันไปสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่า ซึ่งมีผลกระทบต่อความรู้ความเข้าใจในรากเหง้าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชาวไทยเอง - การไม่ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติทำให้ประชาชนในท้องถิ่นตั้งข้อรังเกียจ เช่น การลองแพดิสโกในแม่น้ำแคว หรือการทิ้งขยะไม่เลือกที่ทำให้เกิดทัศนอุจาดในแหล่งท่องเที่ยว - ภาวะณรงค์ค่าโดยสารราคาถูกของสายการบินต่างประเทศเมื่อเปรียบเทียบกับค่าโดยสารเครื่องบินภายในประเทศ รวมทั้งรายการท่องเที่ยวเหมาจ่ายราคาถูกที่หลายประเทศดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน มีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น - อุบัติภัยบนทางหลวงอันเกิดจากความประมาทของผู้ขับขี่รถยนต์ทำให้มีการสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - ประชากรมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวโดยตนเองมากขึ้น ทำให้บริษัทจัดรายการนำเที่ยวต้องปรับยุทธวิธีการทำงานด้านการตลาดและการโฆษณา เพื่อให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว จึงเป็นการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวผ่านบริการของบริษัทนำเที่ยว - ธุรกิจการบินราคาต่ำ (Low - cost Airlines) จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรายได้ปานกลางไปหาต่ำเดินทางทางอากาศมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - การปรับราคาค่าน้ำมันเชื้อเพลิงมีผลกระทบต่อต้นทุนบริการและเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว - การก่อการร้ายในบางภูมิภาค เช่น 3 จังหวัดภาคใต้ มีผลทำให้นักท่องเที่ยวชลอการเดินทางไปท่องเที่ยวยังพื้นที่ที่มีปัญหา - จำนวนที่นั่งในรถไฟ และรถปรับอากาศไม่เพียงพอในฤดูกาลท่องเที่ยว และวันหยุดราชการต่อเนื่อง เช่น กรณีวันสงกรานต์ - มีความแออัดของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมบางพื้นที่บางฤดูกาล จนเกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่

จากตารางที่ 2.5 รัฐบาลควรปรับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนา เสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน แสวงหาประโยชน์จากโอกาส และลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- ดำเนินการรณรงค์เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
- ประสานการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวภายในประเทศให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ระหว่างหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ สายการบินในประเทศ บริษัทนำเที่ยว บริษัทขนส่งอื่น ๆ และสื่อสารมวลชน
- สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้ามาเสริมฤดูกาลหรือในเดือนที่มีจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวต่ำ
- ปรับปรุงมาตรฐานของสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว และสนับสนุนการจัดตั้งหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP
- สนับสนุนให้หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรเอกชน โรงงานอุตสาหกรรม จัดการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นสวัสดิการ ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ

การแก้ไขจุดอ่อน

- ส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ สถาบันการศึกษา องค์กรเอกชน จัดกิจกรรมนอกพื้นที่ ในระหว่างวันที่ไม่ได้เป็นวันหยุดสุดสัปดาห์
- ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดประชุม สัมมนา นิทรรศการ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การท่องเที่ยวเพื่อสวัสดิการ นอกพื้นที่ในระหว่างกลางสัปดาห์

- ผู้ประกอบการนำเที่ยวเสนอรายการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดของผู้ว่าราชการจังหวัด CEO
- สนับสนุนการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการนำเที่ยวเพื่อร่วมมือกันส่งเสริมการขายและการโฆษณา รายการนำเที่ยว และดำเนินการด้าน Revenue Sharing เพื่อเป็นการลดต้นทุนและช่วยทำให้อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ได้ใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพ เช่น พาหนะเดินทาง ซึ่งเท่ากับเป็นการแก้ไขปัญหาการลดต้นทุนค่าน้ำมันเชื้อเพลิงได้ในระดับหนึ่ง
- ให้ความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานส่งเสริมการขาย การโฆษณา และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและบริการ ให้องค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น คู่มือแนะนำ หรือการช่วยฝึกอบรมให้
- เสนอทางเลือกด้านการท่องเที่ยวและทัศนศึกษาให้นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ในการเรียนรู้และแสวงหาประสบการณ์เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาในสาขาที่สนใจ โดยกำหนดเป็นนโยบายให้สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ดำเนินการ
- พัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับจุดหมายปลายทางที่มีบริการของสายการบินราคาต่ำ (Low – cost Airlines)
การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม
- ให้สถาบันการศึกษาในพื้นที่สร้างความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรม (Cultural Competence) ให้กับมัคคุเทศก์ท้องถิ่นและประชาชนในพื้นที่ให้มากขึ้นผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งการอบรม
- ผู้ประกอบการต้องวางกฎเกณฑ์ในการท่องเที่ยวให้กับลูกค้า โดยมีความสำคัญต่อการดูแลรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม และผลกระทบทั้งทางด้านเสียง และมลพิษอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยว
- พิจารณาความเหมาะสม การเลื่อนวันหยุดราชการกลางสัปดาห์ให้มาชดเชยในวันศุกร์หรือวันจันทร์ เพื่อเพิ่มวันพักผ่อนและเป็นการกระตุ้นให้มีการท่องเที่ยวในวันหยุดยาวมากขึ้น
- พัฒนาและปรับปรุงระบบสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจในประวัติความเป็นมาและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายอธิบายสถานที่หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์
- กำหนดหลักเกณฑ์การทดสอบความรู้ของมัคคุเทศก์ และการเพิ่มพูนความรู้ใหม่ให้ทุก ๆ 3 ปี เพื่อให้มัคคุเทศก์นำไปถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง เนื่องจากมัคคุเทศก์มีบทบาทสำคัญที่จะให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เพราะฉะนั้น มัคคุเทศก์ต้องมีความสามารถสูงในการถ่ายทอดโดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ (Cultural Competence หรือ CC)
- ให้มีนโยบายสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาปลูกฝังความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมในทุกระดับการศึกษา และส่งเสริมสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาจัดกิจกรรมทัศนศึกษา โดยคำนึงถึงความปลอดภัย การเรียนรู้จากการทัศนศึกษา และการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี

- สนับสนุนการลงทุนเพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสำหรับ Student Travel และ/หรือ Youth Travel

การแสวงประโยชน์การโอกาส

- เนื่องจากปริมาณผู้ขับขี่รถยนต์เพื่อการท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้น จึงควรเร่งผลิตคู่มือการเดินทางท่องเที่ยวทางถนน แผนที่เส้นทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในเส้นทางต่าง ๆ และข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นำไปเผยแพร่ตามสถานที่บริการต่าง ๆ อาทิ สถานีบริการน้ำมัน ศูนย์ข่าวสารการท่องเที่ยวประจำถิ่น หรือตามร้านค้าที่มีเครือข่ายในจังหวัดต่าง ๆ และควรติดตั้งป้ายชี้ทาง ป้ายบอกระยะทางให้มากขึ้น

- ผู้ประกอบการนำเที่ยวร่วมมือกับ Low – cost Airlines จัดรายการนำเที่ยวภายในประเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อแข่งขันกับรายการนำเที่ยวไปต่างประเทศ

- กระจายกิจกรรมการท่องเที่ยวสำคัญๆ ออกจากเมืองหลักทางการท่องเที่ยว เพื่อลดความแออัดยัดเยียด และช่วยกระจายประโยชน์ไปสู่พื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

- ปฏิรูปการบริหารรถไฟไทยให้ทันสมัย เพื่อเสริมศักยภาพการเดินทางท่องเที่ยวโดยทางรถไฟ

- ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแสดงบทบาทสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาความไม่สงบในภาคใต้ 3 จังหวัด ของภาคราชการต่าง ๆ เพื่อสร้างกระแสความร่วมมือและเป็นการแสดงความเอื้ออาทรต่อประชาชนในพื้นที่ที่มีปัญหา บทบาทดังกล่าวนี้ จะช่วยให้เกิดการไปมาหาสู่ในพื้นที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ

1.3) แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.6 แสดง SWOT ของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - ความหลากหลายของทรัพยากร ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกประเภท - สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี (ในกรณีที่มีอุปสรรคทางธรรมชาติในบางพื้นที่ เช่น กรณีฝนตกชุก คลื่นลมแรง นักท่องเที่ยวสามารถเลือกพื้นที่อื่นที่มีลักษณะเดียวกันได้โดยไม่มีปัญหา) 	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งท่องเที่ยวชั้นนำหลายแห่งเริ่มตกอยู่ในสภาพเสื่อมโทรม - ความแออัดของการจราจรในกรุงเทพมหานคร และเมืองหลักทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ - มลพิษทางด้านอากาศ ได้แก่ เขม่า ฝุ่นละออง และไอเสีย มลพิษด้านเสียง และคุณภาพของน้ำทะเล น้ำในแม่น้ำลำคลอง เริ่มมีปัญหา ปัญหาขยะ และสิ่งปฏิกูลใน

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - มีความมั่นคงทางการเมืองและมีความปลอดภัยค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับบางประเทศ - ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นมิตร - มีการรณรงค์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ อยู่เสมอ เช่น โครงการ Unseen Thailand และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่พื้นที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ พัฒนาขึ้นมา - ความตระหนักในสำคัญของสิ่งแวดล้อมสูงขึ้น ซึ่งนำไปสู่กระบวนการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน - มีการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ เพื่อมุ่งสู่ตลาดคุณภาพ เช่น กิจกรรมกีฬาทั้งทางผิวน้ำและใต้น้ำ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ฯลฯ - ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการภายใต้การนำของผู้ว่าราชการจังหวัด CEO เป็นที่คาดหวังว่าจะช่วยทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและส่งเสริม อย่างเป็นระบบและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โดยเฉพาะการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน - งบประมาณเพื่อการอนุรักษ์ พัฒนา และเพื่อการตลาดเพิ่มพูนมากขึ้น - มียุทธศาสตร์เชื่อมโยงการคมนาคมขนส่ง ทั้งทางถนน ทางรถไฟ ทางแม่น้ำ (แม่น้ำโขง) และทางอากาศกับประเทศเพื่อนบ้าน - ยังมีความได้เปรียบทางด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งท่องเที่ยว - ป้ายชี้ทาง ป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกระยะทาง ยังขาดความสมบูรณ์ - ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวยังต้องพัฒนา รวมทั้งช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channels) - การเปิดตัวของแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของประเทศในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมาร์ - ประเทศจีนเริ่มต้นพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว และเริ่มสร้างโครงข่ายการเดินทางท่องเที่ยว และเริ่มสร้างโครงข่ายการเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศจีน - การพัฒนาเส้นทางบินเข้าถึงเมืองใหญ่ ๆ ในภูมิภาค โดยไม่แวะลงที่กรุงเทพฯ - ภาพลักษณ์ในทางลบด้านสิ่งแวดล้อม แรงงานเด็ก โสเภณี โรคเอดส์ ภัยจากอาชญากรรม และความรุนแรง - ความไม่สงบและความรุนแรงจากการก่อความไม่สงบในบางพื้นที่ เช่น กรณีจังหวัดชายแดนภาคใต้ - ยังไม่มีมาตรการควบคุมและจัดระเบียบการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

จากตารางที่ 2.6 รัฐบาลควรปรับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน แสวงประโยชน์จากโอกาส และลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- สร้างเครือข่ายและความร่วมมือด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างภาครัฐและเอกชน อย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศในทุกรูปแบบ ทั้งโดยงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลและจากการระดมทุนจากผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- ให้คณะทำงานบริหารวิกฤติ (Crisis Management Working Group) ดำเนินการแก้ไขปัญหาความหวาดระแวงเกี่ยวกับปัญหาความไม่ปลอดภัยจากการก่อการร้ายและปัญหาโรคระบาดในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการและมีความต่อเนื่อง
- ขยายผลการสร้างความรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนาใหม่ ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถไฟฟ้า รถใต้ดิน ท่าอากาศยานแห่งใหม่ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด กิจกรรมและสิ่งน่าสนใจอื่น ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น (Man Made Attractions)
- สร้างความรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวว่า ประเทศไทยสามารถมาท่องเที่ยวได้ทุก ๆ ฤดูกาลและตลอดทั้งปี และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวในระดับสูง

การแก้ไขจุดอ่อน

- ใช้อุทศาสตร์ผู้ว่าราชการจังหวัด CEO เพื่อแก้ไขปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมในทุกพื้นที่ รวมทั้งปัญหาด้านมลพิษที่กระทบต่อสภาพแวดล้อม
- วางกลยุทธ์กระจายการท่องเที่ยวออกจากพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหนาแน่นและแออัดจนเกินขีดความสามารถในการรองรับ
- พัฒนาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอยู่เสมอและสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้โดยง่าย โดยเฉพาะการค้นหาข้อมูลผ่านทาง Internet หรือ Websites ต่าง ๆ

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- กระตุ้นกระบวนการพัฒนาและบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวมีคุณภาพและอยู่ในสภาพสมบูรณ์อยู่เสมอ
- สร้างกลไกการบริหารเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการภายใต้การนำของผู้ว่าราชการจังหวัด CEO เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการดูแลให้อยู่ในสภาพที่มีคุณภาพอยู่เสมอ
- ใช้ความได้เปรียบจากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาค และเป็นศูนย์กลางการผ่านเข้า-ออก ของภูมิภาค ทั้งที่เป็นศูนย์กลางระดับทวีป (Inter – continental Centre) ศูนย์กลางระดับภูมิภาค (Inter – regional Centre) และศูนย์กลางระดับอนุภูมิภาค (Inter – sub Regional Centre)
- เพิ่มพูนและพัฒนาความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองได้ทั้ง Mass Market และ Niche Market
- ปรับกระบวนการการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับสากล (World Class Tourist Destination) ตามนโยบายที่กำหนดไว้ให้สำเร็จ

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

- สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศกับประเทศคู่สัญญา ทั้งสัญญาในระดับทวิภาคีและระดับพหุภาคี เพื่อให้ประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งจากประเทศคู่สัญญาและจากประเทศที่สามที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ความร่วมมือ
 - กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานให้ประเทศไทยเป็นประตูผ่านเข้า-ออกไปสู่ประเทศจีน และประเทศในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง ทั้งทางอากาศ ทางถนน ทางรถไฟ และทางแม่น้ำ (แม่น้ำโขง) ให้ได้ผลในทางปฏิบัติ โดยลดเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้คลายความเข้มงวด เช่น นโยบายการบินพาณิชย์ พิธีการในการเข้าเมือง เป็นต้น
 - จัดปัญหาทั้งสั้นที่สร้างภาพในทางลบให้กับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย หรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบางแห่ง ให้ลดน้อยลงและให้หมดสิ้นไปในที่สุด
 - ใช้วิกฤติให้เป็นโอกาสในกรณีความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยเสนอภาพลักษณ์ในทางบวก แสดงให้เห็นถึงอัธยาศัยไมตรี ความรักความสงบ ความมั่นคงในศาสนาและสถาบันพระมหากษัตริย์ ตลอดจนความสวยงามของธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตชาวพุทธและชาวมุสลิม ที่อยู่ร่วมกันอย่างสมัครสมานสามัคคีและมีสันติภาพ
- 1.4) โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.7 แสดง SWOT ของโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก โดยทั่วไปมีความสมบูรณ์และมีมาตรฐาน - การเข้าถึงประเทศไทย สะดวกทั้งทางอากาศ ทางถนน ทางรถไฟ และทางทะเล โดยเฉพาะทางอากาศมีสายการบินทั้งที่มีกำหนดการประจำและสายการบินเช่าเหมาจำนวนมากที่เปิดบริการมาสู่ประเทศไทย รวมทั้งความถี่ของเที่ยวบินที่มีให้เลือกมาก สำหรับการเดินทางเข้าและเดินทางออก - ระบบสาธารณูปโภค มีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเมืองหลักทางการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ยังมีปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบถนนที่จะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ระบบประปา ไฟฟ้า การกำจัดของเสียและน้ำเสีย ปัญหาการเก็บและกำจัดขยะ ขยะ ขี้ทาง ขยะบอกระยะทาง ขยะสื่อ ความหมาย และอริยาบทแหล่งท่องเที่ยว - ระบบการจราจร และความเข้มงวดในการขับขี่ยานบนถนนและทางหลวง หย่อนประสิทธิภาพทำให้สถิติอุบัติเหตุและการบาดเจ็บล้มตายสูง

ตารางที่ 2.7 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว มีทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ มีความหลากหลาย มีบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน และมีราคาที่เหมาะสมต่อการแข่งขัน - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตระหนักในความสำคัญของการท่องเที่ยวและให้ความสำคัญร่วมมือประสานงานมากขึ้นและดีขึ้น - ระบบการคมนาคม การสื่อสาร และการขนส่งสะดวกและมีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว - รัฐบาลมีนโยบายและงบประมาณสนับสนุนการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การสร้างท่าอากาศยานทันสมัยแห่งใหม่ และการสร้างโครงข่ายถนนเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และการให้ความช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้านในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างกัน - นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนามีบูรณาการ คาดว่าจะทำให้เกิดความร่วมมือและประสานงานกันเป็นอย่างดี โดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนาและทำนุบำรุงโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้อยู่ในสภาพดีสามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในอนาคต - บริษัทข้ามชาติที่เข้ามาบริหารกิจการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ เช่น โรงแรม และสถานประกอบการอื่นๆ ได้ช่วยยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของการบริการและสามารถนำลูกค้าในเครือข่ายเข้ามาใช้บริการได้มาก 	<ul style="list-style-type: none"> - การก่อสร้างท่าอากาศยานนานาชาติแห่งใหม่มีความล่าช้า ขาดท่าเทียบเรือเดินสมุทร เพื่อการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน รวมทั้ง Terminal ที่จะอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสาร มาตรฐานการบริการผู้โดยสารทางรถไฟยังอยู่ในระดับต่ำ ทั้งคุณภาพและมาตรฐานของรถไฟ ความรวดเร็วและระบบการจองที่ยังมีปัญหา - พาหนะนำเที่ยว โดยเฉพาะทางทะเลไม่มีมาตรฐาน และไม่มีการควบคุมด้านความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เช่น อุปกรณ์ช่วยชีวิตที่ใช้ทำงานได้ดี หรือการควบคุมปริมาณผู้โดยสารไม่ให้เกิดการบรรทุกเกินอัตรา - มาตรการด้านความปลอดภัย ในที่พักที่อยู่ในอาคารที่มีความสูง เช่น อัคริภัย และภัยจากแผ่นดินไหว ยังไม่มีกระบวนการป้องกันและการระงับเหตุที่เห็นเป็นรูปธรรม - ท่าอากาศยานนานาชาติที่กรุงเทพฯ เริ่มอึดอัดเนื่องจากมีเที่ยวบินเข้ามาใช้บริการมากขึ้น และมีผู้โดยสาร ทั้งผู้โดยสารผ่าน ผู้โดยสารเปลี่ยนเครื่องบิน และผู้โดยสารแวะพักมากขึ้น - ที่นั่งผู้โดยสารเครื่องบินและรถไฟ ในฤดูกาลท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ - แหล่งท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่งมีปัญหา การควบคุมมลพิษ เนื่องจากขาดงบประมาณดำเนินการเกี่ยวกับการบำบัดน้ำเสีย สารเคมี การเก็บ ขนส่งขยะ และกำจัดขยะ - มีปัญหาเรื่องแหล่งน้ำดิบที่จะใช้เพื่อการอุปโภคและบริโภคในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ บางแห่งขาดแคลนโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ - ท่าเทียบเรือในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และเกาะ หลายแห่งไม่มีมาตรฐาน

ตารางที่ 2.7 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - นโยบายรัฐบาลที่สนับสนุนการท่องเที่ยวทำให้การพัฒนาด้านโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะด้านการขนส่งเติบโตขึ้น เช่น นโยบายที่เปิดกว้างมากขึ้นในเรื่องการบินพาณิชย์ ทำให้เกิด Low Cost Airline และช่วยสนับสนุนธุรกิจการบินของเอกชนที่เชื่อมโยงไปสู่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน - การแก้ไขปัญหาการจราจร ในกรุงเทพมหานคร ได้รับความสนใจมากขึ้นและมีแผนการดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การขยายเส้นทางรถไฟฟ้าลอยฟ้า การเปิดบริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งจะมีการขยายเส้นทางต่อไปในอนาคต การเพิ่มและต่อเติมทางด่วนพิเศษ การขยายผิวจราจร และการแก้ไขปัญหาทางร่วมทางแยก จะช่วยทำให้ปัญหาการจราจรติดขัดบ้นเทาลง - มีแรงสนับสนุนและเงินทุนสนับสนุนผู้ประกอบการในระดับ SME เพื่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการขนาดเล็ก และขนาดกลางมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสมบูรณ์ในเมืองหลักทางการท่องเที่ยว แต่เมืองท่องเที่ยวอื่นๆ ยังขาดความพร้อม เช่น ระบบ ถนน ประปา ไฟฟ้า การบำบัดน้ำเสีย ระบบการสื่อสาร คมนาคม สถานที่พัก และอื่นๆ - การเปิดเสรีด้านการค้าและบริการในกรอบของ WTO, APEC, ASEAN จะมีผลกระทบต่อให้บริการทางการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศ - สายการบินของชาติ สายการบินเอกชน และสายการบินราคาต่ำ (Low – cost Airlines) เลือกบริการเฉพาะ Trunk Route ทำให้จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับรองๆ ไม่ได้มีโอกาสที่จะพัฒนา

จากตารางที่ 2.7 รัฐบาลควรปรับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน แสวงหาประโยชน์จากโอกาสและลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- ขยายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสู่พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับรอง ๆ

- โครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พักประเภทต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่มากกว่า 6,200 โรงแรม จำนวนห้องพักมากกว่า 335,420 ห้อง ควรจัดให้มีส่วนบริการห้องพักที่สามารถรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศในอัตราที่มีความเหมาะสมได้ด้วย

- พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยเรือเดินสมุทรด้วยการพัฒนาท่าเทียบเรือเดินสมุทรที่ได้มาตรฐานทั้งทางด้านอ่าวไทยและทะเลอันดามัน เช่น ที่จังหวัดตราด พัทยา หัวหิน ชุมพร เกาะสมุย นครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง กระบี่ พังงา และภูเก็ต

- ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการโดยผู้ว่าราชการจังหวัด CEO ควรจัดวางโครงข่ายการท่องเที่ยวเข้าไปเสริมแหล่งท่องเที่ยวระดับรอง ๆ เพื่อเป็นการกระจายโอกาสสู่พื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ และสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเข้าสู่พื้นที่ในโครงข่ายนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาที่พักแบบราคาประหยัด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้น้อย

- เสริมศักยภาพของท่าอากาศยานนานาชาติในภูมิภาค โดยให้มีความพร้อมในเรื่องอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ การซ่อมบำรุง และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่สมบูรณ์ ที่จะพัฒนาให้เป็นที่อากาศยานนานาชาติได้อย่างแท้จริง

การแก้ไขจุดอ่อน

- องค์การภาครัฐในพื้นที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีการประเมินและติดตามสภาพปัญหา อุปสรรค และความเสื่อมโทรมในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อจัดสรรงบประมาณมาบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ

- ให้ความสำคัญด้านการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดูแลรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น เช่น การบำบัดน้ำเสีย การกำจัดสิ่งปฏิกูล การเก็บและกำจัดขยะ การควบคุมดูแลมลพิษทางอากาศ และเสียง

- ใช้มาตรการทางกฎหมายให้มีความเข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะการรักษาและควบคุมความปลอดภัยบนท้องถนนและการท่องเที่ยวทางน้ำ ซึ่งมีองค์กรที่เป็นเจ้าของเรื่องดูแลอยู่แล้ว แต่มีความหย่อนยานในทางปฏิบัติ

- เร่งรัดการก่อสร้างโครงข่ายการเชื่อมโยงด้านการคมนาคมขนส่งระหว่างท่าอากาศยานกรุงเทพฯ แห่งใหม่ และเมืองหลักโดยรอบ ให้สามารถใช้งานได้พร้อมกัน

- ให้มีความพร้อมเรื่องเครื่องมือ อุปกรณ์เครื่องใช้ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุในพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีอาคารที่พักเป็นตึกกระฟ้า เช่น กรณไฟไหม้ หรือแผ่นดินไหว

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- การพัฒนาโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโดยเฉพาะในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และ Micro Enterprises ทางการท่องเที่ยว ในระยะที่ผ่านมามีปัญหาการขาดการพัฒนาผู้ประกอบการ ขาดโครงสร้างพื้นฐานที่ยั่งยืนภายในพื้นที่ขาดเทคโนโลยีและทักษะทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และข้อมูลการวิจัยต่าง ๆ ที่มีอยู่ไม่เกี่ยวข้องกับการวางแผนของธุรกิจ SME และ Micro Enterprises จนถึงปัจจุบันได้มีสถาบันจำนวนมากที่เข้ามาสนับสนุนและให้ความรู้รวมทั้งข้อชี้แนะเกี่ยวกับแหล่งทุน แผนวิสาหกิจและการดำเนินงานด้านการตลาด ผู้ประกอบการจึงมีโอกาสแสวงประโยชน์จากแหล่งความช่วยเหลือดังกล่าวได้

- ควรขยายโครงข่ายการเดินทางโดยรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดินให้กว้างขวางมากขึ้น และเชื่อมโยงไปถึงชานเมือง เพื่อช่วยลดปัญหาการจราจร และช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งกำลังทวีราคาสูงขึ้น

- สนับสนุนให้สายการบินราคาต่ำ (Low – cost Airlines) เปิดเส้นทางบินไปสู่เมืองอื่น ๆ นอกเหนือจากเมืองหลักทางการท่องเที่ยว ทั้งสายการบินที่มาจากต่างประเทศ และสายการบินที่ทำการบินภายในประเทศ

- ใช้ประโยชน์จากปริมาณที่พักที่มีอยู่เป็นจำนวนมากนำมาส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวในราคาพิเศษในเดือนที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาน้อย

- ใช้ความรู้ที่ได้จากระดับ Management ที่มาจากต่างประเทศในการบริหารอุตสาหกรรมโรงแรมและธุรกิจบริการสาขาอื่นผนวกกับลักษณะการบริหารที่มีคุณภาพตามแบบอย่างของไทย เพื่อสร้าง Brand ใหม่ ด้านธุรกิจบริการให้กับประเทศไทยจนกลายเป็น Brand Thailand ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

- การแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกได้ระบุไว้บางส่วนแล้วในหัวข้อการเสริมจุดแข็ง การแก้ไขจุดอ่อน และการแสวงประโยชน์จากโอกาส

- กระจายกิจกรรมการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ออกจากเมืองหลักทางการท่องเที่ยว เพื่อลดปัญหาความแออัด และปัญหาที่ฝังโดยสารไม่เพียงพอในเส้นทางหลัก โดยเฉพาะในฤดูกาลท่องเที่ยว

- กำหนดนโยบายกระจายการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไปสู่พื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการลงทุนด้านโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโดยภาคเอกชน อันจะเป็นการช่วยลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองหลักทางการท่องเที่ยว ผลจากการนี้ จะช่วยทำให้เกิดสินค้าใหม่ ๆ (New Products) ทางการท่องเที่ยวจากการลงทุนพัฒนาของภาคเอกชน

- เตรียมความพร้อมในเรื่องการเปิดเสรีการค้าและบริการในกรอบของ WTO, APEC, ASEAN โดยแต่งตั้งกลุ่มทำงานภาครัฐร่วมเอกชนเพื่อพิจารณาเงื่อนไขต่าง ๆ ให้รัดกุม และเตรียมความพร้อมของสถาบันและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกัน ควรกำหนดให้มีการชะลอเงื่อนไขบางประการที่ประเทศไทยยังไม่พร้อม เช่น อาชีพมัคคุเทศก์ ระเบียบและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและจะต้องแก้ไข เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมี Global Agenda อื่น ๆ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมทั้งบนดิน ใต้ดิน ในน้ำ และในชั้นบรรยากาศ ซึ่งล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องและกระทบต่อเรื่องการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ซึ่งยังไม่ได้มีการกำหนดหน้าที่หรือแบ่งหน้าที่กันทำให้ชัดเจน

1.6) องค์กรภาครัฐ

ตารางที่ 2.8 แสดง SWOT ขององค์กรภาครัฐ

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - มีอำนาจในการบริหารตามตัวบทกฎหมายที่แต่ ละองค์กรได้รับมอบหมายให้รักษาการ จึงมี อำนาจในการควบคุมและจัดระเบียบเกี่ยวกับ ธุรกิจการท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง - เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการ ท่องเที่ยว (Political Will) องค์กรรัฐจึงอำนวยความสะดวกช่วยเหลือและให้ความร่วมมือ ประสานงานกับภาคเอกชนดีขึ้น และมากขึ้น - เป็นฝ่ายสนับสนุนการตั้งงบประมาณเพื่อการ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ การท่องเที่ยวของเอกชน - มีพันธมิตรช่วยเหลือสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นองค์กรนานาชาติ เช่น WTO, PATA, UN, APEC, ESCAP, OECF, ADB ฯลฯ และ ประเทศคู่สัญญาความตกลงร่วมมือด้านการ ท่องเที่ยว ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี - มียุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง บูรณาการ โดยใช้องค์กรภาครัฐผ่านผู้ว่าราชการ จังหวัด CEO เพื่อบริหารความสำเร็จ - มีสายการบังคับบัญชา ซึ่งมีผลทำให้เกิดการ ปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบาย 	<ul style="list-style-type: none"> - ยังคงมีความซ้ำซ้อนเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ องค์กรภาครัฐ เนื่องจากมีองค์กรภาครัฐจำนวน มากที่กฎหมายให้อำนาจในการบริการเกี่ยวกับ การท่องเที่ยว - ประสิทธิภาพในการรักษาการให้เป็นไปตามตัว บทกฎหมาย มีความบกพร่องและไม่ได้มีการ ควบคุมบังคับใช้ให้เป็นไปตามกฎหมาย จึงเกิด การละเมิดขึ้นในหลายกรณี และในหลายพื้นที่ที่ เป็นแหล่งท่องเที่ยว - ยังคงมีข้อขัดข้องและความไม่คล่องตัวในความ ร่วมมือและประสานงานระหว่างองค์กรภาครัฐ ด้วยกันเอง และระหว่างองค์กรภาครัฐกับ เอกชน ทำให้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ยังไม่ได้รับการแก้ไขให้สำเร็จลุล่วงไป - ยังมีลักษณะต่างคนต่างทำ ซึ่งในบางครั้งมีการ ประกาศนโยบายและการออกระเบียบกฎเกณฑ์ ต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ เอกชนหรือเอกชนปรับตัวไม่ทัน - ไม่มีองค์กรกลางของรัฐที่จะช่วยประสานความ ชัดแย้ง ในกรณีที่แตกต่างกันก็มีอำนาจตาม กฎหมายและมีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน ที่แตกต่างกัน - บุคลากรขององค์กรภาครัฐอื่นๆ ที่ไม่ได้ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ขาดความรู้ ความสำเร็จเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - ขาดกระบวนการมีส่วนร่วมในการ ดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด โดยเฉพาะการมี ส่วนร่วมของเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น จึงขาดมิติทางสังคมจากภาคประชาชน

ตารางที่ 2.8 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - ยุทธศาสตร์การพัฒนาอย่างบูรณาการ จะกระตุ้นให้องค์กรภาครัฐมีความกระตือรือร้นและหันมาให้ความสนใจและทำความเข้าใจกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น - นโยบายที่รัฐบาลแถลงไว้ต่อรัฐสภาถือเป็นสัญญาประชาคมที่รัฐได้ให้ไว้กับประชาชน โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงคาดหวังได้ว่า องค์กรภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญสนับสนุนโดยถือเป็นวาระแห่งชาติ - มีผลงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งหน่วยงานภาครัฐควรนำมาพิจารณาใช้ประโยชน์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ยุทธศาสตร์การพัฒนาอย่างบูรณาการขององค์กรภาครัฐขาดกระบวนการดึงภาคประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนา จึงเสี่ยงต่อผลเสียหายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต่างๆ ซึ่งเป็นต้นทุนทางสังคมเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ - ยุทธศาสตร์การพัฒนาอย่างบูรณาการ ภายใต้ผู้ว่าราชการจังหวัด CEO มีโอกาสคุกคามและขัดแย้งต่อสิทธิของประชาชนและชุมชน ซึ่งไม่สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันที่มีแนวทางกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น การเปิดเสรีทางการค้าและบริการและ Global Agenda ต่าง ๆ

จากตารางที่ 2.8 รัฐบาลควรปรับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน แสวงประโยชน์จากโอกาส และลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- สร้างองค์กรที่จะเป็นกลไกในการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล และกำหนดวิธีการลงโทษบุคลากรในองค์กรภาครัฐที่ละเลยไม่รักษาการให้เป็นไปตามกฎหมาย
- องค์กรภาครัฐต้องสร้างกลไกการประสานงานและวิธีการที่จะให้ชุมชนหรือประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่ระดับนโยบายและแผน และการมีส่วนร่วมในการพัฒนา
- องค์กรภาครัฐที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อม ควรติดตามสถานการณ์และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กรระหว่างประเทศที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างทันกับสถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงที่เคลื่อนไหวอยู่เสมอ โดยเฉพาะวาระต่าง ๆ ในระดับโลก (Global Agenda) ซึ่งมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของทุกประเทศ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ Earth Climate, Ozone layer โสภาคี และโสภาคีเด็ก อาชญากรรมข้ามชาติ และการฟอกเงิน เป็นต้น
- กระจายงบประมาณให้แก่องค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวรอง ๆ ที่อยู่ในโครงข่ายเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก

การแก้ไขจุดอ่อน

- ปัญหาขอบเขตอำนาจหน้าที่ สายการบังคับบัญชา การขาดความคล่องตัว ความซ้ำซ้อนของอำนาจหน้าที่ และปัญหาการประสานงานขององค์กรภาครัฐ ระหว่างองค์กรภาครัฐด้วยกันเอง และระหว่างองค์กรภาครัฐกับเอกชน ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่น และแนวทางแก้ไข ดูบทที่ 10 และบทที่ 11

- ปฏิรูปโครงสร้างการศึกษา เพื่อให้มีการจัดการเรียนการสอน ผู้สอน และตำราเกี่ยวกับความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกระดับชั้น รวมทั้งกำหนดนโยบายและมาตรการให้สถาบันการศึกษาต่าง ๆ จัดให้นักเรียน นักศึกษาไปทัศนศึกษาโดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการเรียน หรือให้มีค่าเป็นหน่วยกิต

- เน้นมิติทางสังคมจากภาคประชาชนให้สอดคล้องและเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ในทุกมาตราที่เกี่ยวข้อง

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาบุคลากรภาครัฐให้มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และในระดับนานาชาติ รวมทั้งการศึกษาดูงาน การร่วมประชุม สัมมนา ในต่างประเทศ

- สนับสนุนงบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในระดับมหภาคของประเทศ งานวิจัยที่เชื่อมโยงกับสังคมโลก Crisis ของโลกและของภูมิภาค งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเปิดเสรีด้านการค้าและบริการ งานวิจัยอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Accounts) และงานวิจัยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการตลาดของเอกชน เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรภาครัฐในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- สร้างความตระหนักในความร่วมมือและความรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรภาครัฐ ทั้งในระดับหลักและระบบรอง ในฐานะที่ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

- ปรับยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการโดยผู้ว่าราชการจังหวัด CEO ให้มีลักษณะบูรณาการอย่างแท้จริง คือไม่ใช่ Top Down อย่างเดียว แต่ควรให้มีลักษณะ Bottom up ด้วย กล่าวคือ ต้องให้ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาทและมีส่วนร่วมมากขึ้นในทุกระดับของการตัดสินใจเพื่อการพัฒนาใดๆ ที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนได้ส่วนเสีย

- ควรมึงานศึกษาวิจัยที่จะเป็นฐานการดำเนินงานให้กับผู้ว่าราชการจังหวัด CEO และให้กับองค์กรภาครัฐอื่น ๆ ทั้งองค์กรภาครัฐในระบบหลัก และองค์กรภาคหลักในระบบรอง นอกจากนี้ ควรสร้างเครือข่ายในส่วนขององค์กรภาครัฐเองทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง และมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในส่วนที่ต้องดำเนินงานร่วมกับภาคประชาชน โดยพิจารณาความต้องการและประเมินขีดความสามารถของประชาชนและชุมชน สร้างความพร้อมให้กับชุมชน เพื่อจะได้เข้ามาเป็นแนวร่วมในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนา

- สนับสนุนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ ในเรื่องการเปิดเสรีทางการค้าและบริการ ซึ่งเป็นพันธกรณีที่ภาครัฐต้องดำเนินการตามข้อตกลงกับ WTO, APEC, ASEAN, FTA ระหว่างไทย - สหรัฐอเมริกา ที่มีลักษณะเป็น Comprehensive Agreement, ASEAN - China รวมทั้งสิทธิพิเศษด้านการลงทุนที่คาดว่า สหรัฐอเมริกาจะขอดำเนินการต่อจากสนธิสัญญาทางไมตรีและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ ไทย-สหรัฐอเมริกา (Treaty of Amity and Economics Relations) เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และ General Agreement on Trade in Services - GATS

1.7) องค์กรภาคเอกชน

ตารางที่ 2.9 แสดง SWOT ขององค์กรภาคเอกชน

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - มีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็น สมาคม/ชมรม เพื่อดูแลปกป้องผลประโยชน์สมาชิกและรักษามาตรฐานของอาชีพในสาขาที่ สมาคม/ชมรมเกี่ยวข้อง - มีการประสานความร่วมมือและประสานงานระหว่าง สมาคม/ชมรม ในกรุงเทพมหานครและสมาคม/ชมรม ในภูมิภาค ภายใต้การอำนวยความสะดวกของสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย - เป็นที่รวมของผู้มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ ในสาขาธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะความมีประสิทธิภาพ และความสามารถทางการตลาด - มีสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์กรกลางทำหน้าที่เป็นตัวแทนของภาคธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนในการประสานงานระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ และระหว่างเอกชนด้วยกันเอง ซึ่งสภาฯ นี้ สามารถเสนอความเห็นหรือให้คำปรึกษาต่อคณะรัฐมนตรี 	<ul style="list-style-type: none"> - สมาคม/ชมรม เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวสาขาต่าง ๆ ไม่สามารถควบคุมสมาชิกที่มีพฤติกรรมขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจ - การเอารัดเอาเปรียบและการหลอกลวงนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ สร้างภาพลักษณ์ในทางลบให้กับประเทศและประชาชนคนไทย - สมาคม/ชมรม เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวใน ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีจำนวนมาก และซ้ำซ้อนกัน ทำให้เกิดปัญหาการประสานงาน และความสับสนในระหว่างภาคธุรกิจท่องเที่ยวของเอกชนเอง และขาดความมีเอกภาพในการเสนอความคิดเห็น และความต้องการต่อองค์กรภาครัฐ - องค์กรเอกชน (Non - Governmental Organization) ซึ่งมีความรู้ความชำนาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ได้รับการพิจารณาให้เข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนการดำเนินงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.9 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - การจัดให้มีสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการบูรณาการความร่วมมือขององค์กรภาคเอกชน เป็นที่คาดหวังว่าจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและขีดความสามารถในการแข่งขัน - ปัญหาความร่วมมือประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชนจะน้อยลง ซึ่งนำไปสู่การคลี่คลายปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - องค์กรภาคเอกชน ไม่ว่าจะเป็นสมาคม สมาพันธ์ และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ต้องอาศัยการประสานงานและความร่วมมือเป็นอย่างดีของสมาชิก แต่เนื่องจากผลประโยชน์ที่ทับซ้อนกันของมวลสมาชิก ปัญหาสำคัญ ๆ จะยังคงแก้ไขได้ยาก เช่น การตัดราคา การยกมาตรฐานการบริการ เช่น กรณีการกำหนดมาตรฐานโรงแรม หรือการระดมทุนเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการตลาดเชิงรุก

จากตารางที่ 2.9 รัฐบาลควรปรับนโยบาย และยุทธศาสตร์การพัฒนา เสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน แสวงประโยชน์จากโอกาส และลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- ภาคเอกชนมีความสามารถด้านการตลาด และมีการรวมตัวกันเพื่อรักษาผลประโยชน์ของธุรกิจ หากจะใช้ความสามารถเพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในการที่จะช่วยกันจัดให้มีมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการให้เทียบเท่าระดับสากล หรือมีอัตลักษณ์ที่ดีกว่าแตกต่างกว่า จะเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรภาคเอกชน และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม และเป็นการช่วยสร้าง Brand Image ให้กับประเทศ

- สมาคม สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยว และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรประสานงานและดำเนินงานร่วมกับองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการเปิดเสรีทางการค้าและบริการ โดยเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องดังกล่าวในรายละเอียดให้กับมวลสมาชิกทั้งระดับผู้บริหารและระดับผู้ปฏิบัติงาน

- ในอนาคตอันใกล้ เรื่องมาตรฐานและการประกันคุณภาพจะทวีความเข้มข้นมากขึ้น องค์กรภาคเอกชนจึงต้องแสวงหาความรู้ในส่วนที่เป็น Global Agenda เพื่อนำมาถ่ายทอดให้กับสมาชิกและผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว และจำเป็นต้องเร่งรัดการแก้ไขปรับปรุงมาตรฐานในการให้บริการต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปตามหลักปฏิบัติที่เป็นที่รับรองกันในระดับสากล มิฉะนั้นจะมีปัญหาโดยตรงต่อการประกอบธุรกิจ

การแก้ไขจุดอ่อน

- ควรมีงานวิจัยสนับสนุนการดำเนินงานของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเฉพาะในส่วนของการสร้างเอกภาพในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในส่วนของเอกชน เพราะในปัจจุบันยังมีปัญหาการประสานงาน ปัญหาการขาดความร่วมมือ ปัญหาความสับสนในการรวมตัวกันของกลุ่มธุรกิจแต่ละประเภท และปัญหาการควบคุมพฤติกรรมที่ขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจ

- องค์การภาคเอกชนควรจะควบคุมด้านมาตรฐานการบริการ และจรรยาบรรณธุรกิจได้ในระดับหนึ่ง เพราะโดยสามัญสำนึกน่าจะพอเข้าใจได้ว่าลักษณะการประกอบการที่เป็นการเอาเปรียบ หรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว ย่อมมีผลกระทบต่อตลาดในระยะยาวต่อไป กรณีตัวอย่าง เช่น นักท่องเที่ยวจากตลาดจีน ซึ่งจะเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในอนาคต และประเทศจีนกำหนดให้นักท่องเที่ยวจีนไปเที่ยวประเทศอื่น ๆ ได้ 33 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทย ภาคธุรกิจเอกชนจึงต้องเข้าใจความสำคัญและโอกาสที่อาจสูญเสียตลาดนี้ไป ถ้าทางการจีนประกาศห้ามมิให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาประเทศไทย

- องค์การเอกชนที่เรียกว่า NGO ไม่ได้เป็นฝ่ายตรงข้ามเสมอไป แต่เป็นองค์กรที่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนควรแสวงหาความร่วมมือ เพื่อที่จะได้ช่วยกันกำหนดทิศทางการพัฒนา และการดำเนินงานให้เกิดลักษณะการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- สภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อแสดงบทบาทนำในด้านการจัดการ โดยเฉพาะการสร้าง Websites ด้านการจัดการการท่องเที่ยว เช่น

- ระบบการจัดการบริษัทท่องเที่ยว
- ระบบการจัดการโรงแรม
- ระบบการจัดการข้อมูลโครงสร้างการท่องเที่ยว
- ระบบสถิติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ระบบการจัดการด้านการเงินในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์
- ระบบการจัดการเรื่องร้องทุกข์ทางการท่องเที่ยว
- ระบบการพยากรณ์หรือการคาดการณ์ด้านการท่องเที่ยว
- ระบบการแก้ไขปัญหาวิกฤติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น

โดยจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดตั้งหน่วยงานพิเศษมาดำเนินงานด้านการใช้สารสนเทศให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง หรือเจรจาทำความเข้าใจความตกลงกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีข้อมูลข้างต้นเพื่อจัดทำ Web Link เช่น

- การดำเนินการด้าน E - Tourism และการให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับแหล่งท่องเที่ยว

- การรับผิดชอบดูแลยุทธศาสตร์การตลาดและการแข่งขันของท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว

- บูรณาการระบบอิเล็กทรอนิกส์ของท้องถิ่นที่มีอยู่ในปัจจุบันให้เชื่อมโยงกับส่วนกลาง

- เร่งรัดการฝึกอบรมสารสนเทศให้แก่บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยให้สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้ความสนับสนุน

- สร้างคู่ค้า Online ให้สมาชิก

- ให้ความช่วยเหลือธุรกิจ SME ด้านการท่องเที่ยวให้เข้าสู่ระบบ Online
- พัฒนาข้อมูลให้ทันสมัย เที่ยงตรง และมีคุณภาพสูง
- สร้างกลยุทธ์ด้านการตลาดใน Websites เป็นต้น

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยอาศัยวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2544 โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ตามมาตรา 6 วรรค (1 - 15) ให้ได้ผลในทางปฏิบัติทุกข้อ โดยการตั้งคณะทำงานดำเนินงานในแต่ละเรื่องตามเงื่อนไขเวลาที่กำหนด และให้คณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามมาตรา 15 ใช้อำนาจหน้าที่ตามมาตรา 16 ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ตามมาตรา 6 โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรา 16 วรรค (1) (2) (3) สำหรับมาตรา 16 (3) ควรเร่งรัดการออกข้อบังคับตามข้อ (ก) ว่าด้วยวินัยและการลงโทษ (จ) ว่าด้วยจรรยาบรรณของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ฉ) วิธีปฏิบัติเพื่อให้มีการรับรองคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ สำหรับนักท่องเที่ยว

1.8) ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ตารางที่ 2.10 แสดง SWOT ของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในโลกยอมรับว่าคนไทยมีอัธยาศัยไมตรีและมีความเป็นมิตร - มีความเข้าใจในความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าจะสามารถอำนวยประโยชน์ให้แก่ตนได้ จึงให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว - สามารถอนุรักษ์และปกป้องรักษารากเหง้าทางขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ได้อย่างเหนียวแน่น และกลายมาเป็นประโยชน์ล้ำค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - มีจำนวนแรงงานในปริมาณที่สูงและเป็นแรงงานที่มีศักยภาพหากได้รับการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความชำนาญและประสบการณ์ - เนื่องจากการท่องเที่ยวจะขยายตัวเติบโตขึ้นมากในอนาคต จึงเป็นโอกาสที่ประชาชนในท้องถิ่นจะมีงานทำและมีอาชีพมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - มีปัญหาด้านสื่อความเข้าใจ เนื่องจากอุปสรรคด้านภาษา - ไม่มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ตนมีส่วนได้ส่วนเสียอยู่ - ขาดความรู้ความเข้าใจในการดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทรัพยากรด้านธรรมชาติและระบบนิเวศ - ไม่สามารถต้านทานผู้มีอิทธิพลที่เข้ามาแสวงประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว - มีการเคลื่อนย้ายแรงงานจากภาคเกษตรมาสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยว แต่อัตรากำลังแรงงานต่ำเนื่องจากเป็นแรงงานด้อยประสบการณ์ - ถูกแย่งโอกาส แย่งงาน แย่งอาชีพจากคนต่างภาค ต่างถิ่น และคนต่างชาติ - สัดส่วนการลงทุนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ของคนท้องถิ่นน้อยกว่าคนต่างถิ่น และมีแนวโน้มที่คนต่างถิ่น (รวมทั้งคนต่างชาติ) จะเข้ามาถือครองกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์เพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 2.10 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน กำหนดให้รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสงวนและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ จึงเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผน และการพัฒนา เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนเอง - มีสถาบันการศึกษาทั้งในระดับอาชีวศึกษา และอุดมศึกษาจำนวนมากที่ทำการสอนวิชาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จึงมีโอกาสมลิตบุคคลากรที่มีคุณภาพและมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวได้มาก 	<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายกรณีไม่เคารพต่อศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ไม่ส่งเสริมสิทธิมนุษยชน และสิทธิส่วนบุคคล เช่น การกระทำต่อสตรี เด็ก คนกลุ่มน้อย และคนพื้นเมืองอย่างขาดศีลธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบ - อาชญากรรมที่รุนแรงและมีสถิติเพิ่มมากขึ้น - นักท่องเที่ยวต่างประเทศร้อยละ 90 ดำเนินบริการแท็กซี่ว่าเอาเปรียบและไม่ซื่อสัตย์ - ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ โดยผู้ว่าราชการจังหวัด CEO ไม่ได้ให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผน การพัฒนาและการใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่น

จากตารางที่ 2.10 รัฐบาลควรปรับนโยบาย และยุทธศาสตร์การพัฒนา เสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน แสวงประโยชน์จากโอกาส และลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- ดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องในความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และผลประโยชน์ที่จะพึงได้รับอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ถ้าประชาชนให้ความร่วมมือต้อนรับ และช่วยดูแลนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกปลอดภัย และเป็นมิตร

- ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น และประชาชนในชาติ อันจะนำไปสู่ความรัก ความหวงแหน และปกป้องสมบัติวัฒนธรรมของชาติ

- จัดตั้งองค์กรชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมทั้งให้เป็นแกนหรือเป็นตัวแทนที่จะเสนอความต้องการของชุมชนต่อองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยสิทธิและหน้าที่ตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ

การแก้ไขจุดอ่อน

- การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการโดยผู้ว่าราชการจังหวัด CEO ต้องปรับทัศนคติ และกลยุทธ์การดำเนินงาน โดยให้ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ในกระบวนการการวางแผนตั้งแต่เริ่มต้น และร่วมในกระบวนการการพัฒนาทุกขั้นตอน

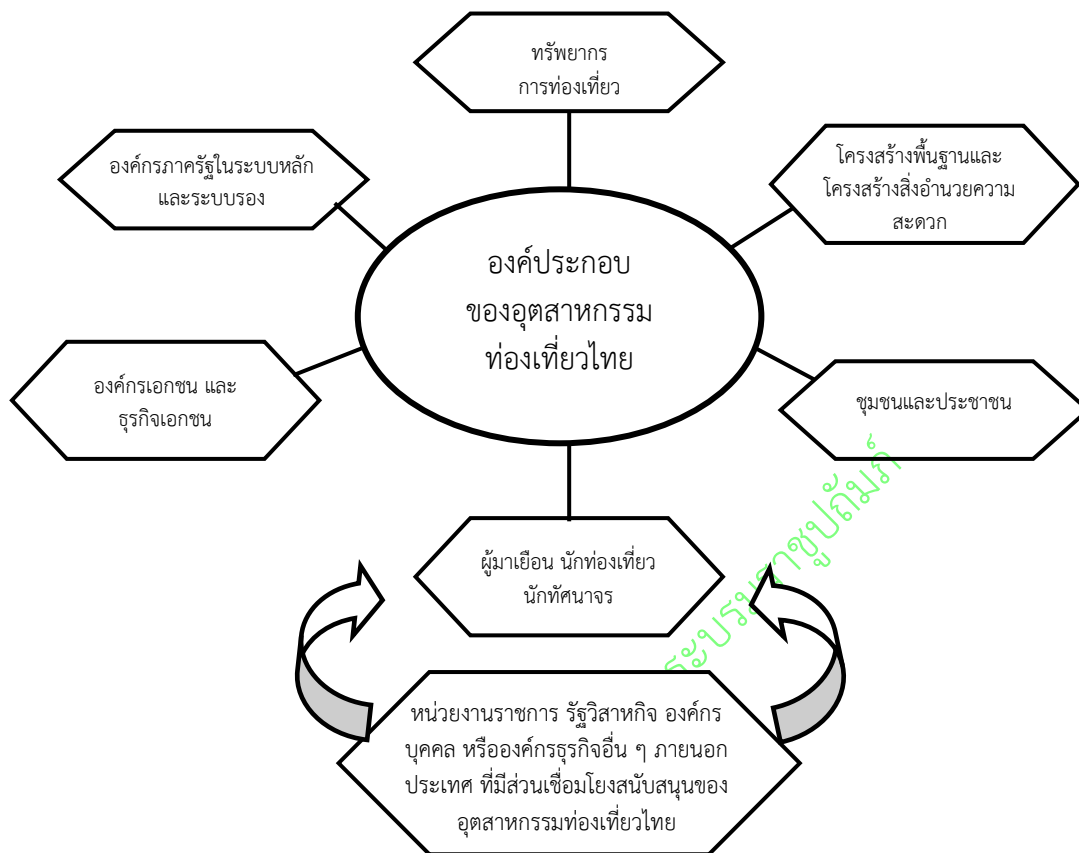
- สร้างเครือข่ายการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนในท้องถิ่นเรื่อง ความสำคัญของการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ช่วยกันปกป้องรักษา และวางแผน ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และให้มีความเข้าใจว่า ทรัพยากรดังกล่าวเป็นต้นทุน ทางสังคม ซึ่งจะเป็ประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อประชาชนในพื้นที่ในระยะยาว และไม่มีที่สิ้นสุด
- สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในพื้นที่ หรือพื้นที่ใกล้เคียง ช่วย สนับสนุนการอบรมเรื่องความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการใช้ภาษา เพื่อให้ ประชาชนในท้องถิ่นสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือการเผยแพร่ความรู้ผ่านวิทยุ ชุมชน และสื่อต่าง ๆ

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา หรืออาชีวศึกษาในพื้นที่และพื้นที่ ใกล้เคียง ช่วยฝึกอบรมด้านการบริการแขนงต่าง ๆ ให้กับประชาชน โดยถือเป็นการบริการทาง วิชาการแก่สังคม รวมทั้งการอบรม เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการและการจัดการในแต่ละระดับ ของการให้บริการและการบริหารงาน
- สร้างเครือข่ายการให้ความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของประชาชน ตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ ซึ่งเปิดโอกาสไว้มากเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนและสิทธิชุมชน

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

- ผู้ลงทุนและผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวควรให้โอกาสประชาชน ในท้องถิ่นได้เข้ามาทำงานในธุรกิจเป็นลำดับแรก เพื่อช่วยสร้างทัศนคติที่ดีให้ม่ต่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ด้วยค่าจ้างแรงงานที่ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด
- การลงทุนเพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการทางการท่องเที่ยว ควรม่หลักการที่เปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการลงทุนในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นที่ พอใจของทั้ง 2 ฝ่าย
- องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว แสดงบทบาทที่ ชัดเจนในการรณรงค์ต่อต้านทุกรูปแบบต่อการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวใด ๆ ที่ไม่เคารพต่อ ศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ การไม่ส่งเสริมสิทธิมนุษยชน และสิทธิส่วนบุคคล ด้วยการลงโทษทาง สังคม เช่น การ Sanction การประจานทางสังคม และ/หรือ ให้ม่การลงโทษตามกฎหมาย
- สื่อสารมวลชนทุกแขนงช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ วิชาการวิจารณ์ และต่อต้านการกระทำใด ๆ ที่ขาดศีลธรรม จรรยาบรรณ และจริยธรรมทางธุรกิจ
- ประชาชนในท้องถิ่นรวมตัวกันเพื่อต่อต้านการกระทำที่ขาดความ รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น และไม่ให้ความร่วมมือในทุก รูปแบบที่สามารถกระทำได้



ภาพที่ 2.9 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.4.5 กฎหมายสำคัญของไทยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหลายฝ่ายทั้งรัฐและเอกชน และด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่มีอำนาจเบ็ดเสร็จในการสั่งการในทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังนั้นกฎหมายสำคัญของไทยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กฎหมายเกี่ยวกับองค์การที่ดูแลสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยทั่วไป กฎหมายควบคุมนักท่องเที่ยว กฎหมายควบคุมดูแลและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว กฎหมายควบคุมเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว และกฎหมายเกี่ยวกับองค์การที่ดูแลสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยทั่วไปมีกฎหมายสำคัญจำนวน 4 ฉบับ ได้แก่

1) พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ได้ให้คำจำกัดความของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมไปถึงระเบียบเกี่ยวกับการจัดตั้งทุน และเงินสำรองของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และระเบียบเกี่ยวกับการกำกับ การควบคุมและการบริหารงานของ ททท.

2) พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายก่อตั้งโดยให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาขึ้นรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว และให้การท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศไทย (ททท.) โอนภาระงานด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาบริการท่องเที่ยว และ ทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงทำให้ ททท. มีหน้าที่เพียงด้านการบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวเป็นหลัก

3) พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2544 กำหนดให้มีการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในด้านการประสานงาน 2) ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3) ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว โบราณสถาน และสิ่งแวดล้อมรวมทั้งเอกลักษณ์ของความเป็นไทย และ 4) ส่งเสริมให้มีจรรยาบรรณในการท่องเที่ยว

4) พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ถึง 2546 (รวม 5 ฉบับ) โดยเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เพื่อจัดให้มีการบำรุงรักษาทางน้ำและทางบก การกำจัดมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ส่งเสริมการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ รวมถึงคุ้มครองดูแลและบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และบำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น

กฎหมายควบคุมนักท่องเที่ยว มีกฎหมายสำคัญ จำนวน 2 ฉบับ ได้แก่

1. พระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522, 2523 และ 2542 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้าออกในประเทศไทยในฐานะนักท่องเที่ยว ที่ดูแลเกี่ยวกับการเข้ามาในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราวของคนต่างด้าว และการควบคุมพาหนะที่เข้า-ออกประเทศตามช่องทางด่านตรวจคนเข้าเมืองหรือท้องที่ที่กำหนด

2. พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 ถึง 2548 เป็นกฎหมายเก่าแก่ที่ใช้มาตั้งแต่ พ.ศ. 2469 และได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมเรื่อยมาโดยลำดับ ซึ่งในปัจจุบัน (พ.ศ. 2548) มีกฎหมายศุลกากรใช้บังคับอยู่รวม 20 ฉบับ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการนำของเข้า การส่งของออก การเสียภาษีตามพิกัดอัตราศุลกากรของนักท่องเที่ยว รวมทั้งระเบียบว่าด้วยการตรวจของและป้องกันการลักลอบหนีศุลกากร และข้อกำหนดเรื่องการนำเงินตราเข้าออกประเทศ

กฎหมายควบคุมและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวมีกฎหมายสำคัญ จำนวน 17 ฉบับ ได้แก่

1. พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองดูแลรักษาและจัดการอุทยานแห่งชาติอันเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ซึ่งต้องการให้มีการจัดการ การอนุรักษ์ และพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขึ้นทะเบียน การกำกับดูแลโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และป้องกันการค้าโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุที่ผิดกฎหมาย การจัดตั้งอุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งระบุให้พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเป็นที่เก็บรักษาโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุอันเป็นทรัพย์สินของแผ่นดินให้เป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด และมีการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวดเนื่องจาก

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมการดำเนินการใด ๆ จึงต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติฉบับนี้อย่างเคร่งครัด

2. พระราชบัญญัติสงวนสัตว์ป่าและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 พ.ศ. 2546 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสงวนพันธุ์สัตว์ป่าและคุ้มครองสัตว์ป่าโดยคณะกรรมการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่าแห่งชาติ วัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้ คือ มุ่งให้ความคุ้มครองสัตว์ป่า มิให้สูญพันธุ์หรือลดปริมาณลงจนเกิดผลกระทบต่อความสมดุลของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สาธารณชนที่ควรทราบ มีดังนี้ ห้ามผู้ใดล่า หรือมีไว้ในครอบครอง หรือค้า สัตว์ป่าสงวนหรือสัตว์ป่าคุ้มครอง ทั้งในสภาพสัตว์เป็นที่ยังมีชีวิตอยู่หรือซากของสัตว์ เว้นแต่เป็นการกระทำโดยทางราชการ เพื่อประโยชน์ในการศึกษาและวิจัยทางวิชาการ หรือเพราะพันธุ์ในกิจการสงวนสัตว์สาธารณะ ซึ่งต้องได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากอธิบดี โดยผู้ใดฝ่าฝืน มีโทษจำคุกไม่เกิน 4 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และห้ามผู้ใดเพาะพันธุ์สัตว์ป่าสงวน และสัตว์ป่าคุ้มครอง เว้นแต่เป็นการกระทำเพื่อประโยชน์ในกิจการสัตว์สาธารณะ ซึ่งต้องได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากอธิบดี โดยผู้ใดฝ่าฝืน มีโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 30,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ห้ามมิให้ผู้ใดล่าสัตว์ป่า ทั้งสัตว์ป่าสงวนหรือสัตว์ป่าคุ้มครอง หรือมิให้รวมทั้งห้ามเก็บ และห้ามทำอันตรายต่อรังของสัตว์ป่า เว้นแต่กระทำการเพื่อการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการ โดยได้รับอนุญาตจากอธิบดี โดยผู้ใดฝ่าฝืน มีโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

3. พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 พ.ศ. 2522 พ.ศ. 2528 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการดูแลพื้นที่บริเวณที่เป็นป่าสงวน โดยให้กระทรวงเกษตรเป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ วัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้ คือ ป้องกันการบุกรุกพื้นที่ป่าสงวนและการตัดไม้ทำลายป่า โดยมีสาระสำคัญ ได้แก่ ห้ามบุคคลใด ยึดถือ ครอบครอง ทำประโยชน์ หรืออยู่อาศัยในที่ดิน หรือกระทำการอื่นใด อันเป็นเหตุให้เกิดความเสื่อมโทรมในสภาพป่าสงวนแห่งชาติ โดยการฝ่าฝืน มีโทษปรับตั้งแต่ 5,000 - 50,000 บาท หรือจำคุกตั้งแต่ 6 เดือนถึง 5 ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ

4. พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 พ.ศ. 2522 พ.ศ. 2525 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ สาธารณชนที่จะเป็นของป่าตามพระราชบัญญัติป่าไม้พุทธศักราช 2484 นั้นจะต้องประกอบด้วยข้อเท็จจริง 2 ประการ คือ (1) จะต้องเป็นของที่เกิดหรือมีขึ้นในป่า (2) จะต้องเป็นของที่เกิดหรือมีขึ้นตามธรรมชาติ ยกเว้นถ่านไม้ไม่ว่าจะเป็นถ่านที่บุคคลทำขึ้น หรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติก็จะเป็นของป่าทั้งสิ้น แต่จะต้องประกอบด้วยข้อเท็จจริงตาม (1) ด้วยคือจะต้องเกิดหรือมีขึ้นในป่า ส่วนของป่าชนิดใดจะเป็นของป่าหวงห้ามหรือไม่ เพียงใดต้องดูบัญชีของป่าหวงห้ามท้ายพระราชกฤษฎีกากำหนดของป่าหวงห้าม พ.ศ.2530 ว่ามีของป่าชนิดใดบ้างที่ได้กำหนดเป็นของป่าหวงห้ามหรืออาจสอบถามได้จากเจ้าหน้าที่ป่าไม้แห่งท้องที่ว่าของป่าชนิดใดบ้างที่เป็นของป่าหวงห้าม

5. พระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510 พ.ศ. 2522 พ.ศ. 2534 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจและทำเหมืองแร่ สาธารณชน เป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับการอนุญาตหรือให้สิทธิเกี่ยวกับแร่ต่าง ๆ กำหนดมาตรการในการควบคุมการสำรวจแร่ การทำเหมืองแร่ การร่อนแร่ การขุดหาแร่รายย่อย การเก็บรักษาแร่ การซื้อและขายแร่ การครอบครองแร่ การแต่งแร่ การประกอบ โลหกรรม การนำแร่เข้าหรือการส่งแร่ออกนอกราชอาณาจักร รวมตลอดถึงการวางมาตรการเพื่อการอนุรักษ์แร่

การป้องกันความเดือดร้อน เสียหายจากการทำเหมืองแร่ การให้ความปลอดภัยแก่บุคคลภายนอก และการให้ความคุ้มครอง แก่คนงานพร้อมทั้งบทกำหนดโทษ

6. ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ.2520 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับการสำรวจและทำสำมะโนที่ดินเพื่อให้ทราบถึงความสมบูรณ์ตามธรรมชาติและความเหมาะสมแก่การทำประโยชน์ของรัฐและประชาชน โดยกระทรวงมหาดไทยได้อาศัยมาตรา 9 (2) ออกประกาศลงวันที่ 21 พฤษภาคม 2523 มิให้มีการทำลาย หรือทำให้เสื่อมสภาพในบริเวณที่เขาหรือภูเขา และบริเวณรอบที่เขาหรือภูเขาสูง 40 เมตร บริเวณแม่น้ำลำคลอง รวมถึงที่ดินของรัฐที่มีได้มีบุคคลผู้ใดมีสิทธิครอบครองเฉพาะบริเวณที่ดินที่เป็นหิน ที่กรวด หรือที่ทราย

7. พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2485 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรักษาและอนุรักษ์ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม โดยบุคคลทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตามวัฒนธรรมแห่งชาติ และต้องผดุงส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าของชาติ โดยรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมตามประเพณีอันดีงาม และช่วยกันปรับปรุงทบทวนบำรุงให้ดียิ่งขึ้นตามกาลสมัย ซึ่งวัฒนธรรมซึ่งบุคคลจักต้องปฏิบัติตาม นอกจากจะได้กำหนดไว้โดยพระราชบัญญัติแล้ว ให้กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาได้ในกรณีดังต่อไปนี้ 1) ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการแต่งกาย จรรยาและมารยาทในที่สาธารณะหรือที่ปรากฏแก่สาธารณชน 2) ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการปฏิบัติตนและการปฏิบัติต่อบ้านเรือน 3) ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการประพฤติตนอันเป็นทางนำมาซึ่งเกียรติของชาติไทย และพระพุทธศาสนา 4) ความมีสมรรถภาพและมารยาทเกี่ยวกับวิธีดำเนินงานอาชีพ 5) ความเจริญงอกงามแห่งจิตใจและศีลธรรมของประชาชน 6) ความเจริญก้าวหน้าในทางวรรณกรรมและศิลปกรรม 7) ความนิยมไทย

8. พระราชบัญญัติรักษาคล่อง ร.ศ.121 เป็นกฎหมายที่จัดการดูแลรักษาพื้นที่บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ หลักการของพระราชบัญญัติเพื่อการจัดการรักษาคล่องให้เพียงพอแก่การเพาะปลูกการค้าขายในพระราชอาณาเขตนี้ และเนื่องจากคล่องที่มีอยู่ก็ชำรุดสิ้นเชิงไปเหตุเพราะยังมิได้บำรุงและรักษาคล่องเก่าที่มีอยู่แล้วและที่จะขุดขึ้นใหม่ให้เรียบร้อยถาวรเพื่อให้เป็นประโยชน์และสะดวกแก่ธุระของราษฎรยิ่งขึ้น หลักการเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับช้าง คือ 1) กำหนดว่าการที่จะพาสัตว์พาหนะ คือ ช้าง ม้า โค กระบือ ช้างคล่อง ให้ขึ้นลงในท่าซึ่งกำหนดไว้ให้เป็นที่สำหรับข้ามสัตว์พาหนะ โดยกำหนดโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนเป็นโทษปรับ โดยคิดอัตรารายตัวสัตว์พาหนะไม่เกินตัวละสิบบาท 2) กำหนดโทษสำหรับผู้ปล่อยให้สัตว์มาทำแปลงในถนนหลวง (“ แปลง ” หมายความว่า ที่โล่งแห่งหนึ่ง เช่น คลองข้างกลางแปลง พื้นที่ที่กำหนดไว้แห่งหนึ่ง ๆ เช่น นาแปลงหนึ่งที่เป็นแ่งมีโคลนเลน ซึ่งคนหรือสัตว์ทำขึ้น เช่น แปลงหมู แปลงควาย) โดยกำหนดโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนเป็นโทษปรับ โดยคิดอัตรารายตัวสัตว์พาหนะ ไม่เกินตัวละหนึ่งบาท 3) กำหนดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรธิการเป็นผู้รักษาการตามกฎหมาย

9. พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2535 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขึ้นทะเบียนโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้คือ เนื่องจาก กฎหมายว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันมีบทบัญญัติบางประการที่ไม่เหมาะสมและไม่รัดกุมเพียงพอในด้านการคุ้มครองดูแลรักษาการบูรณะ และการซ่อมแซมโบราณสถานโบราณวัตถุและศิลปวัตถุและกำหนดอัตราโทษไว้ต่ำมากทำให้มี

ผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับการลักลอบ บุกรุก ชุกคั่น และทำลายโบราณสถาน ลักลอบนำหรือส่งโบราณวัตถุ หรือศิลปวัตถุที่มีคุณค่าทางศิลปะ ประวัติศาสตร์หรือโบราณคดีออก นอกราชอาณาจักรมากขึ้น นอกจากนี้ปรากฏว่าในปัจจุบันมีการผลิต และการค้าสิ่งเทียมโบราณวัตถุและสิ่งเทียมศิลปวัตถุเป็นจำนวนมาก สมควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติให้เหมาะสมเพื่อให้การคุ้มครอง ดูแลรักษา การบูรณะ การซ่อมแซม โบราณสถานโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและการควบคุมการผลิตและการค้าสิ่งเทียมโบราณวัตถุหรือสิ่งเทียมศิลปวัตถุให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสมควรปรับปรุง บทบัญญัติเกี่ยวกับใบอนุญาตและหนังสืออนุญาต อัตราโทษและอัตราค่าธรรมเนียมทำย พระราชบัญญัติให้เหมาะสม ยิ่งขึ้นรวมทั้งแก้ไขบทบัญญัติอื่นที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกันด้วย จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

10. พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2553 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมมลพิษทางอากาศ น้ำ เสียง และอื่น ๆ วัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้ คือ สนับสนุนให้ประชาชน และองค์กรของภาพเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมจัดการสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดสิทธิและหน้าที่ของประชาชนในการช่วยกันดูแลรักษาและคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ถือว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกที่มีการรับรองบทบาทของเอกชนไว้อย่างชัดเจน ประการสำคัญกฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายที่นำหลักการสากลที่ว่า “ผู้ใดก่อให้เกิดภาวะมลพิษผู้นั้นต้องรับผิดชอบค่าเสียหาย” มาใช้เป็นครั้งแรกอีกด้วย สิทธิและหน้าที่ของประชาชนในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เช่น (1) การรับทราบข้อมูลและข่าวสารของทางราชการเกี่ยวกับการส่งเสริมและรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม (2) การได้รับเงินชดเชยค่าเสียหายจากรัฐ ในกรณีที่ได้รับภัยอันตรายจากการแพร่กระจายของมลพิษต่าง ๆ จากโครงการที่ทางราชการหรือรัฐวิสาหกิจเป็นผู้ดำเนินการดำเนินการควบคุมและป้องกันมลพิษ หมายถึง มลพิษต่าง ๆ ได้แก่ มลพิษทางอากาศเสียง และมลพิษทางน้ำ เป็นต้น การกำหนดความผิดและโทษ ดังกรณีตัวอย่างดังต่อไปนี้ (1) ผู้ใดบุกรุกหรือครอบครองที่ดินของรัฐโดยมิชอบด้วยกฎหมาย หรือเข้าไปทำลายหรือทำให้เกิดความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ หรือก่อให้เกิดมลพิษต่อคุณภาพของสิ่งแวดล้อม มีโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 500,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (2) ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งห้ามใช้ยานพาหนะที่ก่อให้เกิดมลพิษตามมาตรฐานที่กำหนด จะต้องมิโทษปรับไม่เกิน 5,000 บาท หรือผู้ใดฝ่าฝืนไม่ยินยอมให้ตรวจยานพาหนะ มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

11. พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ.2505 พ.ศ.2535 เป็นกฎหมายที่ควบคุมดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะสงฆ์ ซึ่งรวมถึงที่ดินของวัดอันเป็นที่ตั้งของทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทศาสนสถานและโบราณสถาน ห้ามแย่งการครอบครองหรือครอบครองปรปักษ์ที่วัด (คือ ที่ซึ่งตั้งวัดตลอดจนเขตของวัดนั้น) หรือที่ธรณีสงฆ์ (คือ ที่ซึ่งเป็นสมบัติของวัด) นั้น และไม่ให้ที่วัดหรือที่ธรณีสงฆ์ตกอยู่ในข่ายของการบังคับคดี คือ ใครจะยึดไปขายทอดตลาดชำระหนี้ไม่ได้ เท่ากับทำให้วัดซึ่งเป็นที่ตั้งของศาสนสถานและโบราณสถานต่าง ๆ ยังคงดำรงอยู่ตลอดไป โดยห้ามมิให้เจ้าอาวาสหรือผู้แทนโอนที่ดินไปให้บุคคลใดได้ตามใจชอบ อีกทั้งวัดและวัดร้างที่ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานยังต้องอยู่ในความควบคุมของพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2535

12. พระราชบัญญัติสุสานและฌาปนสถาน พ.ศ. 2528 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยกำหนดให้มีการเผาศพหรือและฌาปนสถานสาธารณะหรือเอกชนที่ได้มี ผู้ดำเนินการอนุญาตจัดตั้งเท่านั้น จะไปเผาศพหรือฝังศพที่อื่นไม่ได้ เช่น ในที่ป่าไม้ ที่ภูเขา ที่น้ำตก ถ้า ใดๆ ที่มีลักษณะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว เพราะจะทำให้ภูมิทัศน์ของพื้นที่เหล่านั้นเสียไป รวมไปถึง ถึงการก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับด้านสาธารณสุข คือ อาจเป็นอันตรายในทางอนามัยแก่ประชาชน ทั่วไปได้ อีกทั้งยังห้ามมิให้เปลี่ยนแปลง ต่อเติมสุสานและฌาปนสถานสาธารณะหรือของเอกชน เว้น แต่ได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น ซึ่งข้อห้ามเช่นนี้มีประโยชน์ต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ เป็นสุสาน เช่น สุสานทหารสัมพันธมิตร จ.กาญจนบุรี สุสานสงครามช่องไก่อ่ จ.กาญจนบุรี หรือสุสาน เจ้าเมืองระนอง จ.ระนอง

13. พระราชบัญญัติว่าด้วยลักษณะฐานะของวัดบาทหลวงโรมันคาทอลิกใน กรุงเทพมหานครตามกฎหมาย ร.ศ.128 เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์ในการที่จะให้มีมิชซังกรุงเทพและ มิชซังหนองแสงถือที่ดินเพื่อก่อตั้งวัดบาทหลวง วัดและสิ่งก่อสร้างทางศาสนาคริสต์นิกาย โรมันคาทอลิกบางแห่งสร้างแบบสถาปัตยกรรมของยุโรป เช่น วัดอัสสัมชัญที่บางรัก หรือโบสถ์ คาทอลิกในโรงเรียนสตรีมารดาพิทักษ์ใน จ.จันทบุรี สร้างขึ้นแบบสถาปัตยกรรมกอทิก เป็นต้น ซึ่งเป็น ทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการจะดูและศึกษาถึงการก่อสร้าง ประวัติ ความเป็นมา และความสวยงามของศาสนสถานนั้น ๆ

14. พระราชบัญญัติการประมง พ.ศ. 2409 และ พ.ศ. 2528 จัดควบคุมและดูแล ด้านการประมง วัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้เพื่อสงวนรักษาสัตว์น้ำ คือ ห้ามบุคคลใดเททิ้ง ระบาย หรือทำให้วัตถุมีพิษลงไปในที่จับสัตว์น้ำ หรือกระทำการใด ๆ ให้สัตว์น้ำได้รับอันตราย หรือทำ ให้ที่จับสัตว์น้ำเกิดมลพิษ และห้ามบุคคลใดใช้กระแสไฟฟ้าทำการประมง หรือระเบิดในที่จับสัตว์น้ำ โดยผู้ใดฝ่าฝืน มีโทษจำคุกตั้งแต่ 6-เดือน - 5 ปี หรือปรับตั้งแต่ 10,000 -100,000 บาท

15. พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ควบคุมการสร้างโรงงานและจัดการ โรงงาน โดยมีวัตถุประสงค์ของพระราชบัญญัตินี้เพื่อกำหนดให้โรงงานทุกลักษณะต้องขออนุญาต แต่ ตามลักษณะที่เป็นจริงโรงงานต่าง ๆ มีลักษณะแตกต่างกัน โรงงานบางประเภทไม่จำเป็นต้อง ควบคุมดูแลการตั้งโรงงาน เพียงแต่ดูการดำเนินงานเท่านั้น คงมีแต่โรงงานประเภทที่อาจเกิดอันตราย จากการประกอบกิจการเท่านั้นที่ควรจะต้องควบคุมการจัดตั้งอย่างเคร่งครัดและสมควรปรับปรุงวิธีการ อนุญาตให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติโรงงานนี้

16. พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของ ชานเมือง พ.ศ. 2535 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความสะอาดในพื้นที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะ อย่างยิ่งในเขตกรุงเทพฯ พัทยา และเทศบาลซึ่งพื้นที่ต่าง ๆ เหล่านี้อาจรวมถึงบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ด้วย

17. พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2543 เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างอาคารบริเวณแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านผังเมือง การกำหนดเขตต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว

กฎหมายควบคุมและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวมีกฎหมายสำคัญ จำนวน 20 ฉบับ ได้แก่

1. พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 เป็นการกำกับดูแล เรื่องของการจัดตั้ง ควบคุมการดำเนินงาน รวมทั้งการกำหนดบทลงโทษสำหรับธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะ พื้นที่ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ และธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ เพื่อให้การประกอบธุรกิจนำเที่ยวได้ มาตรฐานและไม่เป็นการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวกำกับดูแลในเรื่องของการขอรับใบอนุญาต การขอต่ออายุ หรือยกเลิกการเป็นมัคคุเทศก์ทั่วไปและมัคคุเทศก์เฉพาะด้วย เนื่องจากมัคคุเทศก์เป็น ผู้มีบทบาทสำคัญในอันที่จะสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมเพื่อให้ผู้ประกอบการ อาชีพนี้มีจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอย่างแท้จริง โดยมีการจัดตั้งสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและ มัคคุเทศก์ในแต่ละภูมิภาค
2. พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 เป็นพระราชบัญญัติเกี่ยวข้องกับการสร้าง โรงแรมในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการควบคุมดูแลและการให้บริการแก่ผู้พักอาศัยของเจ้าของกิจการ
3. พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509, 2521, 2525 และ 2546 เกี่ยวข้อง กับการการให้คำจำกัดความของสถานบริการประเภทต่าง ๆ เช่น สถานเต้นรำ สถานที่มีอาหาร สุรา จำหน่าย สถานอาบน้ำ นวดหรืออบตัว ฯลฯ และระเบียบบังคับด้วยการจัดตั้ง การควบคุมดูแล การให้ บริการแก่ผู้รับบริการจากสถานบริการเหล่านั้นที่ราชอาณาจักร
4. พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล และ ควบคุมมาตรฐานของภัตตาคาร ร้านอาหาร หรือกิจการประเภทอื่นที่เกี่ยวข้องในด้านความสะอาด ถูกสุขอนามัย เพื่อสนองแนวคิดเรื่อง Clean Food Good Taste เป็นต้น โดยมีบทบัญญัติที่เกี่ยวกับการ ให้อำนาจแก่ท้องถิ่นในการบริหารจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อมของชุมชน วัตถุประสงค์ของ “พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535” คือ เพื่อดูแลรักษาสุขภาพและอนามัยของประชาชน โดยมีบางส่วนเกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ดังนี้ การสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อยู่อาศัยใน บริเวณใกล้เคียงในด้านสิ่งแวดล้อม และการระงับและป้องกันการก่อเหตุรำคาญ
5. พระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2528 พ.ศ. 2537 และ พ.ศ. 2544 เกี่ยวข้องกับการจัดหางานภายในประเทศ และการไปทำงานในต่างประเทศสาขา การท่องเที่ยวของบริษัทจัดหางานให้ดำเนินการถูกต้องตามกฎหมาย
6. พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2535 มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริม การลงทุนในธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
7. พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2520 พ.ศ. 2534 และ พ.ศ. 2544 เกี่ยวข้องกับ การทำธุรกิจด้านโฆษณาของธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
8. พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 ถึง 2548 เป็น การกำหนดมาตรฐานการจัดทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งอาจเป็นสินค้าของที่ระลึกเพื่อ การท่องเที่ยว เช่น ไวน์พื้นบ้าน สินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง เป็นต้น
9. พระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542 เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริมการแพทย์แผนไทย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวที่เป็น เอกลักษณ์ของไทย เช่น นวดแผนโบราณ เป็นต้น

10. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และ 2541 เป็นกฎหมายที่ใช้ในการคุ้มครองการบริโภคของบุคคลต่าง ๆ รวมถึงการคุ้มครองการบริโภค เช่น การซื้อของที่ระลึก ของนักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตาม พ.ร.บ.นี้

11. พระราชบัญญัติการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 ถึง 2543 การรถไฟแห่งประเทศไทย จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีก่อนจึงจะดำเนินกิจการตามที่กำหนดไว้ เช่น การสร้างทางรถไฟสายใหม่ เลิกกิจการในเส้นทางที่ปิดการเดินรถแล้ว ตั้งอัตราค่าโดยสาร เป็นต้น โดย รฟท. ต้องไม่วางระเบียบ ตลอดจนกำหนดอัตราค่าขนส่งอันจะเป็นการขัดกับนโยบายของคณะรัฐมนตรีในทางเศรษฐกิจการคลัง โดยได้รับการยกเว้นจากการเก็บภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร

12. พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 ถึง 2546 กำหนดให้ผู้ประกอบการขนส่งประจำทาง ไม่ประจำทาง การขนส่งโดยรถขนาดเล็ก การขนส่งส่วนบุคคลการรับจัดการขนส่ง และสถานีขนส่งต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียน ซึ่งรถที่ใช้ในการประกอบการขนส่ง ผู้โดยสารต้องจดทะเบียนเสียภาษี และผ่านการตรวจสภาพเพื่อความมั่นคงแข็งแรงจากพนักงานตรวจสภาพรถหรือจากสถานตรวจสภาพรถที่ได้รับอนุญาตจากทางราชการ ผู้ประจำรถ ได้แก่ ผู้ขับรถ ผู้เก็บค่าโดยสาร นายตรวจ และผู้บริการตามที่กำหนดในกฎกระทรวงต้องได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียน และห้ามมิให้ผู้ได้รับอนุญาตประกอบการขนส่งเพิ่ม ลด หรือยกเว้นค่าขนส่งหรือค่าบริการอย่างอื่นในการขนส่ง เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการ

13. พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 ถึง 2542 เกี่ยวกับการใช้รถ สัญญาณจราจร และเครื่องหมายจราจร การใช้ทางเดินรถ ข้อกำหนดเกี่ยวกับ

14. พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 ถึง 2547 ได้แบ่งรถยนต์ออกเป็น 3 ประเภท คือ รถยนต์สาธารณะ รถยนต์บริการ และรถยนต์ส่วนบุคคล โดยกฎหมายว่าด้วยทางหลวง ตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 259 ลงวันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 และการรักษาทางหลวงให้คงทนถาวรและมีบทบัญญัติกำหนดประเภทและชนิดของทางหลวง การเวนคืนอสังหาริมทรัพย์เพื่อสร้างทางหลวง รวมถึงประกาศกำหนดน้ำหนักบรรทุกสูงสุดของยานพาหนะที่ใช้บนทางหลวง

15. พระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 ถึง 2543 การควบคุมดูแลกิจการทำเรือหรือธุรกิจเกี่ยวกับทำเรือ ซึ่งหมายรวมถึงทำเรือเพื่อการท่องเที่ยวด้วย

16. พระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2456 ถึง 2540 การควบคุมดูแล การจัดระเบียบการเดินเรือสมุทรเพื่อการท่องเที่ยวและกิจการท่องเที่ยวทางน้ำประเภทต่าง ๆ โดยประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 68 ลงวันที่ 3 มกราคม พ.ศ.2515 เพื่อมีมาตรการป้องกันและปราบปรามการใช้แม่น้ำลำคลองเป็นที่จอดเรือเพื่อพักอาศัยโดยไม่เคลื่อนที่เป็นเวลานานจนก่อให้เกิดความสกปรกกรุงรัง

17. พระราชบัญญัติเรือไทย พ.ศ. 2481 ถึง 2540 การออกทะเบียนเรือสำหรับการค้าในน่านน้ำไทย การโอนกรรมสิทธิ์เรือการจ้างและบุริมสิทธิอันเกี่ยวกับเรือ ชื่อเรือ การเปลี่ยนแปลงเรือ และการเปลี่ยนแปลงเมืองท่าขึ้นทะเบียน

18. พระราชบัญญัติป้องกันเรือโดนกัน พ.ศ. 2522 เป็นการใช้และการห้ามใช้ไคโมไฟ การใช้ทุ่นเครื่องหมาย การใช้เสียงสัญญาณ สัญญาณเวลาอับจน การถือท้ายและการเดินเรือ รวมถึงกำหนดวิธี หลักการป้องกันเรือโดนกัน

19. พระราชบัญญัติการเดินอากาศ พ.ศ. 2497 ถึง 2542 เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ในส่วนของการชำระค่าธรรมเนียมการใช้สนามบินของนักท่องเที่ยว

20. พระราชบัญญัติการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ถึง 2538 เกี่ยวกับการให้บริการทำอากาศยาน และการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการทำอากาศยาน แต่เดิมใช้หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ คือ “การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย” แต่ปัจจุบันตาม พ.ร.บ. ฉบับล่าสุด (พ.ศ.2538) ปรับจากรัฐวิสาหกิจเป็น “บริษัทมหาชนจำกัด”

21. กฎหมายว่าด้วยทางหลวงตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 259 ลงวันที่ 28 พฤศจิกายน 2515 การรักษาทางหลวงให้คงทนถาวรและมีบทบัญญัติกำหนดประเภทและชนิดของทางหลวง การเวนคืนอสังหาริมทรัพย์เพื่อสร้างทางหลวง รวมถึงประกาศกำหนดน้ำหนักบรรทุกสูงสุดของยานพาหนะที่ใช้บนทางหลวง

22. ประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 68 ลงวันที่ 3 มกราคม พ.ศ. 2515 มาตรการป้องกันและปราบปรามการใช้แม่น้ำลำคลองเป็นที่จอดเรือเพื่อพักอาศัยโดยไม่เคลื่อนที่เป็นเวลานาน จนก่อให้เกิดความสกปรกกรุงรัง

2.5 บริบทจังหวัดนครราชสีมา

2.5.1 สภาพทั่วไป

1) ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือบนที่ราบสูงโคราช ระหว่างเส้นรุ้งที่ 14 - 16 องศาเหนือและเส้นแวงที่ 101 - 103 องศาตะวันออก ตัวจังหวัดอยู่ระหว่างจากกรุงเทพมหานครโดยรถยนต์เป็นระยะทาง 255 กิโลเมตร และโดยทางรถไฟเป็นระยะทาง 264 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 20,493.964 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 12,808,728 ไร่ เท่ากับร้อยละ 12.12 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขนาดของพื้นที่เป็นอันดับ 1 ของภาค มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดอื่น ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดจังหวัดชัยภูมิและจังหวัดขอนแก่น
ทิศตะวันออก	ติดจังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดขอนแก่น
ทิศใต้	ติดจังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดนครนายก และจังหวัดสระแก้ว
ทิศตะวันตก	ติดจังหวัดชัยภูมิ จังหวัดสระบุรี และจังหวัดลพบุรี

2) การปกครองและประชากร จากข้อมูลสรุปผลการสำรวจ สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา ไตรมาสที่ 3 ปี 2551

2.1) การปกครอง

ในปี พ.ศ. 2551 จังหวัดนครราชสีมาแบ่งการปกครองส่วนภูมิภาคเป็น 32 อำเภอ 287 ตำบล 3,743 หมู่บ้าน ได้แก่ อำเภอเมืองนครราชสีมา อำเภอแก่งสนามนาง อำเภอขามทะเลสอ อำเภอขามสะแกแสง อำเภอดง อำเภอครบุรี อำเภอจักราช อำเภอโชคชัย อำเภอ

ชุมพวง อำเภอด่านขุนทด อำเภอโนนแดง อำเภอโนนไทย อำเภอโนนสูง อำเภอหนองบุญมาก
อำเภอบ้านเหลื่อม อำเภอบัวใหญ่ อำเภอปากช่อง อำเภอประทาย อำเภอพิมาย อำเภอสีคิ้ว อำเภอ
สูงเนิน อำเภอเสิงสาง อำเภอลำทะเมนชัย อำเภอห้วยแถลง อำเภอปักธงชัย อำเภอวังน้ำเขียว
อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอเมืองยาง อำเภอเทพารักษ์ อำเภอพระทองคำ อำเภอบัวลาย และ
อำเภอสีดา

หน่วยราชการบริหารส่วนภูมิภาคมีทั้งสิ้น 30 หน่วยงาน สังกัดส่วนกลาง
196 หน่วยงาน หน่วยงานอิสระ 26 หน่วยงาน หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ 27 แห่ง หน่วยงานราชการ
บริหารส่วนท้องถิ่น จำนวน 334 หน่วยงาน คือ องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร
1 แห่ง เทศบาลเมือง 3 แห่ง เทศบาลตำบล 52 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 277 แห่ง

2.2) ด้านประชากร

จังหวัดนครราชสีมา มีประชากรมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ และเป็น
อันดับ 1 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในปี พ.ศ.2551 มีประชากรทั้งสิ้น 2,791,297 คน เป็นชาย
1,377,616 คน ร้อยละ 49.5 เป็นหญิง 1,413,681 ร้อยละ 50.5 อำเภอที่มีประชากรมากที่สุดได้แก่
อำเภอเมืองนครราชสีมา รองลงมาคืออำเภอปากช่อง อำเภอพิมาย อำเภอที่ประชากรน้อยที่สุดได้แก่
อำเภอบ้านเหลื่อม

ความหนาแน่นของประชากร 124.7 คนต่อตารางกิโลเมตรพื้นที่ที่มีความ
หนาแน่นของประชากรมากที่สุดคือ อำเภอเมืองนครราชสีมา มีประชากรหนาแน่นมากที่สุด
558.04 คน ต่อตารางกิโลเมตร รองลงมาคือ อำเภอแก้งสนามนาง 352.7 คน ต่อตารางกิโลเมตร
อำเภอที่มีความหนาแน่นน้อยที่สุดได้แก่อำเภอวังน้ำเขียว 36.85 คน ต่อตารางกิโลเมตร

2.3) การคมนาคม และการขนส่ง

จังหวัดนครราชสีมา ถือเป็นศูนย์กลางทางการคมนาคมของภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยมีเส้นทางติดต่อกับจังหวัดต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก 3 เส้นทาง คือ
ทางรถไฟ มีขบวนรถโดยสารผ่าน ขึ้น-ลง จากกรุงเทพฯ-อุบลราชธานี
และกรุงเทพฯ - อุตรธานี

ทางรถยนต์ มีทางหลวงแผ่นดิน ทางหลวงจังหวัดและถนนสายต่าง ๆ
ช่วยให้ประชาชนสามารถเดินทางภายในอำเภอ และระหว่างจังหวัดได้สะดวก มีเส้นทางเดินรถ
โดยสารประจำทาง จำนวน 127 เส้นทาง

ทางอากาศ มีท่าอากาศยานพาณิชย์ 1 แห่ง อยู่ที่อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

2.4) ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ

2.4.1) สภาพภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศของจังหวัดนครราชสีมา มีทั้งที่เป็นภูเขาสูง
ที่ราบลุ่ม พื้นที่ลูกคลื่นลอนตื้นและพื้นที่ลูกคลื่นลอนลึก โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 บริเวณ คือ

(1) บริเวณเทือกเขาที่สูงทางตอนใต้ของจังหวัด มีความสูงจาก
ระดับน้ำทะเลมากกว่า 250 เมตร อยู่ในบริเวณอำเภอปากช่อง อำเภอปักธงชัย อำเภอวังน้ำเขียว
อำเภอครบุรี และอำเภอเสิงสาง มีเทือกเขานี้เป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำ ลำธารหลายสาย ที่ไหล
ไปทางตะวันออกของภาค เช่น แม่น้ำมูล ลำตะของ ลำพระเพลิง และลำปลายมาศ พื้นที่ระหว่าง

เทือกเขาส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นลูกคลื่นลอนลึก และลูกคลื่นลอนตื้นตอนล่างของหุบเขา มีความลาดชันค่อนข้างมาก ทำให้มีการชะล้างพังทลายของหน้าดินในบริเวณนี้ค่อนข้างสูงเป็นพื้นที่ซึ่งจำเป็นต้องสงวน และอนุรักษ์ให้คงเป็นสภาพธรรมชาติ เพื่อรักษาคุณภาพของระบบนิเวศน์ และสถานท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ตลอดจนการอนุรักษ์แหล่งต้นน้ำลำธาร

(2) บริเวณที่สูงทางตอนกลางของจังหวัด มีความสูงจากระดับน้ำทะเลอยู่ระหว่าง 200 เมตร อยู่ในเขตอำเภอด่านขุนทด อำเภอเทพารักษ์ อำเภอสีคิ้ว อำเภอสูงเนิน อำเภอโนนไทย อำเภอพระทองคำ อำเภอขามทะเลสอ อำเภอเมือง อำเภอโชคชัย อำเภอหนองบุญมาก อำเภอจักราช และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ ลักษณะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นลูกคลื่นลอนตื้น ยกเว้นบริเวณใกล้เชิงเขามีลักษณะเป็นพื้นลูกคลื่นลอนลึก ที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำไหลผ่านหลายสาย ได้แก่ ลำตะของ ลำพระเพลิง ลำตะคอง และแม่น้ำมูล พื้นที่บางแห่งเป็นพื้นที่ราบซึ่งเป็นป่าหมดสภาพ ปัจจุบันเป็นพื้นที่ทำการเกษตร แต่บางแห่งปล่อยทิ้งไว้ว่างเปล่า ได้กำหนดให้เป็นเขตเตรียมการพัฒนาที่ดินใช้เป็นพื้นที่เกษตรกรรม ปศุสัตว์ อุตสาหกรรม และชุมชนเมือง ที่ดินประเภทปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตร

(3) พื้นที่ลูกคลื่นและพื้นที่ราบลุ่มทางตอนเหนือของจังหวัด มีความสูงจากระดับน้ำทะเลไม่เกิน 200 เมตร อยู่ในเขตอำเภอแก้งสนามนาง อำเภอบ้านเหลื่อม อำเภอบัวใหญ่ อำเภอสีดา อำเภอบัวลาย อำเภอโนนแดง อำเภอประทาย อำเภอลำทะเมนชัย อำเภอเมืองยาง อำเภอชุมพวง อำเภอพิมาย อำเภอคง อำเภอขามสะแกแสง อำเภอโนนสูง และอำเภอห้วยแถลง มีลักษณะเป็นพื้นที่ลูกคลื่นลอนตื้นที่สูงสลับที่นา บางตอนเป็นพื้นที่ราบลุ่มบริเวณริมฝั่งแม่น้ำลำเชียงไกร และลำปลายมาศ และมีที่ราบลุ่มบริเวณริมฝั่งลำสะแทก เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมเพื่อทำการเกษตร และการพัฒนาเมือง การพัฒนาอุตสาหกรรม การประมง

2.4.2) ลักษณะภูมิอากาศ และอุตุนิยมวิทยา

(1) อุณหภูมิ

จังหวัดนครราชสีมาในช่วงระหว่างปี 2545 ถึง 2551 มีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี มีค่าอยู่ในช่วง 20.49 – 35.11 องศาเซลเซียส โดยอุณหภูมิสูงสุดวัดได้ที่ 39.00 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 22 มีนาคม ปี 2551 และอุณหภูมิต่ำสุดวัดได้ที่ 13.8 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 2 มกราคม 2551

ตารางที่ 2.11 สถิติอุณหภูมิสูงสุดต่ำสุด

ปี พ.ศ.	อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย	อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย
2545	36.44	20.46
2546	35.97	20.02
2547	35.80	20.49
2548	35.32	22.35
2549	34.88	22.04
2550	35.80	22.35
2551	39.00	13.8

(2) ปริมาณน้ำฝน

จังหวัดนครราชสีมาปริมาณน้ำฝน ระหว่างปี 2545 ถึง 2551 จะอยู่ในช่วง 824.40 มม. ถึง 1,380.40 มม. ฝนตกมากที่สุดในปี 2548 วัดได้ 1,380.40 จำนวนวันฝนตก 126 วัน ส่วนฝนตกน้อยที่สุดในปี 2550 วัดได้ 826.70 มม. จำนวนวันฝนตก 87 วัน

ตารางที่ 2.12 สถิติปริมาณน้ำฝนและจำนวนวันที่ตกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

ปี พ.ศ.	ปริมาณน้ำฝน (มม.)	ปริมาณน้ำฝน (วัน)
2545	1,013.50	123
2546	933.00	109
2547	978.70	86
2548	1,380.40	126
2549	937.60	109
2550	826.70	87
2551	1,357.7	124

ที่มา: สถานีอุตุนิยมวิทยจังหวัดนครราชสีมา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551

2.5) ลักษณะการใช้ที่ดิน

จากรายงานของ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ปรากฏว่า การใช้ที่ดินของจังหวัดนครราชสีมา มีเนื้อที่ทั้งหมด 12,411,990 ไร่ สามารถแบ่งการใช้ที่ดิน ดังนี้

การใช้ที่ดิน	เนื้อที่	ร้อยละ
1. พื้นที่ป่าไม้	1,968,063 ไร่	15.37
2. พื้นที่การเกษตร	7,718,934 ไร่	63.96
2.1 ที่นา	3,817,384 ไร่	31.10
2.2 พืชไร่	3,248,661 ไร่	27.96
2.3 ไม้ผลไม้ยืนต้น	0,313,588 ไร่	2.43
2.4 พืชผัก และไม้ดอก	0,043,091 ไร่	0.27
2.5 ทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์	0,041,056 ไร่	0.29
2.6 ที่รกร้างว่างเปล่า	0,082,019 ไร่	0.63
2.7 ที่อยู่อาศัย	0,139,810 ไร่	1.03
2.8 อื่นๆ	0,033,325 ไร่	0.21
3. เนื้อที่ไม่ได้จำแนก	2,724,993 ไร่	21.27

หมายเหตุ ที่มาสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ปี 2550

จังหวัดนครราชสีมา เนื้อที่ส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย เก็บความชุ่มชื้นได้น้อย มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ มีพื้นที่เพียงบางส่วนที่เป็นดินเหนียว มีความอุดมสมบูรณ์ปานกลาง และค่อนข้างสูง ซึ่งเหมาะแก่การเกษตรกรรมเพียง 30.50 % ของพื้นที่ทั้งหมด ที่มีลักษณะดินที่แตกต่างกัน และมีความเหมาะสมกับพืชต่างกัน

บริเวณพื้นที่ดินเค็มที่มากที่สุดเป็นบริเวณที่สูง ที่มีหินเกลืออยู่ชั้นล่าง 1,722,337 ไร่ คิดเป็น 13.45 ของพื้นที่ทั้งหมด แพร่กระจายมากบริเวณอำเภอด่านขุนทด อำเภอชุมพวง อำเภอโนนไทย อำเภอแก้งสนามนาง อำเภอขามทะเลสอ และอำเภอพระทองคำ

บริเวณพื้นที่ดินเค็มน้อยที่สุด คือ พื้นที่ที่มีหน่วยสัมพันธ์ของบริเวณดินเค็มเล็กน้อย มีคราบเกลือมากกว่า 50 % ของพื้นที่ (ซึ่งถือว่าเป็นชนิดของดินที่มีความเค็มมากที่สุด) จำนวน 170,613 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.33 ของพื้นที่ทั้งหมด แพร่กระจายบริเวณอำเภอโนนไทย อำเภอด่านขุนทด อำเภอขามทะเลสอ อำเภอขามสะแกแสง อำเภอโนนแดง และอำเภอบัวใหญ่

ชนิดของดินที่มีความเค็มน้อยที่สุด คือหน่วยสัมพันธ์ของบริเวณที่สูงที่มีชั้นหินเกลืออยู่ชั้นล่างบริเวณที่ราบต่ำที่ศักดิ์เป็นดินเค็ม 246,777 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.93 ของพื้นที่ทั้งหมด แพร่กระจายบริเวณอำเภอชุมพวง และอำเภอห้วยแถลง

2.6) ทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งน้ำ

2.6.1) ทรัพยากรธรณี

จังหวัดนครราชสีมา มีแร่ธาตุหลายชนิดที่มีการสำรวจพบ ได้แก่ เกลือหิน โปแตส ทองแดง ยิปซั่ม ลิกไนท์ ดินเหนียวแดง

2.6.2) ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า

(1) ทรัพยากรป่าไม้

จากการแปลภาพถ่ายดาวเทียมปี พ.ศ. 2549 พบว่า จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่ป่าไม้ที่อยู่ในสภาพสมบูรณ์เนื้อที่ประมาณ 1,215,576 ไร่ คิดเป็นร้อยละ

15.20 ของพื้นที่จังหวัด พรรณไม้สำคัญที่ขึ้นอยู่ ได้แก่ ไม้ประดู่ ไม้แดง ไม้มะค่าโมง ไม้เต็ง ไม้รัง ไม้ยาง ไม้เหียง ไม้พลวง เป็นต้น มีการกำหนดให้เป็นพื้นที่ป่าไม้ตามกฎหมาย ดังนี้

(1.1) พื้นที่อุทยานแห่งชาติ จำนวน 2 แห่ง คืออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และอุทยานแห่งชาติทับลาน รวมเนื้อที่ประมาณ 1,412,425 ไร่

(1.2) พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ จำนวน 29 ป่า รวมเนื้อที่ประมาณ 4,864,238.50 ไร่ ซึ่งในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 10 , 17 มีนาคม 2535 จำแนกเขตการใช้ประโยชน์ที่ดินออกเป็น 3 เขต คือ

- เขตพื้นที่ป่าเพื่อการอนุรักษ์ (Zone C) เนื้อที่ประมาณ 1,575,217.75 ไร่

- เขตพื้นที่ป่าเพื่อเศรษฐกิจ (Zone E) เนื้อที่ประมาณ 3,282,186.50 ไร่

- เขตพื้นที่เหมาะสมการเกษตร (Zone A) เนื้อที่ประมาณ 91,012.00 ไร่

โดยพื้นที่ป่าเพื่อเศรษฐกิจ (Zone E) บางส่วน และพื้นที่เหมาะสมการเกษตร (Zone A) กรมป่าไม้ได้มอบพื้นที่ให้สำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรนำไปปฏิรูปเพื่อเกษตรกรรมแล้ว

จังหวัดนครราชสีมา มีภูเขาที่สำคัญ ได้แก่ เขาเขียว เขากบินทร์ เขาบรรทัด เขาสนกำพวด เขาตองพญาเย็น เขาตองพญาไฟ และเขาใหญ่

(2) ทรัพยากรสัตว์ป่า

พื้นที่จังหวัดนครราชสีมา มีทรัพยากรสัตว์ป่าที่สำคัญหลายชนิด เช่น ช้าง เก้ง กวาง ลิง นกชนิดต่าง ๆ เป็นต้น ส่วนสัตว์ป่าชนิดหายากหรือใกล้จะสูญพันธุ์ ได้แก่ กระต๊อบ แมวหลายหินอ่อน เสียงผา และนกเงือก เป็นต้น

สัตว์ป่าใหญ่พบในพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติทับลาน และพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติต่าง ๆ ที่มีสภาพป่าธรรมชาติเป็นที่อยู่อาศัย ที่หลบซ่อน และแหล่งอาหารของสัตว์ป่า

2.6.3) แหล่งน้ำ

สภาพแหล่งน้ำ มีทั้งแหล่งน้ำธรรมชาติที่สำคัญมี 9 กลุ่มน้ำ ได้แก่ กลุ่มน้ำมูลตอนบน, กลุ่มน้ำลำพระเพลิง, กลุ่มน้ำลำตะคอง, กลุ่มน้ำลำเชียงไกร, กลุ่มน้ำลำชี, กลุ่มน้ำลำสะแกก, กลุ่มน้ำลำมูลตอนล่าง, กลุ่มน้ำลำจักรราช และกลุ่มน้ำลำปลายมาศ รวมพื้นที่กลุ่มน้ำ 20,493 ตร.กม. ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1,078.6 มม./ปี ปริมาณน้ำท่าเฉลี่ย 3,512 ล้าน ลบ.ม. /ปี ปัจจุบันช่วยเหลือพื้นที่ชลประทาน 702,458 ไร่ คิดเป็น 5.48 % ของพื้นที่จังหวัดทั้งหมด

จังหวัดนครราชสีมา มีอ่างเก็บน้ำที่สำคัญ ๆ ดังต่อไปนี้

โครงการชลประทานขนาดใหญ่

(1) อ่างเก็บน้ำลำตะคอง ที่ตั้งตำบลคลองไผ่ อำเภอสีคิ้ว ความจุ 314.49 ล้านลูกบาศก์เมตรพื้นที่ชลประทาน 164,186 ไร่

(2) อ่างเก็บน้ำลำพระเพลิง ที่ตั้งตำบลตะขบ อำเภอปักธงชัย ความจุ 110.00 ล้านลูกบาศก์เมตร พื้นที่ชลประทาน 67,760 ไร่ และอ่างเก็บน้ำลำสำลาย ที่ตั้งตำบลตะขบ อำเภอปักธงชัย ความจุ 39.8 ล้านลูกบาศก์เมตร พื้นที่ชลประทาน 17,200 ไร่

(3) อ่างเก็บน้ำมูลบน ที่ตั้ง ตำบลจระเข้หิน อำเภอครบุรี ความจุ 141 ล้านลูกบาศก์เมตร พื้นที่ชลประทาน 45,136 ไร่ และเขื่อนลำแะเซ ที่ตั้งตำบลจระเข้หิน อำเภอครบุรี ความจุ 275 ล้านลูกบาศก์เมตร พื้นที่ชลประทาน 113,750 ไร่

(4) อ่างเก็บน้ำลำปลายมาศ ที่ตั้ง ตำบลโนนสมบูรณ์ อำเภอเสิงสาง ความจุ 98.00 ล้านลูกบาศก์เมตร พื้นที่ชลประทาน 24,536 ไร่ (เฉพาะจังหวัดนครราชสีมา) และอ่างเก็บน้ำห้วยเตย ที่ตั้ง ตำบลสระตะเคียน อำเภอเสิงสาง ความจุ 4.100 ล้านลูกบาศก์เมตร พื้นที่ชลประทาน 4,000 ไร่

(5) เขื่อนพิมาย ที่ตั้ง ตำบลในเมือง อำเภอพิมาย เป็นเขื่อนทดน้ำ - ระบายน้ำในลำน้ำมูล ช่วยเหลือพื้นที่ชลประทาน 152,931 ไร่

ตารางที่ 2.13 โครงการชลประทานขนาดกลาง โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ และโครงการพิเศษ

ที่	ชื่อโครงการ	ที่ตั้ง		ความจุ (ล้าน ลบ.ม.)	พื้นที่ชลประทาน (ไร่)
		ตำบล	อำเภอ		
1	อ่างเก็บน้ำห้วยบ้านยาง	โคกกรวด	เมืองนครราชสีมา	6.519	1,200
2	อ่างเก็บน้ำบึงตาหลัว	หนองไผ่ล้อม	เมืองนครราชสีมา	1.401	อุบลโกค-บริโกค
3	อ่างเก็บน้ำหนองแหน	หนองศาลา	เมืองนครราชสีมา	0.696	อุบลโกค-บริโกค
4	อ่างเก็บน้ำหนองบัว	หัวทะเล	เมืองนครราชสีมา	0.234	อุบลโกค-บริโกค
5	อ่างเก็บน้ำหนองปรือ	หัวทะเล	เมืองนครราชสีมา	0.062	อุบลโกค-บริโกค
6	อ่างเก็บน้ำแก่งกิงพล(สนามกีฬา)	ปรุใหญ่	เมืองนครราชสีมา	0.300	อุบลโกค-บริโกค
7	อ่างเก็บน้ำห้วยยาง	ธงชัยเหนือ	ปักธงชัย	5.539	1,200
8	อ่างเก็บน้ำห้วยบะฮีแตน	อุดมทรัพย์	วังน้ำเขียว	1.800	อุบลโกค-บริโกค
9	อ่างเก็บน้ำบึงหนองคู	ขามทะเลสอ	ขามทะเลสอ	0.354	อุบลโกค-บริโกค
10	อ่างเก็บน้ำห้วยซับประดู่	มิตรภาพ	สีคิ้ว	27.664	12,000
11	อ่างเก็บน้ำห้วยซับหวาย	ปากช่อง	ปากช่อง	0.080	อุบลโกค-บริโกค
12	อ่างเก็บน้ำธารอศอก	กลางดง	ปากช่อง	-	อุบลโกค-บริโกค
13	อ่างเก็บน้ำห้วยจับพง	สำนักตะคร้อ	เทพารักษ์	0.936	700
14	อ่างเก็บน้ำห้วยปราสาทใหญ่	ห้วยบง	ด่านขุนทด	8.700	5,126

ตารางที่ 2.13 (ต่อ)

ที่	ชื่อโครงการ	ที่ตั้ง		ความจุ (ล้าน ลบ.ม.)	พื้นที่ชลประทาน (ไร่)
		ตำบล	อำเภอ		
15	อ่างเก็บน้ำบ้านโนนสง่า	พันชนะ	ด่านขุนทด	0.900	อุบโภาค-บริโภาค
16	อ่างเก็บน้ำห้วยสามบาท แก่งซ้าย	หนองกรด	ด่านขุนทด	0.750	อุบโภาค-บริโภาค
17	ฝายห้วยสามบาทแก่งซ้าย	หนองกรด	ด่านขุนทด	-	300
18	ฝายบ้านใหม่ศรีสุข	หนองกรด	ด่านขุนทด	0.090	200
19	ฝายหนองมะขามเต่า	หนองกรด	ด่านขุนทด	0.900	200
20	สระบ้านไร่	กุดพิมาน	ด่านขุนทด	0.065	อุบโภาค-บริโภาค
21	หนองตองตอด	กุดพิมาน	ด่านขุนทด	0.257	อุบโภาค-บริโภาค
22	อ่างเก็บน้ำลำเชียงไกร (ตอนบน)	บ้านเก่า	ด่านขุนทด	4.500	อุบโภาค-บริโภาค
23	อ่างเก็บน้ำลำเชียงไกร (ตอนล่าง)	บัลลังก์	โนนไทย	27.700	23,000
24	อ่างเก็บน้ำหนองกก	พังเทียม	พระทองคำ	2.916	400
25	อ่างเก็บน้ำบึงถนนหัก	โตนด	โนนสูง	0.808	450
26	อ่างเก็บน้ำห้วยตะคร้อ	หนองมะนาว	คง	9.500	3,761
27	ฝายหนองโพ	เทพาลัย	คง	1.260	1,500
28	ฝายยางบ้านโนนกกอก	สามเมือง	สีดา	0.320	อุบโภาค-บริโภาค
29	อ่างเก็บน้ำห้วยยางพะไล	บึงพะไล	แก่งสนามนาง	13.300	6,926
30	ฝายยางบ้านแก่งสนาม นาง	โนนสำราญ	แก่งสนามนาง	7,000	อุบโภาค-บริโภาค
31	สถานีสูบน้ำแห่งที่ 1	โนนสำราญ	แก่งสนามนาง	-	1,200
32	สถานีสูบน้ำแห่งที่ 2	แก่งสนามนาง	แก่งสนามนาง	-	10,975
33	อ่างเก็บน้ำห้วยน้ำเค็ม	บัวใหญ่	บัวใหญ่	0.671	671
34	อ่างเก็บน้ำบึงบัวใหญ่	บัวใหญ่	บัวใหญ่	0.672	อุบโภาค-บริโภาค
35	อ่างเก็บน้ำบึงกระโดน	ประทาย	ประทาย	10.214	2,900
36	อ่างเก็บน้ำห้วยบง	ประสุข	ชุมพวง	14.440	9,085
37	ฝายชุมพวง	หนองหลัก	ชุมพวง	4.100	10,385

ตารางที่ 2.13 (ต่อ)

ที่	ชื่อโครงการ	ที่ตั้ง		ความจุ (ล้าน ลบ.ม.)	พื้นที่ชลประทาน (ไร่)
		ตำบล	อำเภอ		
38	ฝายบ้านยาง	ชุมพวง	ชุมพวง	2.680	อุบโกค-บริโกค
39	ฝายบ้านโคกตอง	ท่าลาด	ชุมพวง	1.350	อุบโกค-บริโกค
40	ฝายบ้านโนนตูม	สาหร่าย	ชุมพวง	1.220	อุบโกค-บริโกค
41	อ่างเก็บน้ำห้วยสะกาด	นิคม	พิมาย	3.578	3,000
42	อ่างเก็บน้ำลำฉมวก	ห้วยประทู	ห้วยแถลง	23.445	13,500
43	ฝายบ้านดอนทะยุง	จิว	ห้วยแถลง	1.735	อุบโกค-บริโกค
44	อ่างเก็บน้ำโกรกกระโดน	สีสุก	จักราช	1.469	930
45	อ่างเก็บน้ำห้วยอ่างหิน	ศรีละกอ	จักราช	0.351	400
46	ฝายบ้านเหมต่า	ทองหลาง	จักราช	1.400	อุบโกค-บริโกค
47	อ่างเก็บน้ำโกรกไม้แดง	ท่าช้าง	เฉลิมพระเกียรติ	2.800	700
48	ฝายยางบ้านส้ม	ท่าช้าง	เฉลิมพระเกียรติ	1.605	อุบโกค-บริโกค
49	อ่างเก็บน้ำห้วยเพ็ญ	ลำเพ็ญ	ครบุรี	1.500	อุบโกค-บริโกค
50	อ่างเก็บน้ำห้วยทับคร้ว	จระเข้หิน	ครบุรี	5.000	อุบโกค-บริโกค
51	อ่างเก็บน้ำโป่งขนวน	ลำเพ็ญ	ครบุรี	0.070	อุบโกค-บริโกค
52	อ่างเก็บน้ำบ้านจัดสรร	ลำเพ็ญ	ครบุรี	0.150	350
53	อ่างเก็บน้ำคลองน้ำมัน	ลำเพ็ญ	ครบุรี	0.253	700
54	อ่างเก็บน้ำห้วยหิน	โนนสมบูรณ์	เสิงสาง	1.950	350
55	ฝายบ้านวังคล้า	โนนสมบูรณ์	เสิงสาง	-	อุบโกค-บริโกค
56	ฝายห้วยหิน	โนนสมบูรณ์	เสิงสาง	0.150	850
	รวม			205.354	112,959

ที่มา: โครงการชลประทานนครราชสีมา

2.7) สภาพทางเศรษฐกิจ

2.7.1) การผลิตการเกษตรฤดูกาลผลิต ปี 2549/2550

จังหวัดนครราชสีมา มีการใช้ประโยชน์พื้นที่ทำการเกษตร 8,192,163 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ปลูกข้าว 3,886,968 ไร่ ร้อยละ 51.75 ของการใช้ประโยชน์พื้นที่ทำการเกษตร (ข้าวมะลิ 2,828,892 ไร่) รองลงมาพื้นที่ปลูกพืชไร่ 3,481,985 ไร่ ร้อยละ 43.66 ประกอบด้วย มันสำปะหลัง 2,074,240 ไร่ ร้อยละ 27.59 อ้อยโรงงาน 449,710 ไร่ ร้อยละ 5.98 และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 958,035 ไร่ ร้อยละ 12.74 ไม้ผลไม้ยืนต้น 302,156 ไร่ ร้อยละ 4.02 พืชผัก/ไม้ดอก 28,258 ไร่ ร้อยละ 0.38 โดยมีครัวเรือนเกษตรกร 319,623 ครัวเรือน หรือ 1,278,492 ราย ร้อยละ 47.41 ของประชากรทั้งจังหวัด

ฤดูกาลผลิต ปี 2549/2550 จังหวัดนครราชสีมา มีมูลค่าเพิ่มภาคการเกษตร (value added) ทั้งสิ้น 29,437 ล้านบาท แยกเป็นข้าว 6 พันล้านบาท มันสำปะหลัง 5 พันล้านบาท อ้อยโรงงาน 2,500 ล้านบาท ข้าวโพด เลี้ยงสัตว์ 2 พันล้านบาท พริก 700 ล้านบาท ไข่ 1,600 ล้านบาท สุกร 600 ล้านบาท เป็นต้น เกษตรกรมีรายได้ ภาคการเกษตร 60,292 บาท/ครัวเรือน รายจ่ายภาคการเกษตร 44,277 บาท/ครัวเรือน

ปัญหาหลักด้านการเกษตร

(1) ดิน จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่เค็ม 2,139,727 ไร่ หรือ ร้อยละ 26.12 ของพื้นที่การเกษตรทั้งจังหวัดพื้นที่ดินส่วนใหญ่ขาดการปรับปรุงบำรุงดินหรือมีการปรับปรุงดินแต่ยังไม่เพียงพอต่อการเจริญเติบโตของพืชหรือดินมีโครงสร้างแข็ง (Hard Soil) 3,245,287 ไร่ หรือร้อยละ 39.61

(2) น้ำ จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่ชลประทาน 639,770 ไร่ ร้อยละ 7.81 ของพื้นที่การเกษตรที่เหลือร้อยละ 92.19 อาศัยน้ำฝน ทำให้ในช่วงการเพาะปลูก ประสบภาวะฝนทิ้งช่วง หรือ ฝนไม่กระจายทั่วถึงทำให้ผลผลิตต่ำ

2.7.2) การปศุสัตว์

จังหวัดนครราชสีมา ปี 2550 มีการเลี้ยงสัตว์ที่สำคัญ ๆ ได้แก่ โคนม 65,608 ตัว โคเนื้อ 573,628 ตัว กระบือ 66,597 ตัว เป็ด 1,525,686 ตัว ไข่ 22,421,536 ตัว สุกร 386,093 ตัว เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ จำนวน 207,145 ราย

2.7.3) การประมง

จังหวัดนครราชสีมา มีเกษตรกรผู้ประกอบการเลี้ยงสัตว์น้ำ 30,865 ราย พื้นที่ประมาณ 20,000 ไร่ ปี 2549 ปริมาณสัตว์น้ำจืดที่จับได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติ จำนวน 2,632,345 กิโลกรัม มูลค่า 43,373,708 บาท ชนิดของปลาที่จับได้มากที่สุดได้แก่ ปลาตะเพียน ปลาช่อน ปลานิล ปลาดุก ปลาหมอ เป็นต้น มีสถานประมงผลิตพันธุ์ปลาจำนวน 1 แห่ง ผลิตพันธุ์ปลาได้ประมาณ 30 ล้านปี มีฟาร์มเอกชน จำนวน 13 ฟาร์ม ผลิตพันธุ์ปลาได้จำนวน 130 ล้านตัว/ปี จำนวนพันธุ์ปลาที่เพาะเลี้ยงได้ในปี 2549 จำนวน 46,800,000 ตัว จังหวัดนครราชสีมา มีผู้เลี้ยงจระเข้ 32 ราย จำนวนจระเข้ 38,613 ตัว

2.7.4) อุตสาหกรรม

จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่มีการลงทุนและการขยายตัวด้านการลงทุนสูงสุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การอุตสาหกรรมเหมืองแร่ ในปี พ.ศ 2550 มีเหมืองแร่สัมปทานที่เปิดทำการแล้ว 26 แปลง ชนิดของแร่ที่ผลิตได้มากที่สุด คือ หินปูน (หินอุตสาหกรรมชนิดก่อสร้าง) จำนวน 2,254,720 ตัน รองลงมา เหล็กหิน จำนวน 1,121,870 ตัน สำหรับหินปูนและเหล็กหินผลิตได้มากเป็นอันดับที่ 1 ของประเทศ ด้านอุตสาหกรรม มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมจำพวกที่ 2 และจำพวกที่ 3 จำนวน 2,287 โรงงาน เงินลงทุน 196,458,248,446.21 บาท คนงานจำนวน 123,186 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550) ดังนี้

(1) จำแนกตามขนาดการลงทุน

ตารางที่ 2.14 แสดงการลงทุนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามขนาดการลงทุน

ขนาด(เงินลงทุน)	จำนวนโรงงาน (โรงงาน)	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)
เล็ก (เงินทุนน้อยกว่า 10 ล้านบาท)	1,676 (73.28%)	3,720,103,390 (1.89%)	19,156 (15.55%)
กลาง (เงินทุน 10-100 ล้านบาท)	458 (20.03%)	15,652,986,110.45 (7.97%)	27,881 (22.63%)
ใหญ่ (เงินทุนมากกว่า 100 ล้านบาท)	153 (6.69%)	177,085,158,945.76 (90.14%)	76,149 (61.82%)
รวม	2,287 (100%)	196,458,248,446.21 (100%)	123,186 (100%)

(2) จำแนกตาม ประเภทอุตสาหกรรม 21 ประเภท

ตารางที่ 2.15 แสดงการลงทุนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม 21 ประเภท

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวน	เงินทุน (ล้านบาท)	คนงาน
1.อุตสาหกรรมเกษตร	401	11,671,865,895	7,736
2.อุตสาหกรรมอาหาร	230	18,382,733,095	14,278
3.อุตสาหกรรมเครื่องดัด	15	2,138,127,122	1,190
4.อุตสาหกรรมสิ่งทอ	58	2,987,136,585	14,956
5.อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย	32	1,107,437,361	8,482
6.อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	9	324,779,300	2,423
7.อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	104	1,116,707,646	2,868

ตารางที่ 2.15 (ต่อ)

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวน	เงินทุน (ล้านบาท)	คนงาน
8. อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน	66	439,818,000	2,226
9. อุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์จากกระดาษ	8	292,887,549	176
10. อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	11	281,223,600	299
11. อุตสาหกรรมเคมี	41	98,902,934,811	2,158
12. อุตสาหกรรมปิโตรเคมีและผลิตภัณฑ์	8	622,676,475	240
13. อุตสาหกรรมยาง	24	1,384,057,083	2,840
14. อุตสาหกรรมพลาสติก	103	9,104,417,770	10,194
15. อุตสาหกรรมโลหะ	284	3,215,266,096.45	4,375
16. อุตสาหกรรมโลหะ	11	4,405,741,664	1,128
17. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ	180	4,066,046,131.14	3,299
18. อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล	188	6,057,937,474.45	11,595
19. อุตสาหกรรมไฟฟ้า	48	9,912,302,306.37	17,729
20. อุตสาหกรรมขนส่ง	294	7,388,676,903.80	7,329
21. อุตสาหกรรมอื่นๆ	172	12,655,475,578	7,665
รวม	2,287	196,458,248,446.21	123,186

จังหวัดนครราชสีมา ไม่มีนิคมอุตสาหกรรมมีเพียงเขตประกอบการอุตสาหกรรม ที่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 30 แห่ง พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 จำนวน 2 แห่ง คือ

1) เขตอุตสาหกรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อำเภอแก้งสนามนาง) ขณะนี้ยังไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่

2) เขตอุตสาหกรรมนวนคร (อำเภอสูงเนิน) มีโรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่ จำนวน 4 โรงงาน เงินลงทุน จำนวน 1,562,021,981 บาท คนงาน จำนวน 1,085 คน

นอกจากนี้ มีภาคเอกชนทำการพัฒนาที่ดินเพื่อรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม จำนวน 1 แห่ง คือ บริษัท อุตสาหกรรมสุรนารี จำกัด (อำเภอเมืองนครราชสีมา) มีโรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่ จำนวน 55 โรงงาน เงินลงทุน จำนวน 108,095,721,991.14 บาท คนงานจำนวน 16,864 คน

2.7.5) ผลิตภัณฑ์ใหม่

จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุน (ข้อมูล สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ปี 2550) ปี 2546 จำนวน 100 ราย ปี 2547 จำนวน 120 ราย ปี

2548 จำนวน 147 ราย ปี 2549 จำนวน 167 ราย ปี 2550 จำนวน 197 ราย จำแนกตามอำเภอต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.16 แสดงจำนวนผู้ประกอบการใหม่จังหวัดนครราชสีมา ประจำปี 2550

อำเภอ	จำนวนกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ (กลุ่ม)					รวม
	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	
ปักธงชัย	51	20	1	8		80
คง	1		5	1	2	9
ครบุรี	2					2
จักราช	4		3			7
ชุมพวง	2		2	1	1	6
โนนแดง	2			1		3
บัวลาย	4		1	1	4	10
บัวใหญ่	6		4	1	6	17
บ้านเหลื่อม	1			1		2
ประทาย	8		5	1		14
ปากช่อง	1					1
พิมาย	2					2
เมือง	6			1	6	13
เมืองยาง	1		1	2	3	7
สีคิ้ว	1					1
สีดา	2			2	3	7
เสิงสาง	4				1	5
ห้วยแถลง	2		3			5
แก้งสนามนาง			2		4	6
รวม	100	20	27	20	30	197

ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด	ผลการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ ปี 2546 -2550					
	หน่วยวัด	2546	2547	2548	2549	2550
นครราชสีมา	ล้านบาท	1,078.95	1,648.74	2,248.98	2,610.54	2,853.91

2.8) สถานการณ์ด้านแรงงาน

ผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร โดยในช่วงเดือน (ตุลาคม - ธันวาคม 2550) สรุปรายละเอียดได้ดังนี้ จังหวัดนครราชสีมา มีประชากรทั้งสิ้น 2,791,297 คน โดย

สัดส่วนประชากรเพศหญิงมีมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เพศหญิง มีจำนวน 1,413,681 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 เพศชาย มีจำนวน 1,3776,616 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 โดยประชากรทั้งหมดพบว่าเป็นผู้อยู่ในวัยทำงานหรืออายุ 15 ปีขึ้นไป มีจำนวน 1,569,352 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 ขณะที่ผู้มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มี 641,116 คน หรือร้อยละ 23.0 และมีผู้ไม่อยู่ในกำลังแรงงาน 580,829 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8

2.8.1) การมีงานทำ

ประชากรผู้มีงานทำของจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1,569,352 คนนั้น พบว่า เป็นชาย 858,540 คน และหญิง 710,812 คน หรือร้อยละ 59.2 และ 47.2 ของจำนวนผู้มีงานทำตามลำดับ ผู้มีงานทำ 1,569,352 คน พบว่า ทำงานในภาคเกษตรกรรม 651,959 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 ของผู้มีงานทำทั้งหมด ผู้ทำงานนอกภาคเกษตรกรรมมีจำนวน 917,393 คน ร้อยละ 58.1 ของผู้ทำงานทั้งหมด โดยกลุ่มผู้ทำงานนอกภาคเกษตรกรรมจะทำงานในสาขาการผลิตมากที่สุด มี 255,401 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ผู้ทำงานในสาขาการขายส่งการขายปลีก การซ่อมแซม ยานยนต์ รถจักรยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคล และของใช้ในครัวเรือน จำนวน 240,353 คน ร้อยละ 15.5 สาขาโรงแรม และภัตตาคาร จำนวน 88,414 คน หรือ ร้อยละ 5.7 ผู้ทำงานด้านก่อสร้าง จำนวน 87,053 คน ร้อยละ 5.6 ผู้ทำงานด้านการบริหารราชการและการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกันสังคมภาคบังคับ และการศึกษา ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 53,519 คน และ 46,805 คนตามลำดับ หรือร้อยละ 3.5 และ 3.0 และผู้ทำงานด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ ผู้ทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า และกิจกรรมทางธุรกิจ ผู้ทำงานกิจกรรมด้านบริการชุมชน สังคมและการบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ ผู้ทำงานด้านการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคม จำนวน 29,129 คน 27,650 คน 26,367 คน และ 25,818 คน หรือร้อยละ 1.9, 1.8, 1.7 และ 1.7 ตามลำดับ ที่เหลือกระจายอยู่ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ

2.8.2) การว่างงาน

ไตรมาส 3/2551 ของจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ว่างงานทั้งสิ้น จำนวน 18,765 คน เป็นชาย 15,459 คน และหญิง 3,306 คน คิดเป็นร้อยละ 82.4 และ 17.6

สำหรับอัตราการว่างงานของประชากร ซึ่งหมายถึง สัดส่วนของผู้ว่างงานต่อจำนวนประชากรที่อยู่ในกำลังแรงงาน พบว่า จังหวัดนครราชสีมา มีอัตราการว่างงานร้อยละ 1.2 โดยชายมีอัตราการว่างงานร้อยละ 1.8 และหญิงมีอัตราการว่างงานร้อยละ 0.5

การจัดหางาน มีทั้งการหางานในประเทศและต่างประเทศ โดยการจัดหางานในจังหวัดนครราชสีมา ในช่วงไตรมาสที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน ปี 2550) มีตำแหน่งงานว่างที่แจ้งผ่านสำนักงานจัดหางานจังหวัดนครราชสีมา 5,910 อัตรา ในส่วนของผู้ลงทะเบียนสมัครงาน ไตรมาสนี้พบว่ามีจำนวน 9,706 คน ขณะที่ผู้ได้รับการบรรจุงานในไตรมาสนี้มีจำนวน 1,411 คน

2.8.3) แรงงานต่างด้าว

แรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานอย่างถูกกฎหมาย ณ เดือนไตรมาส 3 ปี 2550 มีจำนวนทั้งสิ้น 943 คน โดยส่วนใหญ่เป็นแรงงานประเภทชั่วคราว จำนวน 402 คน (ร้อยละ 42.62) รองลงมาเป็นประเภทส่งเสริมการลงทุน จำนวน 320 คน (ร้อยละ 33.93)

ประเภทตลอดชีพ จำนวน 163 คน (ร้อยละ 17.28) และประเภทมาตรา 12 ยกเว้นมติกรม. จำนวน 58 คน (ร้อยละ 6.15)

สำหรับแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตตามมติ กรม. จังหวัด นครราชสีมา จำแนกตามสัญชาติ ปี 2549 เดือนกรกฎาคม 2550 สูงสุดได้แก่ พม่า 1,565 คน รองลงมา กัมพูชา 187 คน และลาว 154 คน

2.9) การศึกษา

2.9.1) จังหวัดนครราชสีมาแบ่งเขตพื้นที่การศึกษา รวม 7 เขตพื้นที่ การศึกษา การจัดการศึกษามีทั้งการศึกษาในระบบโรงเรียน และนอกระบบโรงเรียน จำนวนทั้งสิ้น 1,583 แห่ง ในปีการศึกษา 2550 มีจำนวนนักเรียนเขต 1 – 7 จำนวน 376,328 คน

2.9.2) นักศึกษาที่จบการศึกษาในสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา 12 แห่ง ประจำปีการศึกษา 2549 ดังนี้

- (1) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 3,510 คน
- (2) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 3,815

คน

2.9.3) สถานศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ทั้งของ ภาครัฐและเอกชน จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี สุรนารี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาราช วิทยาลัยนครราชสีมา วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันทันนครราชสีมา

2.9.4) นักศึกษาที่จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) ดังนี้

- (1) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
 - ปีการศึกษา 2549 จำนวน 988 คน
 - ปีการศึกษา 2550 จำนวน 1,095 คน
- (2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
 - ปีการศึกษา 2549 จำนวน 895 คน
 - ปีการศึกษา 2550 จำนวน 1,238 คน
- (3) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
 - ปีการศึกษา 2549 จำนวน 2,666 คน
 - ปีการศึกษา 2550 จำนวน 3,470 คน
- (4) มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
 - ปีการศึกษา 2549 จำนวน 955 คน
 - ปีการศึกษา 2550 จำนวน 737 คน

2.10) การสาธารณสุข

ปี พ.ศ. 2551 จังหวัดนครราชสีมามีประชากรที่มีอายุขัยเฉลี่ยของเพศ ชายเท่ากับ 70.52 ปี เพศหญิงเท่ากับ 76.79 ปี มีโรงพยาบาลทั้งหมด 42 แห่ง เป็นโรงพยาบาล ภาครัฐสังกัดสาธารณสุข 30 แห่ง เป็นระดับโรงพยาบาลศูนย์ขนาด 1,406 เตียง 1 แห่ง โรงพยาบาล

ชุมชน 27 แห่ง 1,603 เตียง โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ 1 แห่ง และโรงพยาบาลจิตเวช 1 แห่ง สังกัดกลาโหม 2 แห่ง 430 เตียง และเอกชน 10 แห่ง 805 เตียง มีศูนย์สุขภาพชุมชน 84 แห่ง และศูนย์สุขภาพชุมชนในเขตเมือง 8 แห่ง อัตราส่วนแพทย์ต่อประชากรเท่ากับ 1 : 4,724 ทันตแพทย์ต่อประชากรเท่ากับ 1 : 19,279 เภสัชกรต่อประชากร 1 : 11,148 พยาบาลวิชาชีพต่อประชากรเท่ากับ 1 : 879 จำนวนผู้ป่วยนอกมารับการรักษาพยาบาล 7,110,379 ครั้ง จำนวนผู้ป่วยใน 236,080 คน สาเหตุการป่วยของผู้ป่วยนอกสูงสุดคือ โรคระบบทางเดินหายใจ โรคระบบย่อยอาหาร โรคระบบกล้ามเนื้อ สาเหตุการป่วยของผู้ป่วยในสูงสุด คือโรคเกี่ยวกับต่อมไร้ท่อ โรคติดเชื้อทางเดินอาหาร โรคความดันโลหิตสูง โรคทางระบาดวิทยาที่เป็นปัญหาสูงสุด คือ โรคอุจจาระร่วง ไข้ไม่ทราบสาเหตุ ปอดบวม สาเหตุการตายสูงสุดได้แก่ โรคติดเชื้อและปรสิต มะเร็งและเนื้องอก โรคระบบไหลเวียนเลือด เมื่อวิเคราะห์ทางระบาดวิทยาพบสาเหตุการตายสูงสุดได้แก่ โรคปอดบวม ฆ่าตัวตาย อุจจาระร่วง

อัตราการเกิดมีชีพเท่ากับ 10.73 ต่อพันประชากร อัตราตายเท่ากับ 5.86 ต่อพันประชากร และอัตราเพิ่มตามธรรมชาติเท่ากับ 4.87 ต่อพันประชากร อัตราทารกตายเท่ากับ 7.16 ต่อพันการเกิดมีชีพ อัตราทารกตายปริกำเนิด 3.38 ต่อพันการเกิดทั้งหมดและอัตรา มารดาตายเท่ากับ 18.17 ต่อแสนการเกิดมีชีพ มีสตรีสมรสในวัยเจริญพันธุ์ จำนวน 554,833 คน ได้รับการวางแผนครอบครัว 445,847 คน คิดเป็นอัตราการวางแผนครอบครัว ร้อยละ 80.3

ประชากรมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ณ ธันวาคม 2551 จำนวน 2,580,606 คน คิดเป็นร้อยละ 99.83 ของประชากรที่อาศัยอยู่จริง โดยแบ่งตามสิทธิการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ได้แก่

ข้าราชการ	198,718 คน
ประกันสังคม	458,037 คน
ประกันสุขภาพ	1,919,448 คน
ไม่ได้ประกันสุขภาพ	4,403 คน

จากการวิเคราะห์พบว่า ประชาชนจังหวัดนครราชสีมาป่วยด้วยโรคที่พบมากในพื้นที่ ได้แก่

1) ไข้เลือดออก พบมากที่สุดอายุ 10 - 14 ปี พบอัตราป่วยสูงสุดในอำเภอ ห้วยแถลง วังน้ำเขียว บัวใหญ่ เทพารักษ์ และแก่งสนามนาง พบอัตราการป่วยตายในอำเภอ ปักธงชัย

2) อุจจาระร่วง มีการกระจายในทุกกลุ่มอายุ พบมากในกลุ่มอายุ 0 - 4 ปี 5 - 9 ปี และมากกว่า 65 ปีตามลำดับ โดยพบมากในช่วงไตรมาสแรก และตามเทศกาล โดยพบอัตราป่วยสูงสุดในอำเภอขามทะเลสอ โชคชัย ห้วยแถลง โนนแดง และสีคิ้ว

3) วัณโรคและเอชไอวี มีความสัมพันธ์กัน โดยพบว่าผู้ป่วยเอชไอวีที่เป็นวัณโรคมีอัตราเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปัจจุบัน

4) ปอดบวม กลุ่มที่ป่วยมากที่สุด และเป็นสาเหตุการตายของโรคทางระบาดวิทยาอันดับหนึ่ง โดยพบมากในกลุ่มผู้สูงอายุที่มากกว่า 65 ปี รองลงมาได้แก่ กลุ่มอายุ 1 - 5 ปี พบมากที่สุดในพื้นที่ อำเภอครบุรี โชคชัย วังน้ำเขียว แก่งสนามนาง และขามทะเลสอ

5) โรคเบาหวาน และความดันโลหิตสูง

จากการสำรวจการให้บริการคัดกรองโรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง และอาการแทรกซ้อนของกลุ่มโรคไม่ติดต่อมีแนวโน้มสูงขึ้น พบว่าจากประชากร 40 ปีขึ้นไป จำนวน 881,543 คน ได้รับการคัดกรองโรคเบาหวาน 775,420 คน คิดเป็นร้อยละ 87.96 โรคความดันโลหิตสูง 775,810 คน คิดเป็นร้อยละ 88 จะเห็นได้ว่าการคัดกรองมากขึ้น ทำให้พบโรคเบาหวาน และโรคความดันโลหิตสูงมากขึ้น (ข้อมูลรายงานผู้ป่วยใน ปี 2548,2549,2550 โรคเบาหวาน 339.80,408.09,28707 ต่อแสนประชากร และโรคความดันโลหิตสูง 440.08,368.21,346.56 ต่อ แสนประชากร)

6) สถานการณ์การฆ่าตัวตาย

ในปี 2551 พบว่าในจังหวัดนครราชสีมาอัตราการฆ่าตัวตาย 5.13 ต่อแสนประชากร ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2550 ที่มีอัตราการฆ่าตัวตาย 5.02 ต่อแสนประชากร อัตราการพยายามฆ่าตัวตาย 52.9 ต่อแสนประชากร พบผู้ป่วยฆ่าตัวตายสำเร็จสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ อำเภอโนนสูง จักราช โชคชัย อัตราการฆ่าตัวตายสำเร็จ 10 ต่อแสนประชากร และ 9 ต่อแสนประชากร ตามลำดับ

7) โรคมะเร็ง

มะเร็งที่พบมากที่สุด ได้แก่ มะเร็งอวัยวะย่อยอาหาร มะเร็งที่พบบ่อยที่สุดในเพศชาย ได้แก่ อวัยวะย่อยอาหาร อันดับสองในชายได้แก่ มะเร็งปอด มะเร็งที่พบบ่อยที่สุดในผู้หญิงคือ มะเร็งปากมดลูก และมะเร็งเต้านม

2.11) การศาสนา วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี

การศาสนา

ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 99.9 ของประชากรทั้งหมดในปี 2551 มีวัด 2,647 แห่ง สำนักสงฆ์ 867 แห่ง โบสถ์คริสต์ 33 แห่ง และมีสถิต 4 แห่ง พระภิกษุ 14,230 รูป และสามเณร 1,915 รูป

การวัฒนธรรม

จังหวัดนครราชสีมามีศูนย์วัฒนธรรม ตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีหน้าที่ส่งเสริมวัฒนธรรมพื้นบ้าน ได้แก่ ภาษาโคราช และเพลงโคราช เป็นต้น

งานเทศกาลประเพณีที่สำคัญ

จังหวัดนครราชสีมาจัดงานเทศกาลประเพณี คือ

1) งานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี ระหว่างวันที่ 23 มีนาคม - 3 เมษายน ทุกปี ณ บริเวณหน้าศาลากลางจังหวัด และอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี อ.เมือง ชมชบวณแห่งสักการะท้าวสุรนารี พิธีจุดพลุสี่มุมเมือง การออกร้านนิทรรศการของหน่วยราชการและเอกชน การแสดงมหรสพนาาชนิด และการประกวดผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นบ้าน

2) งานประเพณีกินเข้าค่าของดีเมืองสูงเนิน จัดขึ้นในวันเสาร์ - อาทิตย์ สัปดาห์ที่ 2 ของเดือนมีนาคมทุกปี ณ โบราณสถานปราสาทเมืองแขก อำเภอสูงเนิน

ประเพณี “กินเช่าค่า” เป็นการรับประทานอาหารเย็นพร้อมชมการแสดงแสงเสียง เรื่อง “ศรีจนาศะปุระ” การละเล่นพื้นบ้าน การประกวดของดีเมืองสูงเนิน

3) งานประเพณีสงกรานต์อาหารย้อนยุค ระหว่างวันที่ 12 – 14 เมษายน ทุกปี ณ ลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีและหน้าศาลากลางจังหวัดนครราชสีมา ชมการประกวดอาหารย้อนยุค การประกวดขบวนกลองยาว การแข่งขันกีฬาพื้นเมือง การประกวดร่วมาตริฐาน การทำบุญตักบาตร ข้าวสารอาหารแห้ง พิธีรดน้ำดำหัว การแสดงมหรสพดนตรี

4) งานประเพณีแห่เทียนพรรษา จัดขึ้นในช่วงวันเข้าพรรษา ณ บริเวณสนามหน้าศาลากลางจังหวัด ชมการประกวดขบวนแห่เทียนพรรษาจากอำเภอและคุ้มวัดต่าง ๆ และการแสดงมหรสพในภาคกลางคืน

5) งานเทศกาลเที่ยวพิมาย ระหว่างสัปดาห์ที่ 2 ของเดือนพฤศจิกายน ทุกปี ณ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย ชมการออกร้านสาธิตและจำหน่ายหัตถกรรม ขนมพื้นบ้าน อาหารพื้นเมือง และ High light ในยามค่ำคืนกับการแสดงแสงเสียง “วิมานนาถการ” ที่น่าตื่นตาตื่นใจและเป็นฝีมือลายมือของชาวพิมายที่ร่วมกันรังสรรค์ขึ้นสัมผัสกับบรรยากาศแห่งประวัติศาสตร์อันน่ามหัศจรรย์ย้อนรำลึกอดีตอันรุ่งเรืองของเมืองโบราณอันยิ่งใหญ่แห่งดินแดนอีสานใต้

6) งานแข่งขันเรือยาวประเพณีชิงถ้วยพระราชทาน อำเภอพิมาย ช่วงเดียวกับการจัดงานเทศกาลเที่ยวพิมาย ณ บริเวณลำน้ำจักราช อ.พิมาย มีการประกวดพาเหรดเรือแพนซีทั้งประเภทสวยงามและความคิด การแข่งขันประลองความเร็ว การออกร้านและจัดมหรสพในภาคกลางคืน

7) งานวันผ้าไหมและของดีเมืองปักธงชัย ประมาณกลางเดือนธันวาคม ทุกปี ณ บริเวณลานอเนกประสงค์ หน้าว่าการอำเภอปักธงชัย ชมขบวนแห่ผ้าไหมและของดีปักธงชัย การประกวดผ้าไหม และการออกร้านจำหน่ายผ้าไหม การประกวดธิดาผ้าไหม

8) งานเที่ยวโคราชตะดาตของดี ประมาณกลางเดือนธันวาคม ทุกปี บริเวณหน้าศาลากลางจังหวัดนครราชสีมา ชมการประกวดผลผลิตทางการเกษตร ประกวดอาหารพื้นเมืองโคราช ประกวดวงโยธวาทิต การจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และสินค้าที่ระลึกพื้นเมือง

2.12) โบราณสถานและสถานที่ท่องเที่ยว

2.12.1) โบราณสถาน ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์

(1) อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี สร้างเมื่อ พ.ศ. 2477 ตั้งอยู่หน้าประตูชุมพลอยู่ในเขตเทศบาลเป็นรูปหล่อทองแดงรมดำ สูง 1.85 เมตรหนัก 325 กิโลกรัม เป็นรูปท้าวสุรนารี แต่งด้วยเครื่องยศที่ได้รับพระราชทานมือขวาถือดาบมือซ้ายท้าวสะเอว หันหน้าไปทางทิศตะวันตก มีงานจัดเฉลิมฉลอง ในวันที่ 23 มีนาคม ถึงวันที่ 3 เมษายน เป็นประจำทุกปี

(2) ประตูชุมพล ตั้งอยู่ที่กำแพงเมืองด้านทิศตะวันตก หลังอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ก่อด้วยอิฐก้อนใหญ่เป็นรูปเชิงเทียน เหนือกำแพงมี “หอรบ” ทำด้วยไม้แก่น หลังคามุงกระเบื้อง อยู่ในเขตเทศบาลเมือง

(3) ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง สร้างสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ตั้งอยู่ที่ตำบลในเมือง อำเภอเมือง

(4) ศาลเจ้าพ่อช้างเผือก เป็นศาลเจ้าสร้างครอบหลักตะเคียนหิน ศาลปัจจุบันตั้งอยู่ริมเมืองด้านทิศเหนืออยู่ที่ตำบลในเมือง อำเภอเมือง

(5) วัดศาลาลอย อยู่ห่างจากตัวเมืองไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นวัดที่มีอุโบสถเป็นแบบสุโขทัยเป็นลักษณะศิลปะประยุกต์ เป็นรูปกำแพงได้คลื่นใช้วัสดุพื้นเมือง (กระเบื้องดินเผาของด่านเกวียน) และได้รับรางวัลแบบสถาปัตยกรรมดีเด่นจากสมาคมสถาปนิกสยาม

(6) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชเป็นพิพิธภัณฑ์สถานตั้งอยู่ในวัดสุทธจินดาตรงข้ามศาลากลางจังหวัด มีพระพุทธรูปศิลาสมัยขอม สมัยอยุธยา เครื่องเคลือบดินเผาต่าง ๆ เครื่องใช้สมัยโบราณและไม้แกะสลัก

(7) ปราสาทหินพนมวัน ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมือง 18 กิโลเมตร ตามถนนนครราชสีมา - หนองคาย ข้ามทางรถไฟ กรุงเทพมหานคร - หนองคาย ประมาณ 6 กิโลเมตร ปราสาทตั้งอยู่ในบริเวณวัด มีลักษณะคล้ายปราสาทหินพิมายแต่มีขนาดเล็กกว่า เรียกปราสาทนี้ว่า “เทวศรม” สร้างเป็นปราสาทและวิหารมีทางเดินติดต่อกันเป็นรูปสี่เหลี่ยม และมีซุ้มประตูด้านละซุ้ม อยู่ที่ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง

(8) ปราสาทหินพิมาย ตั้งอยู่ในเขตอำเภอพิมาย ห่างจากจังหวัดไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือเป็นระยะทาง 50 กิโลเมตร สร้างด้วยหินทรายและศิลาแดงมีประตูล้อมไว้สี่ด้านและรอบประตูแต่ละทิศเป็นภาพเกี่ยวกับพุทธศาสนาลัทธิหินยาน สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 6 มหาราช องค์สุดท้ายของขอม

(9) ดินด่านเกวียน ในสมัยโบราณเป็นที่พักของเกวียนค้าขายระหว่างโคราช-เขมร มีแม่น้ำมูลไหลผ่านชุมชนโบราณใช้ดินแถบแม่น้ำมูลมาปั้นเป็นภาชนะใช้สอยอยู่ในตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย

(10) พิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง ตั้งอยู่ในบริเวณหน่วยศิลปากรที่ 6 อำเภอพิมาย มีศิลปวัตถุสมัยขอมเป็นศิลาจารึกเทวรูปพระพุทธรูปศิลาและศิลาทับหลังกับชิ้นส่วนประกอบสถาปัตยกรรม ซึ่งหน่วยศิลปากรที่ 6 ได้เก็บรวบรวมมาจากสถานที่ต่าง ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

(11) ปราสาทกูบ้านสีดา อยู่ที่บ้านสีดา อำเภอสีดา เป็นปราสาทกูรูปสี่เหลี่ยมสร้างด้วยหินศิลาแลงสี่เหลี่ยมวางก่อฐานจนวนยอดปราสาทตัวกูปิดมิดทั้งสี่ด้าน

(12) ปราสาทกู อยู่ที่บ้านดอนตะหนิน อำเภอบัวใหญ่ ปราสาทกูฐานสี่เหลี่ยมสร้างด้วยศิลาแลงก่อสี่เหลี่ยมจนวนยอดปราสาท ตัวกูปิดมิดทั้งสี่ด้าน

(13) ปราสาทหินนางรำ ในปราสาทนี้มีเทวรูปนางรำ ประทับอยู่คู่กับปราสาท ตั้งอยู่ในตำบลนางรำ อำเภอประทาย

(14) หุ่นสัมฤทธิ์ อยู่ที่อำเภอพิมาย เป็นบริเวณที่คุ่มหญิงโมตี กองทัพลาวแตกพ่าย

(15) บ่อไก่อ อยู่ที่บ้านสี่ตา อำเภอบัวใหญ่ ลักษณะเป็นอ่างหินกลมคล้ายกับกระทะปากกว้างประมาณ 2 เมตร ตามปกติไม่มีน้ำขังอยู่

(16) พระนอนหินทรายเมืองเสมา หรือพระนอนคลองขวาง และเสมาธรรมจักร ซึ่งสร้างด้วยศิลาเป็นศิลปะแบบทวารวดีอยู่ที่วัดธรรมจักรเสมาราม บ้านคลองขวาง หมู่ที่ 3 ตำบลเสมา ห่างจากที่ว่าการอำเภอสูงเนิน ประมาณ 7.5 กิโลเมตร

(17) ปราสาทหินเมืองเก่า เป็นเทวสถานของศาสนาพราหมณ์สร้างด้วยศิลาแลงและศิลาแดงอยู่ที่วัดบ้านเมืองเก่า หมู่ที่ 1 ตำบลโคราช ห่างจากที่ว่าการอำเภอสูงเนินประมาณ 5 กิโลเมตร

(18) ปราสาทหินเมืองแขกและปราสาทหินโนนกู่ อยู่ในบริเวณตำบลโคราชห่างจากที่ว่าการอำเภอสูงเนิน ประมาณ 3 กิโลเมตร

(19) ปราสาทบึงคำ ปราสาทจำปาทอง ปราสาทหนองหอย อยู่เชิงเขาตะกุดรัง ตำบลสะแกกราช อำเภอปักธงชัย และตำบลวังน้ำเขียว อำเภอวังน้ำเขียว ห่างจากที่ตั้งอำเภอประมาณ 13 กิโลเมตร

(20) ปราสาทนาแค อยู่ในท้องที่ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย ห่างจากที่ว่าการอำเภอ ประมาณ 2 กิโลเมตร

(21) ปราสาทบ้านปราสาท อยู่ในท้องที่ตำบลสำโรง อำเภอปักธงชัย ห่างจากที่ว่าการอำเภอ ประมาณ 9 กิโลเมตร

(22) วัดพระยาโคตหัก อยู่ที่บ้านท่าแดง ตำบลตุม ห่างจากที่ตั้งอำเภอปักธงชัย 11 กิโลเมตร

(23) โนนหิน ตั้งอยู่ในท้องที่ตำบลสำโรง อำเภอปักธงชัย อำเภอปักธงชัย ห่างจากที่ว่าการอำเภอ ประมาณ 9 กิโลเมตร

(24) บานประตูหอไตรเป็นบานประตูลายรดน้ำ ฝีมือช่วงสมัยรัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์อยู่ที่หน้าวัดพระธาตุ บ้านตะคุ หมู่ที่ 1 ตำบลตะคุ ห่างจากที่ตั้งอำเภอประมาณ 4 กิโลเมตร

(25) ภาพเขียนสีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ ตั้งอยู่ในสำนักสงฆ์เขาจันทร์งาม เขตบ้านเลิศสวัสดิ์ ตำบลลาดบัวขาว อำเภอสีคิ้ว ห่างจากถนนมิตรภาพเข้าไพรราว 4 กิโลเมตร เป็นภาพเขียนสีลงผนังถ้ำขนาดใหญ่ที่งามที่สุดแห่งหนึ่ง แสดงเรื่องราววิถีชีวิตของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ที่มีอายุในราว 3,000 - 4,000 ปีมาแล้ว

(26) ชุมชนโบราณบ้านปราสาท ไปตามเส้นทางสายมิตรภาพ ช่วงระหว่างนครราชสีมา - ขอนแก่น เมื่อถึงกิโลเมตรที่ 44 จะมีทางแยกซ้ายมือบอกเส้นทางเข้าสู่หมู่บ้านปราสาท เป็นถนนเล็ก ๆ ตัดผ่านทุ่งนา ระยะทางประมาณ 1 กิโลเมตร ก็จะถึงบ้านปราสาทใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง ในอดีตเป็นที่ตั้งชุมชนโบราณ จากหลักฐานการขุดค้นพบโครงกระดูกมนุษย์ฝังเรียงรายทับซ้อนกันเป็นระดับเรื่อยลงไป ประกอบกับสิ่งของเครื่องใช้เครื่องประดับที่ฝังรวมกับศพ เชื่อว่าชุมชนแห่งนี้มีอายุในราว 2,500 - 4,000 ปีล่วงมาแล้ว

(27) ภาพแกะสลักหินในถ้ำวัวแดง ตั้งอยู่ที่เขาถ้ำวัวแดง บ้านเฉลียง หมู่ที่ 2 ตำบลเฉลียง อำเภอครบุรี ลักษณะเขาถ้ำวัวแดงสูงประมาณ 30 เมตร ผนังถ้ำแกะสลัก

เป็นรูปโคอุสุภราช และแกะสลักเทวรูป (ทหาร) บริเวณทั่วไปในปัจจุบันนี้จัดเป็นพุทธสถาน มีการสร้างพระพุทธรูปประทับยืน 3 องค์ และยังเป็นที่ตั้งสำนักสงฆ์วัดถ้ำว้าวแดงอีกด้วย

(28) ปราสาทครบุรี ตั้งอยู่ที่บ้านครบุรี หมู่ที่ 6 อำเภอครบุรี ลักษณะของปราสาท ก่อสร้างด้วยหินศิลาแลง ขนาดกว้าง 10 วา ยาว 20 วา มีกำแพงล้อมรอบทั้งสี่ด้าน และมีสระน้ำนอกกำแพงด้านทิศเหนือ จากหลักฐานที่พบสันนิษฐานว่าปราสาทครบุรี คงสร้างในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในพุทธศตวรรษที่ 16

(29) ปราสาทพะโค ตั้งอยู่ที่อำเภอโคกชัย เป็นเทวสถานในศาสนาพราหมณ์ก่อด้วยหินทรายปนอิฐตามแบบศิลปกรรมเขมร ช่วงพุทธศตวรรษที่ 15 - 16

(30) ปราสาทหินถนนหัก ตั้งอยู่ที่อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา เป็นเทวสถานในศาสนาพราหมณ์ ลัทธิไวษณพนิกาย ก่อด้วยหินทรายศิลาแลงตามแบบศิลปกรรมเขมรในช่วงพุทธศตวรรษที่ 16 - 17

(31) ปราสาทบ้านปราสาท ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านปราสาท อำเภอคง เป็นเทวสถานในศาสนาพราหมณ์ก่อสร้างด้วยศิลาแลงปนหินทรายตามแบบศิลปกรรมเขมรในช่วงพุทธศตวรรษที่ 16 - 17

(32) แหล่งหินตัด บึงนวมจะบก ตั้งอยู่ที่หลักกิโลเมตรที่ 205 ริมถนนมิตรภาพ บริเวณบ้านมอจะบก อำเภอสีคิ้ว เป็นแหล่งหินตัดหินทรายเพียงแหล่งเดียวในเขตจังหวัดนครราชสีมา สันนิษฐานว่าเป็นแหล่งหินตัดที่นำไปสร้างปราสาทต่าง ๆ ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ช่วงพุทธศตวรรษที่ 15 - 17

2.12.2) สถานที่ท่องเที่ยว

(1) อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ตั้งอยู่ที่อำเภอปากช่อง และยังอยู่ในเขตพื้นที่ของอีก 3 จังหวัดคือ นครนายก สระบุรี และปราจีนบุรี เป็นอุทยานแห่งชาติแรกของไทยที่ได้รับการยกย่องและได้รับเหรียญสดุดี พร้อมเงินรางวัล 50 ดอลลาร์ จากที่ประชุมอุทยานแห่งชาติของโลก ครั้งที่ 2 ณ อุทยานแห่งชาติเยลโลสโตน สหรัฐอเมริกา เมื่อ พ.ศ. 2525 ในฐานะที่เป็นอุทยานแห่งชาติซึ่งดำเนินงานได้ตรงตามเป้าหมาย นอกจากนี้ยังเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งเดียวในโลกที่มีนกเงือกมารวมกันเป็นจำนวนมาก ในเดือนสิงหาคมและเดือนกันยายน ทุกปี ได้รับอนุมัติให้เป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2502 และมีน้ำตกหลายแห่ง เช่น ตกรองแก้ว น้ำตกผากล้วยไม้ น้ำตกเหวสุวัต น้ำตกเหวนรก น้ำตกไม้ปล้อง เป็นต้น

(2) น้ำตกมวกเหล็ก อยู่ที่อำเภอปากช่อง และอยู่ในเขตพื้นที่ของจังหวัดสระบุรี มีลำธารน้ำตกใสสะอาดไหลอยู่ตลอดเวลา มีร่มไม้และสวนดอกไม้งามเหมาะแก่การพักผ่อนชมทิวทัศน์ธรรมชาติหรือลงเล่นน้ำ มีร้านอาหารตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก

(3) น้ำตกปภังชัย อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 55 กิโลเมตร โดยนั่งรถยนต์ไปถึงเขื่อนลำพระเพลิง แล้วนั่งเรือไปอีก 2.2 กิโลเมตร บริเวณน้ำตกมีลักษณะเป็นโขดหินสลับซับซ้อนน้ำจะตกลงมาจากหน้าผาหลายชั้น แต่จะมีน้ำไหลเฉพาะหน้าฝนตลอดระยะเวลาที่น้ำเรือจากตัวเขื่อนลำพระเพลิงไปยังน้ำตกจะได้ชมทิวทัศน์ของอ่างเก็บน้ำ ซึ่งมีทิวทัศน์ของอ่างเก็บน้ำและมีทิวเขาอยู่ทั้งสองฝั่งสวยงาม

(4) น้ำตกวะภูแก้ว อยู่ในเขตอำเภอสูงเนิน แยกลงไปจากถนนมิตรภาพที่ตำบลมะเกลือใหม่ไปอีกประมาณ 15 กิโลเมตร เป็นที่ลาดชันไม่มากแต่มีความกว้างของทางน้ำไหลน่าเล่นมากและจะมีน้ำเฉพาะในฤดูฝนเท่านั้น

(5) อ่างเก็บน้ำลำตะคอง เป็นโครงการอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ อยู่ริมถนนมิตรภาพบริเวณตำบลลาดบัวขาว อำเภอสีคิ้ว เริ่มสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2507 เสร็จในปี พ.ศ. 2515 ในเงินงบประมาณ 249 ล้านบาท จุน้ำได้ 310 ลูกบาศก์เมตร สามารถส่งน้ำไปยังพื้นที่นาได้ 238,000 ไร่ เป็นสถานที่ร่อนขนานด้วยทางรถไฟและทางรถยนต์ มีธรรมชาติที่สวยงามเหมาะที่จะไปเที่ยวชมอย่างยิ่ง

(6) อ่างเก็บน้ำลำพระเพลิง อยู่ในเขตอำเภอบึงขัง เป็นสถานที่ร่อนขนานอีกแห่งหนึ่งเหมาะที่จะไปเที่ยวพักผ่อนอารมณ์ ด้วยการชมธรรมชาติของปลาและลำน้ำ โดยการนั่งเรือเที่ยวตลอดจนเล่นสกี

(7) ไทรงาม (อำเภอพิมาย) เป็นต้นไทรขนาดใหญ่ซึ่งงดงามมาก มีอายุประมาณ 350 ปี เหมาะกับการพักผ่อนชมทิวทัศน์ ตั้งอยู่ฝั่งแม่น้ำมูลห่างจากที่ว่าการอำเภอพิมาย 2 กิโลเมตร เชื่อกันว่าเป็นไทรที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียอาคเนย์

(8) อ่างเก็บน้ำซับประดู่ ตั้งอยู่หมู่ที่ 6 ถนนมิตรภาพ ตำบลมิตรภาพ อำเภอสีคิ้ว เป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ เหมาะสำหรับการพักผ่อนและการเล่นกีฬาทางน้ำ เช่น วินเซิร์ฟ ตกปลา นอกจากนี้ยังมีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวพักผ่อนค้างคืนได้

(9) สวนสัตว์นครราชสีมา ลักษณะเป็นแบบซาฟารี พื้นที่ 545 ไร่ ตั้งอยู่ที่ตำบลไชยมงคล อำเภอเมือง ถนนสายนครราชสีมา - บึงขัง ระยะทาง 18 กิโลเมตร

(10) อุทยานไม้กลายเป็นหิน ตั้งอยู่ที่บ้านโกรกเดือนห้า หมู่ 7 ตำบลสุรนารี อำเภอเมือง เส้นผ่าศูนย์กลางมากกว่า 50 เซนติเมตร กว้างกว่า 1 เมตร จำนวนกว่า 10,000 ชิ้น อายุประมาณ 1-70 ล้านปี จะจัดเป็นพิพิธภัณฑ์แห่งแรกทวีปเอเชีย

(11) ศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย อยู่ในเขตตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย ผ้าไหมและสินค้าหัตถกรรมอื่น ๆ จากผลผลิตของหมู่บ้านทอผ้าปักธงชัย

2.5.2 สถานการณ์และแนวโน้มด้านสังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ด้านสังคม

1) ประชากร/แรงงาน

จากแหล่งข้อมูลด้านประชากรที่สำคัญ คือ ข้อมูลจากทะเบียนราษฎร ซึ่งเป็นการนับจำนวนประชากรที่ปรากฏในทะเบียนบ้านเป็นรายปี และเป็นการมองภาพในระยะเวลาที่สั้นกว่าสำมะโนประชากรและเคหะโดยในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนประชากร 2,555,587 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.35 จากปี พ.ศ. 2548 ซึ่งมีจำนวนประชากร 2,546,763 คน ทั้งนี้ข้อมูลจากทะเบียนราษฎรเกิดจากการแจ้งโดยประชาชนทั้งการเกิด การตาย และการย้ายเข้า ย้ายออกในทะเบียนบ้าน

เมื่อพิจารณาโครงสร้างประชากรปี 2545 - 2549 พบว่า สัดส่วนของเด็ก (0 - 14 ปี) มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง และลดลงจากร้อยละ 21.2 ในปี 2548 เป็นร้อยละ 20.7 ในปี

2549 ในขณะที่ผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 12.2 ในปี 2549

แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มของสังคมไทยในอนาคตจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงต้องมีการวางนโยบายเพื่อรองรับโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป ในเรื่องการขาดแคลนแรงงานในอนาคต และการกำหนดสวัสดิการด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น เช่น การอยู่อาศัย การดูแลผู้สูงอายุ และสุขภาพอนามัย เป็นต้น

ตารางที่ 2.17 แสดงร้อยละของประชากร จำแนกตามกลุ่มอายุ พ.ศ. 2546 – 2550

กลุ่มอายุ	2546	2547	2548	2549	2550
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
0-14 ปี	22.2	21.9	21.2	20.7	20.5
15-59 ปี	68.1	68.1	67.1	67.1	67.1
60ปีขึ้นไป	9.7	10.0	11.7	12.2	12.4

ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย คำนวณโดย สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมาประชากรส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งหนึ่งอยู่ในภาคการเกษตร จึงทำให้ไม่เกิดปัญหาการว่างงานที่รุนแรง เมื่อเกิดภาวะทางเศรษฐกิจตกต่ำจนทำให้เกิดภาวะว่างงานอย่างรุนแรงในภาคอุตสาหกรรมหรือภาคบริการ แรงงานเหล่านี้จะกลับคืนไปสู่ภาคเกษตรกรรม

จากผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรของจังหวัดนครราชสีมา ไตรมาส 3/50 (กรกฎาคม - กันยายน 2550) ของสำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้อยู่ในวัยทำงาน (อายุ 15 ปีขึ้นไป) มีจำนวน 1,422,621 คน หรือร้อยละ 52.7 ของประชากรรวม และเป็นผู้ที่ไม่อยู่ในกำลังแรงงาน 635,816 คน หรือร้อยละ 23.6 เป็นผู้มีงานทำ จำนวน 1,399,571 คน หรือร้อยละ 98.4 ผู้ว่างงาน จำนวน 22,908 คน หรือคิดเป็นอัตราการว่างงาน ร้อยละ 1.6

การมีส่วนร่วมในกำลังแรงงาน

จากข้อมูลสำรวจภาวะการทำงานของประชากร พ.ศ. 2544 - 2549 ของจังหวัดนครราชสีมา แสดงให้เห็นว่าในแต่ละปีอัตราการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานมีอัตราค่อนข้างสูงคือเกินกว่าร้อยละ 70 ส่วนอัตราการว่างงานเฉลี่ยของจังหวัดมีลักษณะขึ้น ๆ ลง ๆ ตามที่กล่าวในเบื้องต้นแล้วว่าแรงงานของจังหวัดส่วนใหญ่อยู่ในภาคการเกษตร

โดยในปี พ.ศ. 2550 มีอัตราการว่างงานเฉลี่ยลดลงเป็นร้อยละ 1.2 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2549 ที่มีอัตราการว่างเฉลี่ยร้อยละ 2.6 ซึ่งอาจมีผลเนื่องมาจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นแหล่งการผลิตอุตสาหกรรมที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างทำให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานในเขตจังหวัดใกล้เคียงเข้ามาตั้งถิ่นฐานและหางานทำ อีกทั้งโรงงานมีการรับพนักงานในอัตราที่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2.18 แสดงเครื่องชี้วัดทางแรงงานที่สำคัญ จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2545 – 2550

ปี	อัตราการมีส่วนร่วม ในกำลังแรงงาน	อัตราการมีงานทำ	อัตราว่างงาน
2545	73.0	97.9	1.1
2546	73.2	96.8	1.4
2547	73.3	96.3	1.7
2548	73.1	95.8	2.4
2549	71.1	96.2	2.6
2550	77.0	98.8	1.2

ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา

การส่งเสริมการมีงานทำ

การส่งเสริมให้ประชาชนมีงานทำเป็นภารกิจหลักของจังหวัดนครราชสีมา และกระทรวงแรงงานซึ่งเป็นหน่วยงานดำเนินการโดยไตรมาสที่ 4 (ตุลาคม – ธันวาคม) ปี 2550 มีการส่งเสริมการมีงานทำในรูปแบบการจัดหางานทั้งการหางานในประเทศและต่างประเทศ ในปี 2550 มีตำแหน่งงานว่างที่แจ้งผ่านสำนักงานจัดหางานจังหวัดนครราชสีมา 5,910 อัตรา

ในส่วนของผู้ลงทะเบียนสมัครงานไตรมาสนี้ พบว่า มีจำนวน 3,140 คน ขณะที่ผู้ได้รับการบรรจุงานในไตรมาสนี้มีจำนวน 1,411 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 45.0

สำหรับตำแหน่งงานว่างไตรมาส 3 นี้ พบว่า ตำแหน่งงานว่างวุฒิมัธยมศึกษา มัธยมศึกษา มีมากที่สุด จำนวน 2,501 อัตรา คิดเป็นร้อยละ 42.31 ของตำแหน่งงานทั้งหมด รองลงมาคือวุฒิมัธยมศึกษา ปวส. จำนวน 1,183 อัตรา (ร้อยละ 20.01) ปวช. 1,143 อัตรา (ร้อยละ 19.34) ประถมศึกษาและต่ำกว่า 574 อัตรา (ร้อยละ 9.71) ปริญญาตรี 332 อัตรา (ร้อยละ 5.61) อนุปริญญา 169 อัตรา (ร้อยละ 2.85) ปริญญาโท 8 อัตรา และปริญญาเอก 2 อัตรา ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ชี้ให้เห็นเกี่ยวกับการพัฒนาฝีมือแรงงานให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานต่อไปในอนาคต

การศึกษา

จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดขนาดใหญ่มีการแบ่งพื้นที่การศึกษาออกเป็น 7 เขตพื้นที่การศึกษา ที่เป็นศูนย์กลางด้านการศึกษา ทั้งภาครัฐ และเอกชน ในปีการศึกษา 2551 จังหวัดมีจำนวนสถานศึกษาทั้งในระบบโรงเรียน และนอกระบบโรงเรียนจำนวน 1,583 แห่ง นักเรียนสังกัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน (ม.1 - ม.6) จำนวน 376,328 คน เป็นนักเรียนระดับก่อนประถมศึกษา ร้อยละ 14.6 ประถมศึกษา ร้อยละ 48.6 มัธยมศึกษาศึกษาตอนต้น ร้อยละ 24.8 มัธยมศึกษาศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 12.1

ในปีการศึกษา 2551 ประชากรที่มีอายุ 3 - 17 ปี มีโอกาสเข้าเรียนต่อในระดับต่าง ๆ ได้แก่ ระดับอนุบาลร้อยละ 74.0 ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 78.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 83.0 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 42.0

จะเห็นได้ว่าประชากรที่มีอายุ 3 - 17 ปี มีโอกาสเข้าเรียนต่อในระดับต่าง ๆ ในสัดส่วนที่ลดลง

ตารางที่ 2.19 แสดงอัตราการเข้าเรียนต่อ พ.ศ. 2547 - 2551

ระดับการศึกษา	2547	2548	2549	2550	2551
อนุบาล	137.7	72.2	...	74.0	...
ประถมศึกษา	99.9	100.4	...	78.0	...
มัธยมศึกษาตอนต้น	99.6	95.3	...	83.0	...
มัธยมศึกษาตอนปลาย	64.4	43.3	...	42.0	...

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

การสาธารณสุข

ปี พ.ศ. 2550 ประชากรเพศชายในจังหวัดนครราชสีมาที่มีอายุเฉลี่ยประมาณ 70.25 ปี ในขณะที่เพศหญิงมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 76.79 ปี ซึ่งสูงกว่าเพศชาย

เมื่อพิจารณาอัตราการเกิดมีชีพของทารกต่อพันประชากร พบว่า มีอัตราการเกิดมีชีพ 10.6 อัตราการตายของทารกเท่ากับ 7.29 ต่อพันการเกิดมีชีพ และอัตราการตายของมารดาเท่ากับ 18.5 ต่อแสนการเกิดมีชีพ

ตารางที่ 2.20 แสดงจำนวนโรงพยาบาล สถานพยาบาล พ.ศ. 2551

ประเภทโรงพยาบาล	จำนวน (แห่ง)
จำนวนทั้งสิ้น	134
1. โรงพยาบาลทั้งสิ้น	42
• โรงพยาบาลภาครัฐ (สังกัดสาธารณสุข)	30
- โรงพยาบาลศูนย์	1
- โรงพยาบาลชุมชน	27

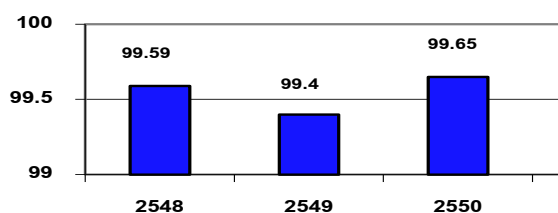
ตารางที่ 2.20 (ต่อ)

ประเภทโรงพยาบาล	จำนวน (แห่ง)
- โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ	1
- โรงพยาบาลจิตเวช	1
• โรงพยาบาลภาครัฐ (สังกัดกลาโหม)	2
• โรงพยาบาลเอกชน	10
2. ศูนย์สุขภาพชุมชนจำนวน	84
3. ศูนย์ชุมชนในเขตเมืองจำนวน	8

ที่มา: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครราชสีมา

เมื่อพิจารณาด้านความพอเพียงเกี่ยวกับสถานพยาบาล หรือบุคลากรทางการแพทย์ที่รองรับ หรือดูแลประชากรในจังหวัดนครราชสีมาในปี 2551 จังหวัดนครราชสีมา มีโรงพยาบาลทั้งหมด จำนวน 42 แห่ง ศูนย์สุขภาพชุมชน จำนวน 395 แห่ง ศูนย์ชุมชนในเขตเมือง จำนวน 13 แห่ง โดยมีอัตราส่วนของบุคลากรทางการแพทย์ 1 คน ที่ต้องรับผิดชอบต่อประชากรในจังหวัด ดังนี้ แพทย์ 1 คน ต่อ ประชากร 6,930 คน, ทันตแพทย์ 1 คน ต่อ ประชากร 28,024 คน, เภสัชกร 1 คน ต่อ ประชากร 15,363 คน พยาบาลวิชาชีพ 1 คน ต่อ ประชากร 1,069 คน

จำนวนผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาในปี 2551 จำนวน 7,346,459 คน แยกเป็น ผู้ป่วยนอก จำนวน 7,110,379 คน หรือร้อยละ 96.8 ผู้ป่วยในจำนวน 236,080 คน หรือร้อยละ 3.2 ซึ่งโรคที่เป็นสาเหตุของการป่วยของผู้ป่วยนอกสูงสุด คือ โรคระบบทางเดินหายใจ โรคระบบย่อยอาหาร โรคระบบกล้ามเนื้อ โรคที่เป็นสาเหตุการป่วยของผู้ป่วยในสูงสุด คือ โรคเกี่ยวกับต่อมไร้ท่อ โรคติดเชื้อทางเดินอาหาร โรคความดันโลหิตสูง



ภาพที่ 2.10 สัดส่วนประชากรที่มีหลักประกันสุขภาพ พ.ศ. 2548 - 2551

ที่มา: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครราชสีมา

ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

จากข้อมูลคดีอาญา จำแนกตามประเภทคดีที่เกิดขึ้นในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า คดีที่รัฐเป็นผู้เสียหายเกิดขึ้นมากที่สุด รองลงมา คือ คดีประทุษร้ายต่อชีวิต ร่างกาย และเพศ ซึ่งดูจากแนวโน้มการเกิดขึ้นของคดีมีแนวโน้มลดลง อาจเนื่องมาจากนโยบายของรัฐบาล และผู้บริหารของจังหวัดที่ให้ความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของประชากร โดยมีการกำหนดมาตรการป้องกันและปรามปรามอย่างต่อเนื่อง

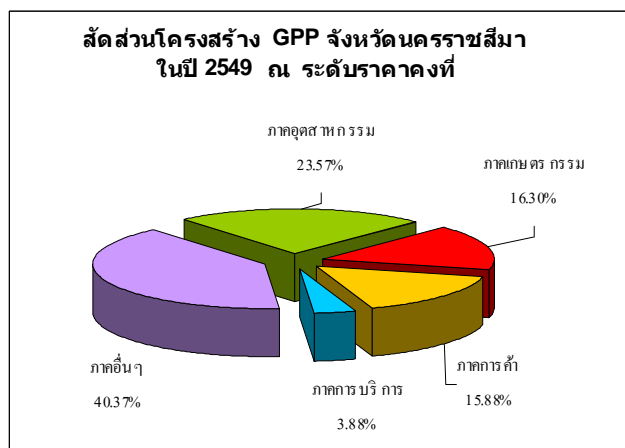
ตารางที่ 2.21 แสดงสถิติคดีอาญาที่น่าสนใจ จำแนกตามประเภทความผิด พ.ศ. 2548 – 2550

ประเภทคดี	2548		2549		2550	
	จำนวนคดีที่เกิด	จำนวนคดีที่จับกุม	จำนวนคดีที่เกิด	จำนวนคดีที่จับกุม	จำนวนคดีที่เกิด	จำนวนคดีที่จับกุม
รวม	10,419	19,218	10,820	18,200	11,320	19,372
คดีอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญ	160	83	118	84	100	71
คดีประทุษร้ายต่อชีวิต ร่างกาย และเพศ	1,410	673	1,308	761	1,238	768
คดีประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน	1,324	723	1,330	799	1,281	816
คดีที่น่าสนใจ	778	286	795	328	810	332
คดีที่รัฐเป็นผู้เสียหาย	6,747	17,453	7,269	16,228	7,891	17,385

ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา ปี 2551

ด้านเศรษฐกิจ

จากข้อมูลภาวะเศรษฐกิจโดยรวม สำนักงานคลังจังหวัดนครราชสีมา ผลิตภัณฑ์จังหวัดนครราชสีมา (Gross Provincial Products of Nakornratchasima) ในเดือนตุลาคม 2550 ขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวเมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีที่แล้ว จากความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่กังวลต่อสถานะค่าครองชีพและราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ในขณะที่ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการเริ่มดีขึ้น หลังจากปัจจัยลบต่าง ๆ คลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้



ภาพที่ 2.11 อัตราแลกเปลี่ยนและสถานการณ์ทางการเมือง

เมื่อพิจารณาจากเครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดนครราชสีมาในภาคอุตสาหกรรมมีเงินทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.69 ส่วนภาคการเกษตร มีปริมาณผลผลิตและมูลค่าการผลิตเฉลี่ยลดลง ร้อยละ 87.95 และ 89.57 ตามลำดับ ในขณะที่การลงทุนขยายตัวจากเงินทุนจดทะเบียนของโรงงานเปิดดำเนินการใหม่เพิ่มขึ้น 611.78 ล้านบาท และเงินทุนของธุรกิจจดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.25 ส่วนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการที่ได้รับอนุมัติส่งเสริมการลงทุนลดลงร้อยละ 57.45 ด้านการบริโภค ซึ่งพิจารณาจากยอดการจำหน่ายรถยนต์และรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.41 และ 2.76 ตามลำดับ ภาคการเงิน ปริมาณเงินฝากและสินเชื่อเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.32 และ 13.06 ตามลำดับ การเบิกจ่ายเงินงบประมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.22 การจ้างงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.23 และระดับราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.48

เมื่อพิจารณาโครงสร้างการผลิต จำแนกตามสาขาการผลิตที่สำคัญ ๆ ของจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

เกษตรกรรม การปศุสัตว์ และการประมง

การเกษตร : ฤดูกาลเกษตร 2549/2550 จังหวัดนครราชสีมา มีเนื้อที่ถือครองทำการเกษตร 7,517,877 ไร่ หรือร้อยละ 60.8 ของพื้นที่จังหวัด เมื่อพิจารณาพืชเศรษฐกิจสำคัญเป็นพื้นที่ปลูกข้าวจำนวน 3,890,363 ไร่ หรือร้อยละ 51.75 เป็นเนื้อที่ปลูกพืชไร่ จำนวน 3,481,985 ไร่ หรือร้อยละ 43.66 ประกอบด้วย มันสำปะหลัง จำนวน 2,074,240 ไร่ อ้อยโรงงาน จำนวน 449,710 ไร่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 958,035 ไร่ หรือร้อยละ 26.6 5.8 และ 12.3 ของพื้นที่จังหวัดตามลำดับ

ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่าผลผลิตรวมโดยเฉลี่ยชะลอตัวเมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีที่แล้ว โดยเฉพาะสาขาการเกษตร มีผลผลิตออกสู่ตลาด เฉพาะมันสำปะหลังและข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รองลงมาเป็นสาขาประมง ซึ่งผลผลิตก็ลดลงเช่นเดียวกัน ในขณะที่สาขาปศุสัตว์ มีปริมาณการผลิตและมูลค่าการผลิตเพิ่มขึ้น และราคาอยู่ในเกณฑ์ดี

สาขาเกษตรกรรม จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ฤดูกาลเกษตร 2549/2550 พบว่า มูลค่าเพิ่มภาคการเกษตรทั้งสิ้นจำนวน 29,437 ล้านบาท มีมูลค่าผลผลิตข้าว

6,000 ล้านบาท มันสำปะหลัง 5,000 ล้านบาท อ้อยโรงงาน 2,500 ล้านบาท และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 2,000 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 20.4, 17.0, 8.5 และ 6.8 ตามลำดับ โดยผลผลิตของพืชทั้ง 4 ชนิดที่กล่าวมาข้างต้นคิดเป็นร้อยละ 52.7 ของมูลค่าการเกษตรทั้งสิ้น

ซึ่งจากข้อมูลภาวะเศรษฐกิจโดยรวม สำนักงานคลังจังหวัดนครราชสีมา ประจำเดือนตุลาคม 2550 ผลผลิตการเกษตรหลักที่สำคัญ ประกอบด้วย ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย โรงงาน และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มีเพียงผลผลิตมันสำปะหลังและข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่มีผลผลิตออกสู่ตลาด เนื่องจากเป็นต้นฤดูการผลิตใหม่ ปริมาณผลผลิตเฉลี่ย 12,520 ตัน ลดลงร้อยละ 87.95 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีที่แล้ว ในขณะที่ราคาผลผลิตอยู่ในเกณฑ์ดี และมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตการเกษตรมีมูลค่า 25.86 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 89.57 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่แล้วตามสภาวะการผลิตที่ลดลง

สาขาปศุสัตว์ ผลผลิตหลักมาจากสุกร รองลงมาเป็นโค และกระบือ ตามลำดับ ซึ่งในเดือนนี้ผลผลิตด้านปศุสัตว์เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้วโดยเฉพาะผลผลิตจากสุกร ซึ่งเพิ่มขึ้นทั้งจากจำนวนออชญาบัตรและราคา คิดเป็นร้อยละ 16.88 และ 6.51 ตามลำดับ ในขณะที่ผลผลิตโคและกระบือลดลงร้อยละ 67.58 และ 11.05 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีที่แล้ว

สาขาประมง มูลค่าผลผลิตรวมหดตัวจากช่วงเดียวกันปีที่แล้ว โดยพิจารณาจากปริมาณผลผลิต ได้แก่ ปลาและกุ้งที่ลดลงร้อยละ 60.19 และ 2.01 แต่เมื่อพิจารณาด้านราคา พบว่าราคาปลาปรับตัวดีขึ้น โดยมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 60.26 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.33 รวมถึงดีกว่าเดือนก่อน ร้อยละ 24.89 ส่งผลให้มูลค่าผลผลิตรวมลดลงร้อยละ 51.36 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน

เมื่อพิจารณาในเรื่องมูลค่าผลผลิตที่ได้ พบว่า มีหลายปัจจัยที่มีส่งผลต่อมูลค่าการผลิต เช่น ราคาตลาด ปริมาณน้ำแล้ว เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ สภาพภูมิประเทศแตกต่างกัน ปัจจัยที่อาจส่งผลต่อมูลค่าการผลิตของจังหวัดอีกตัว คือ ความเหมาะสมของสภาพดินที่ทำการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจแต่ละประเภทอีกด้วย

จากการวิเคราะห์ด้านชีวภาพความเหมาะสมของดินของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 5 ได้มีการกำหนดพื้นที่ความเหมาะสมของดินสำหรับพืชเชิงพาณิชย์ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามชนิดของพืช พื้นที่ที่ปลูก ดังนี้

ตารางที่ 2.22 แสดงการกำหนดพื้นที่ความเหมาะสมของดินสำหรับพืชเชิงพาณิชย์ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามชนิดของพืช พื้นที่ที่ปลูก

Zone 1 1/	พืช	ความเหมาะสม ของดิน (ไร่) 2/
อำเภอปากช่อง,อำเภอวังน้ำเขียว อำเภอครบุรี,อำเภอ เสิงสาง,อำเภอปักธงชัย	ข้าวนาปี	229,586
	มันสำปะหลัง	790,491
	อ้อย	931,824
	ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	800,399
รวม		2,752,300
Zone 2 1/	พืช	ความเหมาะสมของดิน (ไร่) 2/
อำเภอสีคิ้ว,อำเภอสูงเนิน,อำเภอโชคชัย, อำเภอหนองบุญมาก,อำเภอขามทะเลสอ, อำเภอด่านขุนทด,อำเภอจักราช, อำเภอโนนไทย,อำเภอเมือง, อำเภอเฉลิมพระเกียรติ,อำเภอเทพารักษ์, อำเภอพระทองคำ	ข้าวนาปี	985,100
	มันสำปะหลัง	1,651,145
	อ้อย	2,088,762
	ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	1,672,782
รวม		6,397,789
Zone 3 1/	พืช	ความเหมาะสมของดิน (ไร่) 2/
อำเภอแก้งสนามนาง, อำเภอขามสะแกแสง,อำเภอคง, อำเภอชุมพวง,อำเภอโนนแดง, อำเภอโนนสูง,อำเภอบัวใหญ่, อำเภอบ้านเหลื่อม,อำเภอประทาย, อำเภอพิมาย,อำเภอห้วยแถลง อ.เมืองยาง, อ.ลำทะเมนชัย, อ.บัวลาย,อ.สีดา	ข้าวนาปี	1,988,041
	มันสำปะหลัง	936,089
	อ้อย	2,100,112
	ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	403,133
รวม		5,427,375
รวม 3 Zone		14,577,464

หมายเหตุ : พื้นที่ความเหมาะสม + พื้นที่ไม่ค่อยเหมาะสม

ที่มา: 1/ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 5 จังหวัดนครราชสีมา

2/ สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 3 กรมพัฒนาที่ดิน, สถานีพัฒนาที่ดิน จังหวัดนครราชสีมา

ปัญหาหลักด้านการเกษตร

1. ดิน จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่ดินเค็ม 2,139,727 ไร่ หรือร้อยละ 26.12 ของพื้นที่การเกษตรทั้งจังหวัด พื้นที่ดินส่วนใหญ่ขาดการปรับปรุงบำรุงดินหรือมีการปรับปรุงดินแต่ยังไม่เพียงพอต่อการเจริญเติบโตของพืช หรือดินมีโครงสร้างแข็ง (Hard Soil) 3,245,287 ไร่ หรือร้อยละ 39.61
2. น้ำ จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่ชลประทาน 639,770 ไร่ ร้อยละ 7.81 ของพื้นที่การเกษตร ที่เหลือร้อยละ 92.19 อาศัยน้ำฝน ทำให้ในช่วงการเพาะปลูกประสบภาวะฝนทิ้งช่วงหรือ ฝนไม่กระจายทั่วถึงทำให้ผลผลิตต่ำ

อุตสาหกรรม

จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมมีการลงทุน และการขยายตัวด้านด้านการลงทุนสูงสุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในปี พ.ศ. 2550 มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมทั้งสิ้น 2,287 โรงงาน แบ่งโรงงานตามขนาดของการลงทุนได้ 3 ขนาด โรงงานขนาดเล็ก (เงินลงทุนน้อยกว่า 10 ล้านบาท) จำนวน 1,676 โรงงาน ขนาดกลาง (เงินลงทุน 10-100 ล้านบาท) จำนวน 458 โรงงาน และขนาดใหญ่ (เงินลงทุนมากกว่า 100 ล้านบาท) จำนวน 153 โรงงาน

เหมืองแร่และเหมืองหิน ในปี 2550 การผลิตสาขาเหมืองแร่และเหมืองหิน จังหวัดนครราชสีมา มีเหมืองแร่สัมปทานเปิดทำการทั้งสิ้น 26 แปลง แร่ที่ผลิตได้มากที่สุด ได้แก่ หินปูน (หินอุตสาหกรรมชนิดก่อสร้าง) จำนวน 2,254,720 ตัน รองลงมา คือ หินเกลือ จำนวน 1,121,870 ตัน ซึ่งอุตสาหกรรมทั้ง 2 ชนิดนี้ ผลิตได้มากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ

เมื่อพิจารณาในช่วง 2546 - 2550 ปีที่ผ่านมาการผลิตสาขาเหมืองแร่และเหมืองหินจังหวัดนครราชสีมา มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นแต่มีบางปีที่อาจชะลอตัวลง ตามความต้องการที่ใช้ในงานก่อสร้างและจากปัจจัยราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

ผลิตภัณฑ์ใหม่ อุตสาหกรรมอีกประเภทของจังหวัดนครราชสีมาที่มีความเกี่ยวข้องกับประชากรในจังหวัดทั้งระดับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ซึ่งส่งผลด้านรายได้ที่ไหลเข้าจังหวัด และการจ้างงาน และระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือน

จากข้อมูลจำนวนผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายและผู้ผลิตจำหน่ายผ้าไหม ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีการขึ้นทะเบียนโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2550 จำนวน 197 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.96 จากปี พ.ศ. 2549 ซึ่งมีจำนวน 167 ราย

เมื่อพิจารณาด้านรายได้ของมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ของจังหวัดนครราชสีมา ในปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่า 3,456.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 10.18 แต่เป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภาวะทางเศรษฐกิจ และตัวผลิตภัณฑ์ใหม่เองที่มีข้อจำกัด เช่น เส้นไหมดิบที่ต้องนำเข้าส่วนหนึ่ง คุณภาพการพอกย้อม การแปรรูป เป็นต้น

การท่องเที่ยว

จังหวัดนครราชสีมา เปรียบเสมือนประตูสู่อีสาน อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 259 กิโลเมตร อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรต่าง ๆ ที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด จากข้อมูลด้านการท่องเที่ยว พบว่า จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยว และนักทัศนาจร) ที่เดินทางมามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี

ในปี 2550 จังหวัดนครราชสีมามีรายได้จากธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจำนวน 8,208.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 5.58 ซึ่งอาจมีผลจากราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้การท่องเที่ยวชะลอตัวลง แต่เนื่องมาจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นประตูสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปยังจังหวัดอื่นๆ ผู้ที่เดินทางผ่านไปมาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ย่อมแวะพัก หรือหาของฝากกลับบ้านจึงส่งผลต่อธุรกิจโรงแรม และร้านอาหารของที่ระลึกอีกด้วย

ผู้ที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่เป็นชาวไทยร้อยละ 98.1 ชาวต่างประเทศ ร้อยละ 1.9 จะเห็นได้ว่าการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวสามารถเพิ่มรายได้ให้กับประชากรในจังหวัด และยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ซึ่งผู้บริหารระดับสูงในจังหวัดเล็งเห็นประโยชน์และให้ความสำคัญ โดยจะต้องส่งเสริมด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศรวมถึงการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาเส้นทางคมนาคมให้สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นอย่างเป็นโครงข่าย

ตารางที่ 2.23 แสดงจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน พ.ศ. 2548 – 2550

รายการ	2548	2549	2550	2551
จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน	4,301,398	4,967,023	5,429,119	4,790,389
ชาวไทย	4,212,394	4,873,037	5,321,004	4,665,509
ชาวต่างประเทศ	89,004	93,986	108,115	124,880
จำนวนนักท่องเที่ยว ^{1/}	2,620,474	3,169,236	3,255,402	3,264,014
ชาวไทย	2,545,302	3,094,385	3,179,360	3,173,784
ชาวต่างประเทศ	75,172	74,851	76,042	90,230
จำนวนนักท่องเที่ยว ^{2/}	1,680,924	1,797,787	2,173,717	1,526,375
ชาวไทย	1,667,092	1,778,652	2,141,644	1,491,725
ชาวต่างประเทศ	13,832	19,135	32,073	34,650

ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา

หมายเหตุ 1/ นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนั้น โดยวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนา หรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน

2/ นักทัศนาจร หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่พักค้างคืน

รายได้รายจ่ายครัวเรือน

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายของประชากรจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ในปี พ.ศ. 2549 ครัวเรือนในจังหวัดนครราชสีมามีค่าใช้จ่ายต่อครัวเรือนต่อเดือนประมาณร้อยละ 76.2 ของรายได้ทั้งสิ้น (ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนไม่รวมค่าซื้อ/เช่าซื้อ/ผ่อนชำระบ้าน

ที่ดิน และของมีค่าอื่น ๆ) สำหรับหนี้สิน พบว่า ครั้วเรือนมีหนี้สินเฉลี่ยต่อครั้วเรือนประมาณ 7.0 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 2.24 จำนวนรายได้ ค่าใช้จ่าย และหนี้สินของครั้วเรือนเฉลี่ยต่อเดือน จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2545 -2550

(หน่วย : บาท)

รายการ	2545	2547	2549	2550
รายได้ (ต่อ คร.ต่อเดือน)	9,494	11,398	13,320	14,177
ค่าใช้จ่าย (ต่อ คร.ต่อเดือน)	7,405	9,141	10,154	11,305
หนี้สิน (ต่อ คร.)	51,017	87,293	93,790	108,337

ที่มา: การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครั้วเรือน สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา

เมื่อเปรียบเทียบหนี้สินของครั้วเรือน จำแนกตามการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ปี 2549 ครั้วเรือนผู้ดำเนินธุรกิจฯ มีหนี้สินเฉลี่ยต่อครั้วเรือน 227,214 บาท มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของหนี้สินเพิ่มขึ้นสูงสุดเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ร้อยละ 60.4 เป็นผลสืบเนื่องมาจากการรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมภาคธุรกิจในการลงทุน ปล่อยสินเชื่อ เช่น โครงการ SME โครงการธนาคารประชาชนที่ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อส่งเสริมการลงทุนให้มีการใช้จ่าย กระตุ้นเศรษฐกิจให้มีสภาพคล่องส่งผลให้ภาคธุรกิจมีภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น รองลงมาได้แก่ ครั้วเรือนผู้ไม่ได้ปฏิบัติงานเชิงเศรษฐกิจ ครั้วเรือนลูกจ้างมีหนี้สินเฉลี่ยต่อครั้วเรือน 31,086 บาท และ 102,737 บาท ตามลำดับ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของหนี้สินเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ร้อยละ 47.9 และ 13.0 ตามลำดับ ส่วนครั้วเรือนผู้ถือครองกิจการเกษตรมีหนี้สินเฉลี่ยต่อครั้วเรือน 67,962 บาท มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของหนี้สินลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ร้อยละ 12.5

ครั้วเรือนยากจน

ตัวชี้วัดที่สำคัญอีกตัวที่สามารถแสดงให้เห็นถึงสถานะของประชากรด้านรายรับ รายจ่าย และหนี้สิน คือ เส้นความยากจน จากข้อมูลสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ สังคมแห่งชาติ ซึ่งโดยทั่วไปจะใช้วัดระดับความต้องการขั้นพื้นฐาน หากไม่บรรลุถึงระดับความต้องการดังกล่าวแล้วถือว่า “ยากจน” เป็นการวัดความยากจนของบุคคล/ครั้วเรือนโดยตรง

เมื่อพิจารณาถึงความพอเพียงของรายได้ของครั้วเรือนที่ใช้ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของครั้วเรือน ในปี พ.ศ. 2549 ครั้วเรือนในจังหวัดนครราชสีมา มีรายได้เฉลี่ย/เดือน/ครั้วเรือน จำนวน 13,320 บาท ขนาดครั้วเรือนเฉลี่ยเท่ากับ 3.4 คน ซึ่งต้องมีรายจ่ายด้านความต้องการขั้นพื้นฐาน จำนวน 42,636 บาท ในแต่ละครั้วเรือน แสดงให้เห็นว่าครั้วเรือนส่วนใหญ่ในจังหวัดนครราชสีมา มีรายได้ไม่เพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของตน จากข้อมูลครั้วเรือนที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ จปฐ. ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา พบว่า จำนวนครั้วเรือนที่มีรายได้ตกเกณฑ์ จปฐ. (รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท/คน/ปี) ของจังหวัดมีแนวโน้มลดลง

ทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2550 มีจำนวน 5,045 ครั้วเรือน ลดลงร้อยละ 64.6 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2549 จำนวน 14,246 ครั้วเรือน

การกระจายรายได้

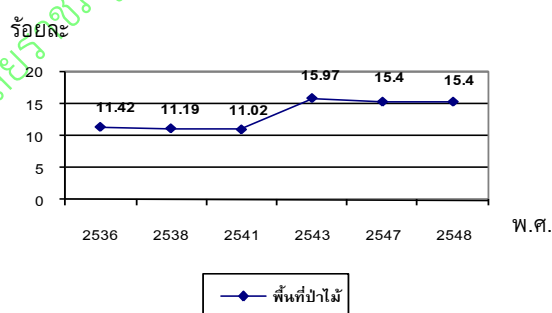
เมื่อพิจารณาถึงความเหลื่อมล้ำของรายได้ของครัวเรือนในจังหวัดนครราชสีมา ในปี พ.ศ. 2549 มีค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (Gini Ratio) เท่ากับ 0.461 เทียบกับปี พ.ศ. 2547 ที่มีค่าเท่ากับ 0.363 พบว่า ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมาความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้เพิ่มขึ้น จึงเป็นเครื่องชี้ตัวหนึ่งที่จะพิจารณาในเรื่องการกำหนดนโยบายเพิ่มรายได้ให้แก่ประชากรอย่างทั่วถึง เพื่อลดปัญหาความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ค่าสัมประสิทธิ์ จินี (Gini Coefficient) เป็นเครื่องมือในการวัดความไม่เท่าเทียมในรูปแบบของสัดส่วน (Gini Ratio) ซึ่งค่าอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 ยิ่งค่าเข้าใกล้ 1 มากเท่าไร แสดงว่าความไม่เท่าเทียมกันของรายได้เพื่อการอุปโภคบริโภคมีมากขึ้น

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ป่าไม้

ในปี พ.ศ. 2548 พื้นที่ป่าไม้ของจังหวัดนครราชสีมา มีจำนวน 1,968,075 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 15.20 เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ของจังหวัด และจากข้อมูลพื้นที่ป่าไม้จังหวัดนครราชสีมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 – 2548 แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ป่าไม้ของจังหวัดมีแนวโน้มลดลงทุกปี มาเริ่มชะลอตัว ในตั้งแต่ปี 2543 อาจเป็นเพราะภาครัฐมีนโยบายในการอนุรักษ์พื้นที่ป่าไม้ และเร่งปลูกจิตสำนึกให้ประชากรเห็นความสำคัญของป่าไม้ และโทษภัยหากพื้นที่ป่าลดลงจนหมดไป พรรณไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ไม้ประดู่ ไม้แดง ไม้มะค่าโมง ไม้เต็ง ไม้รัง ไม้ยาง ไม้เหียง ไม้พลวง



ภาพที่ 2.12 ร้อยละพื้นที่ป่าไม้เปรียบเทียบกับพื้นที่จังหวัด พ.ศ. 2536 - 2548

ที่มา: กรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ดิน

จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 5 จังหวัดนครราชสีมา เนื้อที่ส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย เก็บความชุ่มชื้นได้น้อย มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ มีพื้นที่เพียงบางส่วนที่เป็นดินเหนียวมีความอุดมสมบูรณ์ปานกลางและค่อนข้างสูง ซึ่งเหมาะแก่การเกษตรกรรมเพียง 30.50% ของพื้นที่ทั้งหมด

บริเวณพื้นที่ดินเค็มที่มากที่สุดเป็นบริเวณที่สูงและต้องมีการควบคุมมิให้เกิดการกระจายตัวของดินเค็มเป็นพิเศษ ซึ่งมีหินเกลืออยู่ชั้นล่าง จำนวน 1,722,337 ไร่ คิดเป็น 13.45 ของพื้นที่ทั้งหมดแพร่กระจายมากบริเวณอำเภอด่านซุดต อำเภอลำดวน อำเภอนนไทย อำเภอแก้งสนามนาง อำเภอขามทะเลสอ และอำเภอพระทองคำ

ดินที่ความเค็มน้อยที่สุด คือหน่วยสัมพันธ์ของบริเวณที่สูงที่มีชั้นหินเกลืออยู่ชั้นล่าง บริเวณที่ราบต่ำที่ค้ำยกเป็นดินเค็ม 246,777 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.93 ของพื้นที่ทั้งหมด แพร่กระจายบริเวณอำเภอลำดวน และอำเภอห้วยแถลง

ลักษณะของดินจังหวัด สามารถแบ่งตามลักษณะกลุ่มดินได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

- กลุ่มดินไร่ ครอบคลุมพื้นที่ร้อยละ 55 ของพื้นที่ทั้งหมด
- กลุ่มดินนา ครอบคลุมพื้นที่ร้อยละ 20 ของพื้นที่ทั้งหมด
- พื้นที่ภูเขา ครอบคลุมพื้นที่ร้อยละ 15 ของพื้นที่ทั้งหมด
- กลุ่มดินคละ ครอบคลุมพื้นที่ร้อยละ 10 ของพื้นที่ทั้งหมด

แหล่งน้ำ

ประชากรในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านการเกษตร ทำให้ต้องอาศัยแหล่งน้ำเพื่อการประกอบอาชีพ จังหวัดนครราชสีมามีแหล่งน้ำทางธรรมชาติที่สำคัญ 9 กลุ่มน้ำ ได้แก่ กลุ่มน้ำมูล กลุ่มน้ำลำมาศตอนปลาย กลุ่มน้ำลำมาศตอนบน กลุ่มน้ำจักราช กลุ่มน้ำลำมูลบน – ลำพระเพลิง กลุ่มน้ำลำตะคอง กลุ่มน้ำเชียงกร กลุ่มน้ำสะแกกรัง กลุ่มน้ำชี ซึ่งมีปริมาณน้ำท่าต้นทุนเฉลี่ยปีละ 3,512.94 ล้าน ลบ.ม. นอกจากนี้ยังมีแหล่งน้ำทุกประเภทที่ได้รับการพัฒนาโดยหน่วยงานต่างๆ ถึงปี พ.ศ. 2546 สามารถกักเก็บน้ำได้รวมทั้งสิ้น 1,586.51 ล้าน ลบ.ม.

ในปี พ.ศ. 2550 เนื่องจากปริมาณฝนที่ตกมีปริมาณมาก มีผลทำให้กลุ่มน้ำต่าง ๆ มีปริมาณน้ำมาก บางพื้นที่อาจได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม แต่เมื่อฤดูฝนผ่านไปพื้นดินไม่สามารถกักเก็บน้ำไว้ได้ทำให้ประสบปัญหาความแห้งแล้ง ในส่วนอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ ขนาดกลางก็สามารถกักเก็บน้ำไว้ใช้เพื่อการเกษตรและอุปโภค บริโภคได้ แต่ต้องมีการบริหารจัดการ วางแผนการใช้น้ำเป็นอย่างดีตลอดจนการเข้มงวดทางกฎหมายเพื่อดูแลและรักษาไว้ซึ่งคุณภาพน้ำ

จากข้อมูลความต้องการใช้น้ำ โดยโครงการชลประทานนครราชสีมา สำนักชลประทานที่ 8 ในปี พ.ศ. 2547 และคาดประมาณความต้องการใช้น้ำในปี พ.ศ. 2552 และ 2557 พบว่าประชากรในจังหวัดนครราชสีมามีความต้องการใช้น้ำเพื่อการเกษตร อุปโภค บริโภค ทุกกิจกรรมรวมกัน จำนวน 2,480.55, 2,564.88 และ 2,649.22 ล้าน ลบ.ม. ตามลำดับ พบว่า มีเพียงกลุ่มน้ำลำมูลบนเท่านั้น ที่มีปริมาณกักเก็บน้ำตามแหล่งน้ำต่าง ๆ เพียงพอกับความต้องการ แต่อีก 8 กลุ่มน้ำ มีปริมาณกักเก็บน้ำไม่เพียงพอกับความต้องการ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.25 แสดงปริมาณกักเก็บน้ำตามแหล่งน้ำต่าง ๆ

ชื่อลุ่มน้ำ	ปริมาณน้ำที่ขาด (ล้าน ลบ.ม.)
ลุ่มน้ำลำเชียงไกร	398.52
ลุ่มน้ำลำสะเทต	302.29
ลุ่มน้ำลำตะคลอง	141.11
ลุ่มน้ำลำมูลบนตอนล่าง	130.42
ลุ่มน้ำลำปลายมาศ	130.35
ลุ่มน้ำจักราช	72.17
ลุ่มน้ำลำพระเพลิง	63.11
ลุ่มน้ำชี	57.70

ที่มา: โครงการชลประทานนครราชสีมา สำนักชลประทานที่ 8

จากข้อมูลแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในเรื่องการกำหนดนโยบาย และวางแผน สำหรับการพัฒนาแหล่งน้ำธรรมชาติ และอ่างเก็บน้ำเพื่อกักเก็บน้ำไว้ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อประชากรในจังหวัดทั้งด้านการเกษตร ด้านการอุปโภค บริโภคเพื่อรองรับการเติบโตของชุมชนเมือง และภาคอุตสาหกรรมในอนาคตต่อไป

บทสรุป

จากการวิเคราะห์ภาพรวมของจังหวัดนครราชสีมาทั้ง 3 ด้าน ทำให้เห็นถึงศักยภาพแนวโน้มและข้อจำกัดของจังหวัดที่สำคัญ ทั้งด้านการเกษตร ด้านการท่องเที่ยว และด้านอุตสาหกรรม ซึ่งจังหวัดนครราชสีมาเห็นว่าหากกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาจังหวัด โดยมีตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Position) โดยวางยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนด้านการเกษตร ด้านการท่องเที่ยว ด้านอุตสาหกรรมใหม่และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับภาคเกษตร ซึ่งในแต่ละด้านมีปัจจัย หรือศักยภาพรองรับที่สามารถจะพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนในอนาคต

ด้านการเกษตร จังหวัดมีพื้นที่ถือครองทำการเกษตรร้อยละ 60.8 ของพื้นที่จังหวัด พืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง อ้อยโรงงาน และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มีมูลค่าการผลิตในแต่ละปีมีมูลค่าสูง โดยในปีการผลิต 2549/2550 มีมูลค่า 29,437 ล้านบาท แรงงานในภาคการเกษตรไม่ขาดแคลนเนื่องจากแรงงานมีการหมุนเวียนระหว่างจังหวัดให้มีความสำคัญ โดยได้กำหนดเป็นตำแหน่งทางยุทธศาสตร์การพัฒนา (Strategic Position) โดยมีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์กลางของการผลิตสินค้าเกษตรของภาค

จากสถานการณ์โลกทั้งด้านความผันผวนของราคาน้ำมันและวิกฤติการณ์โลก ร้อน ปรากฏการณ์ “เอลนีโญ” และ “ลานีญา” มีผลกระทบต่อผลผลิตการเกษตรของประเทศต่าง ๆ ได้แก่ มันสำปะหลัง พืชพลังงานทดแทนซึ่งมีราคาสูงขึ้นและผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และข้าวมีแนวโน้มขาดแคลนและราคาสูงขึ้น เนื่องมาจากผลผลิตไม่ได้ตามเป้าหมาย ซึ่งจังหวัด

นครราชสีมาได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตร โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อเพิ่มผลผลิตพืชทั้ง 2 ชนิด ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา แต่เนื่องจากในอดีตจังหวัดมีข้อจำกัดด้านงบประมาณที่ใช้ขับเคลื่อนไม่เป็นไปตามเป้าหมายของแผนพัฒนาการเกษตรที่วางไว้ สำหรับในปี 2556 จังหวัดคาดว่าหากแผนและงบประมาณเป็นไปตามที่กำหนดก็จะส่งผลให้ผลผลิตของข้าวและมันสำปะหลังเพิ่มขึ้น

ด้านอุตสาหกรรมใหม่

ใหม่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีดำรงชีวิตของคนอีสาน ซึ่งจังหวัดนครราชสีมาได้กำหนดให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Position) เพื่อมุ่งพัฒนาให้จังหวัดเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมใหม่ของภาคเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้เกษตรกรและผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งแผนพัฒนายุทธศาสตร์ใหม่จะช่วยแก้ปัญหาในการลดปริมาณการนำเข้าเส้นไหมดิบ การเพิ่มมูลค่า (Value Added) คุณภาพ การแปรรูป และการตลาด เป็นต้น ซึ่งแสดงด้วยสถิติ ดังนี้

นอกจากนี้ ในภาคอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับภาคเกษตรซึ่งจำเป็นต้องให้การส่งเสริมและสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ได้แก่ อุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกร อุตสาหกรรมแปรรูปพืชสมุนไพร ตลอดจนพืชพลังงานทดแทน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามจังหวัดนครราชสีมาก็ได้ละเลยในเรื่องการดูแลประชากรในจังหวัดเกี่ยวกับการแก้ปัญหาความเดือดร้อน การพัฒนาคุณภาพชีวิต การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดด้วย

ด้านการท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมาได้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Position) เพื่อให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวของภาค และมุ่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับต่อการมาเยี่ยมเยือนของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี แต่อย่างไรก็ตามจังหวัดนครราชสีมาจะดำเนินการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนควบคู่ไป

จากสถิติผู้มาเยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่ามีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง เนื่องจากมีปัจจัยไม่สามารถควบคุมได้และจังหวัดเองยังไม่สามารถจัดตั้งงบประมาณเพื่อดำเนินการตามแผนงาน/โครงการที่วางไว้ประกอบกับในห้วง 2-3 ปีนี้ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ทั้งด้านราคาน้ำมันและค่าเงินบาท

ปีงบประมาณ 2551 – 2553 รัฐบาลประกาศให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและจังหวัดนครราชสีมา ประกอบกับการกำหนดให้จังหวัดจัดทำแผนและงบประมาณได้เองจะส่งผลทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2.5.3 การวิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT Analysis)

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ เนื้อที่ประมาณ 20,493.96 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 12,808,728 ไร่ แบ่งการปกครองออกเป็น 32 อำเภอ ประชากรทั้งสิ้นประมาณ 2.6 ล้านคน มีระยะทางห่างจากเมืองหลวงกรุงเทพมหานคร 259 กิโลเมตร เป็นศูนย์กลางการขนส่งมวลชนของภูมิภาคมีรถประจำทางปรับอากาศที่ให้บริการระหว่างจังหวัดถึงกรุงเทพฯ ทุก 30 นาที ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นพื้นที่ตั้งของผืนป่าเขาใหญ่ที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นมรดกโลก

รวมทั้งมีพื้นที่ที่ได้รับการยกย่องว่ามีอากาศบริสุทธิ์อันดับ 7 ของโลก และเป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สำคัญของประเทศเพื่อการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศตลอดจนเป็นแหล่งผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย ฯลฯ โดยที่สถานการณ์ของโลกมีความผันผวนของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ส่งผลให้ทุกประเทศรวมถึงไทยเราต้องแสวงหา/ค้นคว้าในเรื่องการผลิตพลังงานทดแทนเพื่อเป็นพลังงานทางเลือกแทนน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งนับวันจะมีราคาสูงขึ้น ณ วันที่ 31 มกราคม 2551 ราคาน้ำมันดิบมีการซื้อขายในตลาดโลกถึงบาร์เรลละเกือบ 100 เหรียญสหรัฐ ซึ่งจังหวัดนครราชสีมาถือว่าเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เพราะปลูกมันสำปะหลังแหล่งสำคัญของประเทศ เพื่อแปรรูปเป็นแป้งมันสำปะหลังและวัตถุดิบป้อนโรงงานเอทานอลและยังไม่เพียงพอกับปริมาณความต้องการของประเทศ รวมถึงเพื่อการส่งออกด้วย

เมื่อพิจารณาจากศักยภาพของจังหวัดนครราชสีมาในด้านต่าง ๆ ด้วย SWOT Analysis พบว่ายังมีปัจจัยแวดล้อมทั้งเป็นปัจจัยภายในและภายนอกที่ต้องนำมาใช้ประกอบการพิจารณา ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ SWOT ของจังหวัดนครราชสีมา

จุดแข็ง

- 1) ประชาชนมีส่วนร่วมและคุ้นเคยในกระบวนการพัฒนาคุณภาพชีวิต (โครงการโคราชพัฒนา)
- 2) เป็นประตูสู่อีสานและเป็นศูนย์รวมของการขนส่งมวลชนและการขนส่งเชิงพาณิชย์ (Mass transportation) การคมนาคมสะดวก ใกล้กรุงเทพฯ ฯ
- 3) มีเส้นทางสู่ท่าเรือชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกที่ใกล้ที่สุดของภาคอีสาน
- 4) มีอุตสาหกรรมยานยนต์ ชิ้นส่วนยานยนต์ และโรงงานแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย
- 5) มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน เช่น เขาใหญ่ เป็นมรดกโลก มีภูมิประเทศสวยงาม อากาศบริสุทธิ์
- 6) เป็นที่ตั้งของสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนระดับปริญญาตรี - ปริญญาโทจำนวนมาก
- 7) มีภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขาต่าง ๆ จำนวนมาก
- 8) มีประวัติศาสตร์/วัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการเป็นคนโคราช
- 9) มีศูนย์รวมจิตใจของชาวโคราช คือ ท่านท้าวสุรนารี (ย่าโม) และหลวงพ่อกุณ (วัดบ้านไร่)
- 10) มีโรงแรมและที่พักรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากเพียงพอต่อการจัดงานระดับชาติและนานาชาติ
- 11) มีกลุ่มองค์กรเครือข่ายชาวบ้านที่เข้มแข็งเป็นจำนวนมาก มีการบูรณาการ มีกองทุนหมู่บ้านมากที่สุดในประเทศไทย
- 12) มีป่าที่เป็นแหล่งต้นน้ำ เช่น ลำตะคอง และเป็นจังหวัดต้นน้ำที่สำคัญของจังหวัดและภาคอีสาน

13) มีส่วนราชการมากทั้งส่วนภูมิภาค ส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น มีข้าราชการที่ดี
ทุกหน่วยงาน

14) มีประชากรที่มีคุณภาพ มีความรู้หลากหลายอาชีพ มีแรงงานมาก เหมาะสมใน
การลงทุน

15) มีพื้นที่เหมาะสมในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากที่สุดของประเทศ
ประชากรมากเป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพฯ สามารถพัฒนาศักยภาพและเป็นพลังสำคัญใน
การพัฒนาการจังหวัด

16) มีสนามกีฬามาตรฐานสามารถจัดการแข่งขันกีฬาในระดับชาติและ
นานาชาติ

17) มีพื้นที่ที่ถูกจัดให้เป็นพื้นที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์อันดับ 7 ของโลก (อ. วังน้ำเขียว)

จุดอ่อน

- 1) เป็นจังหวัดใหญ่ประชากรมากต้องอาศัยปัจจัยในการพัฒนาจำนวนมาก
- 2) ขาดการนำระบบ(Zoning) มาใช้ประโยชน์ในการผลิตอย่างจริงจัง
- 3) เป็นเส้นทางผ่านสู่ภาคอีสาน ระยะทางยาวมาก ส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุมาก
- 4) ขาดระบบเชื่อมต่อเข้าสู่ภาคการตลาดและอุตสาหกรรม
- 5) ขาดระบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ
- 6) ชุมชนเมืองอ่อนแอ มีการกระจุกตัวของประชาชน (สลัม) ระบบสาธารณสุขป็น

ยังไม่ทั่วถึง

- 7) ปัญหาความสกปรก ปัญหากลิ่นเหม็นจากโรงงาน
- 8) ปัญหาเรื่องขาดแคลนแหล่งน้ำรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมที่อาศัยน้ำ
เป็นหลัก ระบบชลประทานไม่ทั่วถึง และน้ำมีคุณภาพต่ำ ขาดระบบบำบัดน้ำเสียอย่างประหยัด ขาด
การบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ

9) ป่าไม้ถูกทำลาย ขาดสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ขาดการมีส่วนร่วมในการวางผัง
เมือง

- 10) นักการเมืองท้องถิ่นยังไม่มีความเป็นเอกภาพ มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก
- 11) การกระจุกตัวของสถานศึกษาในเขตเมือง สถาบันการศึกษาผลิตบุคลากรไม่
เพียงพอขาดความเชื่อมโยง

12) สถานบริการทางด้านสุขภาพไม่เพียงพอ อาหารปลอดภัยและระบบคุ้มครอง
ผู้บริโภคไม่ทั่วถึง

13) ผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุมีจำนวนมาก ขาดระบบขนส่งมวลชน ประเภทรถไฟราง
คู่ ขาดการวางแผนการจราจร ถนนขาดการบำรุงรักษา

- 14) มีคนจำนวนมาก และขาดโอกาส ปัญหาแรงงานด้อยคุณภาพ
- 15) ประชาชนยังไม่เข้าใจสิทธิของตนเอง และชุมชน ประชาชนบางแหล่งขาด
ระเบียบวินัย

16) เส้นทางคมนาคมที่เป็นโครงข่ายเชื่อมโยงและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่
เพียงพอและทั่วถึง

โอกาส

- 1) รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอินโดจีนและนโยบายเปิดตลาดการค้าเสรี
- 2) อยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนด้านอุตสาหกรรม และมีการขยายเขตอุตสาหกรรมเข้ามาในพื้นที่
- 3) รัฐมีนโยบายในการเชื่อมเส้นทางกับประเทศเพื่อนบ้าน
- 4) การได้รับการสนับสนุนให้เป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางราง (Mass Rapid Transit)
- 5) จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น
- 6) มีภาคการเมืองในพื้นที่ให้การสนับสนุน และมีอำนาจในการผลักดันนโยบายงบประมาณ
- 7) มีพื้นที่เป็นจำนวนมากสามารถแปลงสินทรัพย์เป็นทุนได้
- 8) พื้นที่บางส่วนมีอากาศเย็นสามารถปลูกพืชเมืองหนาวได้

ข้อจำกัด

- 1) ความผันผวนทางราคาสินค้าการเกษตร
- 2) ข้อจำกัดทางกฎหมายของภาครัฐยังไม่เอื้อต่อการค้าระหว่างประเทศ (ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมันสำปะหลัง) เช่น การคิดอัตราภาษีแอลกอฮอล์ในอัตราภาษีสุรา
- 3) ขาดการเชื่อมโยงโครงข่ายการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด และประเทศเพื่อนบ้าน
- 4) กระแสของวัฒนธรรมและเทคโนโลยีของโลกที่เข้ามากระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชน
- 5) ความแตกต่างทางฐานะ เศรษฐกิจและสังคม
- 6) เส้นทางคมนาคมผ่านจังหวัดมีระยะทางยาวมาก เกิดอุบัติเหตุมาก
- 7) สภาพทางภูมิศาสตร์ไม่เอื้อต่อการคมนาคมทางอากาศ
- 8) ขาดการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นระบบ

2.5.4 ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

- 1) วิสัยทัศน์ (Vision)

“ประตูสู่อีสาน ศูนย์กลางการผลิตสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม ฟ้าใหม่ และการท่องเที่ยว”
- 2) พันธกิจ (Mission)
 - 2.1) เพิ่มขีดความสามารถในการผลิต การแปรรูป การจัดการและการแข่งขันทางตลาดสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร
 - 2.2) เพิ่มขีดความสามารถในการผลิต การแปรรูป การจัดการ และการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่
 - 2.3) เพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการท่องเที่ยว
 - 2.4) พัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตของประชาชน

2.5) พัฒนาด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อ
บริการประชาชนตามหลักธรรมาภิบาล

3) ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัด (Strategic Position)

ในปี 2556 จังหวัดนครราชสีมาจะใช้ศักยภาพทางภูมิศาสตร์และภูมิสังคม ซึ่งประกอบด้วยพื้นที่ขนาดใหญ่ประมาณ 12,808,728 ไร่ ประชากร 2,791,297 คน พื้นที่เพาะปลูกข้าว 3.8 ล้านไร่ พื้นที่ปลูกมันสำปะหลัง 2.07 ล้านไร่ มีโรงงานแปรรูป/โรงงานเอทานอล และโรงสีข้าวรองรับในพื้นที่ รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการเกษตรอื่น ๆ ในส่วนของอุตสาหกรรมใหม่มีแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สำคัญตั้งอยู่ที่อำเภอปักธงชัย และกระจายตามครัวเรือนเกษตรกรในพื้นที่ 30 อำเภอ สำหรับด้านการท่องเที่ยวมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญคืออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นมรดกโลก และพื้นที่อำเภอวังน้ำเขียวซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นพื้นที่ที่อากาศบริสุทธิ์อันดับ 7 ของโลก ตลอดจนมีแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ที่สำคัญคืออุทยานปราสาทหินพิมายที่เชื่อมโยงเรื่องราวของ “เส้นทางตำนานชัยวัฒน์” ต่อเนื่องกับปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น นำมาผนวกกับขีดความสามารถภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน การบูรณาการทำงานในรูปของ “กรมนครราชสีมา” เพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการลงทุน โดยมีตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัด (Strategic Position) คือ “การเป็นศูนย์กลางของการผลิตสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ใหม่ และการท่องเที่ยวของภาค” ซึ่งเป็นตำแหน่งที่มีกิจกรรมสามารถพัฒนาเป็น Cluster ได้ ภายใต้กระบวนการขับเคลื่อน ทั้งต้นน้ำ – กลางน้ำ – ปลายน้ำ (Value Chain) ตามประเด็นยุทธศาสตร์แต่ละด้าน โดยมียุทธศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ

4) เป้าประสงค์รวม (Objective)

4.1) เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของการพัฒนาจังหวัดสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตรของภาค

4.2) เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของการพัฒนาจังหวัดสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตของอุตสาหกรรมใหม่ของภาค

4.3) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของการพัฒนาจังหวัดสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาค

5) ตัวชี้วัดและเป้าหมายการพัฒนา (KPI / Targets)

5.1) ร้อยละของความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของจังหวัดสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตรในระดับภาค/โดยมีเป้าหมายการพัฒนาเพื่อเพิ่มผลผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด 2 อันดับแรก คือเป้าหมายปี 2556 ของข้าวนาปี ให้ได้มูลค่า 38,963,649,423 บาท และมันสำปะหลังให้ได้มูลค่า 28,776,000,900 บาท

5.2) ร้อยละของความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของจังหวัดสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตอุตสาหกรรมใหม่ในระดับภาค/โดยมีเป้าหมายการพัฒนา อุตสาหกรรมใหม่ปี 2556 ให้ได้มูลค่า 3,395,000,000 บาท

5.3) ร้อยละของความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของจังหวัดสู่การเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในระดับภาค/โดยมีเป้าหมายการพัฒนา คือ ผู้มาเยือนในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 6,189,635 คน และรายได้จากการท่องเที่ยวปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 9,698,000,000 บาท

6) ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด (Strategies)

ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่ใช้ขับเคลื่อน 5 ยุทธศาสตร์ 18 กลยุทธ์ และ แนวทางการพัฒนาไว้ ดังนี้

- 6.1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตร
- 6.2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่
- 6.3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว
- 6.4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมและแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของ

ประชาชน

- 6.5) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ
กลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนา

- 6.1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตร ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์

- 6.1.1) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและจัดการสินค้าเกษตร

- 6.1.2) การเพิ่มขีดความสามารถในการแปรรูปและตลาดสินค้าเกษตร

โดยกลยุทธ์ที่ 6.1.1 – 6.1.2 ประกอบด้วย 16 แนวทาง

การพัฒนา

ความเหมาะสมในการผลิตสินค้าเกษตร

จัดการน้ำเพื่อการเกษตร

การผลิตและจัดการสินค้าเกษตร

การผลิตและจัดการสินค้าเกษตร

จัดการสินค้าเกษตร

กำหนดเขตการผลิตการเกษตร

ประโยชน์สูงสุด

- (1) ส่งเสริมการปรับปรุงบำรุงดิน การแก้ปัญหาดินเค็มให้มี
- (2) พัฒนาแหล่งน้ำ ขยายระบบชลประทาน และการบริหาร
- (3) ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและจัดการสินค้าเกษตร
- (4) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรมีความสามารถในการ
- (5) ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและได้มาตรฐาน
- (6) ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและจัดการพืชพลังงานทดแทน
- (7) ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์
- (8) ส่งเสริมการพัฒนาการผลิตสู่ภาคอุตสาหกรรมเกษตร
- (9) ส่งเสริมการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร
- (10) ส่งเสริมการรวมกลุ่ม/สถาบันเกษตรกรการผลิตและการ
- (11) นำระบบเขตเกษตรที่เหมาะสม (Zoning) ไปใช้ในการ
- (12) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ที่ดินทางการเกษตรให้เกิด

- (13) สร้างระบบเตือนภัยที่จะเกิดความเสียหายกับการประกอบอาชีพการเกษตร
- (14) เพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีสมรรถนะสูงในการผลิตและการจัดการสินค้าเกษตร
- (15) พัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบ Logistic
- (16) วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและการจัดการสินค้าเกษตร
- 6.1.3) การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร ประกอบด้วย 5 แนวทางการพัฒนา
- (1) ส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปสินค้าเกษตร
- (2) ส่งเสริมการตรวจรับรองมาตรฐานการแปรรูปสินค้าเกษตร
- (3) สร้างเครื่องหมายการค้าสินค้าเกษตร
- (4) ส่งเสริมและพัฒนารูปแบบและการบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตร
- (5) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น
- 6.1.4) การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดสินค้าเกษตร ประกอบด้วย 5 แนวทางการพัฒนา
- (1) เชื่อมโยงการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตร
- (2) ส่งเสริมการตลาดและเสริมสร้างประกันสินค้าเกษตรอย่างเป็นระบบ
- (3) พัฒนาระบบการกระจายสินค้าเกษตร
- (4) ส่งเสริมการเจรจาธุรกิจและจัดแสดงสินค้าเกษตรทั้งในและต่างประเทศ
- (5) ส่งเสริมการนำใช้สารสนเทศเพื่อการแข่งขันทางการตลาดสินค้าการเกษตร
- 6.2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์
- 6.2.1) เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย 2 แนวทางการพัฒนา
- (1) ส่งเสริมและพัฒนาการปลูกหม่อนให้เพียงพอกับการเลี้ยงไหม
- (2) ส่งเสริมการเลี้ยงไหมให้มีประสิทธิภาพ
- 6.2.2) ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ประกอบด้วย 3 แนวทางการพัฒนา
- (1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามความต้องการของตลาด
- (2) เชื่อมโยงผู้ประกอบการใหม่เพื่อการส่งออก

- (3) พัฒนาแนวทางเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่
- 6.2.3) ยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย
- 2 แนวทางการพัฒนา
- (1) เพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ
- ผลิตภัณฑ์ใหม่
- (2) ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ใหม่
- 6.2.4) ส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย 3 แนวทาง
- การพัฒนา
- (1) ส่งเสริมและพัฒนากการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่
- (2) ส่งเสริมการเจรจาธุรกิจผลิตภัณฑ์ใหม่
- (3) จัดแสดงแพชชั่นและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่
- 6.3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์
- 6.3.1) พัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 แนวทาง
- การพัฒนา
- (1) พัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้เป็นที่สนใจของ
- นักท่องเที่ยว
- (2) พัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ (New Product) เพื่อเชื่อมโยงกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) อย่างเป็นระบบ และสร้างทางเลือกใหม่แก่นักท่องเที่ยว
- (3) ส่งเสริมให้มีกิจกรรม เทศกาล งานประเพณี และวิถีชีวิต
- ของชุมชนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
- (4) พัฒนาโครงข่ายและเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมให้เข้าสู่
- แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกปลอดภัยให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- (5) พัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
- 6.3.2) พัฒนามาตรฐานการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- ประกอบด้วย 4 แนวทางการพัฒนา
- (1) พัฒนารูทกิจบริการเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยว
- (2) พัฒนามาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และ
- บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- (3) พัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัย และการให้
- ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว
- (4) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการพื้นฐานต่าง ๆ ให้
- สะอาดและปลอดภัย
- 6.3.3) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 แนว
- ทางการพัฒนา

- (1) ขยายฐานตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ
- (2) เพิ่มช่องทางการโฆษณา และประชาสัมพันธ์
- (3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low-season)
- (4) ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัด
- ภูมิภาค และประเทศเพื่อนบ้าน
- (5) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ
- (6) ส่งเสริมการจัด Farm Trips
- 6.3.4) การบริหารจัดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 แนวทางการพัฒนา
- (1) การวางแผนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
- (2) การติดตามประเมินผลการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
- (3) การพัฒนาฐานข้อมูลในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
- (4) การสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่น และประชาชน
- (5) การศึกษาวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยว
- 6.4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมและการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์
- 6.4.1) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ประกอบด้วย 11 แนวทางการพัฒนา
- (1) ส่งเสริมให้ประชาชนมีหลักประกันสุขภาพ และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- (2) จัดให้มีการบริการทางการศึกษา การแพทย์และสาธารณสุขแก่ประชาชนตามสิทธิประโยชน์อย่างมีคุณภาพมาตรฐาน
- (3) พัฒนาอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้และลดรายจ่ายของประชาชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- (4) ส่งเสริมให้มีทักษะในการประกอบอาชีพ และคุ้มครองแรงงานในการประกอบอาชีพ
- (5) ส่งเสริมการผลิตบุคลากรภาคแรงงานอย่างเพียงพอและเหมาะสม
- (6) เสริมสร้างภูมิคุ้มกันในเด็ก สตรี เยาวชนและความเข้มแข็งครอบครัว ชุมชน และสวัสดิการสังคม
- (7) ส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น
- (8) ส่งเสริมการนำศาสนาและแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชน
- (9) ฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

- (10) จัดผังเมืองให้เป็นระบบและเป็นเมืองน่าอยู่
- (11) ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกและการนำพลังงานทดแทนมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- 6.4.2) การลดปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน ประกอบด้วย 7 แนวทางการพัฒนา
- (1) จัดระบบการรับเรื่องราวร้องทุกข์ การคุ้มครองผู้บริโภค และแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน
- (2) ส่งเสริมให้ชุมชนและท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อน
- (3) เพิ่มประสิทธิภาพระบบการขนส่งและคมนาคม
- (4) พัฒนา/จัดหาแหล่งน้ำ ขยายระบบชลประทานและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ
- (5) ลดระดับความรุนแรงของการแพร่ระบาดของยาเสพติด และอาชญากรรม
- (6) วางระบบการถือครองและการใช้ที่ดินอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม
- (7) ส่งเสริมและสนับสนุนการเสริมสร้างระบบนิเวศน์ทางธรรมชาติ
- 6.5) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์
- 6.5.1) พัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการประชาชน ประกอบด้วย 5 แนวทางการพัฒนา
- (1) เสริมสร้างศักยภาพการปฏิบัติราชการของบุคลากรภาครัฐ ให้เป็นมืออาชีพ
- (2) สร้างกระแสและผลักดันให้ส่วนราชการและอปท. นำระบบ PMQA มาใช้พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ
- (3) สนับสนุนให้มีบริการ One Stop Service/Service Link และส่งเสริมศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล
- (4) สนับสนุนการบริหารราชการโดยยึดหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี มาใช้ในหน่วยงานภาครัฐ
- (5) ปรับปรุงศูนย์ราชการและสร้างบรรยากาศที่ดีของที่สำนักงานในทุกระดับ
- 6.5.2) เสริมสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ประกอบด้วย 2 แนวทางการพัฒนา
- (1) การส่งเสริมระบบการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมระดับจังหวัด/ระดับอำเภอและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(2) พัฒนาระบบการให้บริการประชาชนมีประสิทธิภาพ และเปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบโดยภาคประชาชน

6.5.3) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการภาครัฐ ประกอบด้วย 1 แนวทางการพัฒนา

- สนับสนุนให้มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีประสิทธิภาพ

6.5.4) เพิ่มสมรรถนะบุคลากรให้มีความสามารถในการบริหารจัดการภาครัฐ ประกอบด้วย 2 แนวทางการพัฒนา

(1) พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการภาครัฐ

(2) ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้พลังงานของภาครัฐอย่างมีประสิทธิภาพ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชลธร ทิพย์สุวรรณ (2548) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์เพื่อจัดสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน:กรณีศึกษาหมู่บ้านมังฆวนก๊ก ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า จุดแข็งทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคือประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต ชนเผ่า การประกอบอาชีพ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภคที่มีพร้อมและการเข้าถึงที่มีความสะดวกสบาย จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวคือ การขาดความสามัคคีภายในชุมชนทำให้ขาดความเข้มแข็ง ประกอบกับสภาพแวดล้อมที่ดูเสื่อมโทรมไม่สะอาดมีเศษขยะเรี่ยราดอยู่ทั่วไป และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของชุมชน โอกาสทางการท่องเที่ยวคือ การได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน อุปสรรคทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคือ ปัญหาในการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงคู่แข่งทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหมู่บ้านชาวเขาเผ่าอื่น ๆ จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว จึงสามารถทราบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวได้โดยปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนจัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้เป็นระบบและมีความเป็นมาตรฐาน กำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านและการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยรูปแบบ การจัดการท่องเที่ยวนั้น สามารถจัดเป็นรายการนำเที่ยวโดยชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและวิเคราะห์ร่วมกับผู้วิจัยจนได้รายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสมเป็นที่ยอมรับของคนในหมู่บ้านและสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างแท้จริง

สุพิศรา กลีบดี (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า สภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำดอนหวายมีศักยภาพสูง สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารและสินค้าทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (วิถีชีวิต) ภูมิปัญญา

ท้องถิ่นและแหล่งประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ตามลำดับ การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากการศึกษาพบว่า ชุมชนมีการจัดการด้านการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในระดับต่ำ การจัดการด้านกิจกรรมและการจัดการนักท่องเที่ยว ชุมชนมีการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบขององค์กรในการจัดการพบว่าชุมชนสามารถจัดการได้อยู่ในระดับสูง เพราะมีการรวมตัวกันเพื่อจัดระเบียบการท่องเที่ยวในรูปของคณะกรรมการ และให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมให้ความเห็นในการจัดการท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดริมน้ำ ดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม สามารถที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ เพราะมีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ สินค้าทางการเกษตร และเอกลักษณ์ท้องถิ่น ทั้งนี้มีการบริหารจัดการภายในชุมชนที่ดี แต่การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยว และการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งควรมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และการส่งเสริมด้านการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

สุภาภรณ์ หาญทอง (2543) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว มีศักยภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดหน่วยงานหลักที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญคือ ปัญหางบประมาณที่ไม่เพียงพอและมีอยู่จำกัด จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอกับงานและขนาดของพื้นที่รับผิดชอบ ปัญหาในเรื่องการประสานงานและขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุงมีระบบการจัดการที่ยังไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้มีปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว ขาดงบประมาณ และความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ศมา ญ ระนอง (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น; ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวงมี 3 ลักษณะ คือ

1. กลุ่มทุน มีหน้าที่ในการจัดหาและระดมทุนเพื่อให้เกิดมีทุนหมุนเวียนในชุมชนมากที่สุด นอกจากนั้นยังเปิดให้สมาชิกกู้ยืมเงินนำไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการจัดสวัสดิการในส่วนของ การรักษาพยาบาล การศึกษา และการพัฒนาชุมชนด้วย

2. กลุ่มอาชีพ มีหน้าที่ในการส่งเสริมอาชีพให้สมาชิกภายในชุมชนมีอาชีพเสริม นอกจากทำเกษตรเพียงอย่างเดียว เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชน กลุ่มอาชีพเองเป็นเสมือนแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งภายในชุมชนด้วย

3. กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มีหน้าที่หลักในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนให้มีความอุดมสมบูรณ์ และควบคุมการใช้ทรัพยากรของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมไปถึงการปลูกจิตสำนึกให้คนภายในชุมชนรู้คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ เป็นกลุ่มดูแลเส้นทางท่องเที่ยว

ของชุมชนศิรั้งด้วย และกลุ่มตัวอย่างความคาดหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับการจัดการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน การทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ความรู้สึกรักชุมชนเพิ่มขึ้น เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง ส่วนเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้ คือ การมีส่วนร่วมในการประชุม มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และมีส่วนร่วมในการประเมินผล

เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่น ๆ (2547) ได้วิจัยเรื่อง โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย จากการศึกษาวิจัยโครงสร้างการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สรุปผลการวิเคราะห์ได้ 4 เรื่อง ดังนี้

1. การวิเคราะห์การ จัดทำแผนและยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวในระดับต่าง ๆ พบว่าองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็นองค์กรภาครัฐในส่วนกลาง ทั้งสิ้นและขาดการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่าง ๆ ยังขาดความเป็นเอกภาพและขาดความเชื่อมโยง และขาดแผนการบริหารที่ชัดเจน

2. การวิเคราะห์สถานะและบทบาทขององค์กรภาครัฐในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาพรวมขององค์กรภาครัฐทั้งในระบบหลักและระบบรอง พบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับความซ้ำซ้อนของอำนาจหน้าที่ ปัญหาความไม่ชัดเจนของอำนาจหน้าที่ และปัญหาอำนาจหน้าที่ของภาครัฐในระบบรองในส่วนที่เกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลที่มีผลต่อสถานะและบทบาทขององค์กรภาครัฐในการบริหารการท่องเที่ยว พบว่านโยบายผู้ว่าราชการจังหวัดบูรณาการฯ มีปัญหาที่ผู้ว่าราชการจังหวัดไม่อาจมีบทบาทในการนำนโยบายและยุทธศาสตร์ของรัฐบาลไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ทั่วจังหวัดได้อย่างสมบูรณ์และส่วนที่เกี่ยวกับนโยบายการปฏิรูประบบราชการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ส่งผลให้ภารกิจในการจัดการด้านการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งถ่ายโอนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมาอยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงฯ ซึ่งปัจจุบันกระทรวงยังขาดความพร้อม มีปัญหาการทำงานทั้งในเชิงความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวและความพร้อมของบุคลากร เมื่อพิจารณาบทบาทขององค์กรภาครัฐในการประสานงานด้านการท่องเที่ยวพบว่ารัฐบาลต้องบริหารนโยบายบนความหลากหลายขององค์กร ซึ่งมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในระดับส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ และองค์กรมหาชน แต่ละองค์กรมีระบบและวิธีการการบริหารที่แตกต่างหลากหลายทำให้การประสานงานภายในองค์กรภาครัฐผ่านกลไกระบบราชการต่าง ๆ ค่อนข้างมีปัญหาและมีความยุ่งยากมากขึ้น

3. การวิเคราะห์สถานะและบทบาทขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า

3.1 สภาพทั่วไป องค์กรภาคเอกชนมีลักษณะการทำงานและมีความมุ่งหมายในการแสวงหากำไรสูงสุด

3.2 โครงสร้างการบริหารแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ องค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3.3 การประสานงานภายในองค์กรภาคเอกชนที่แสวงหากำไรมีค่อนข้างน้อย นอกจากการรวมตัวกันในบางโอกาสในกรณีวิกฤติทางธุรกิจจึงมีการร่วมมือกัน เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการขายและแบ่งผลประโยชน์กัน

3.4 ปัญหาการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า บทบาทการมีส่วนร่วมค่อนข้างจำกัด การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับต่าง ๆ ภาคเอกชนปรากฏบทบาทไม่เด่นชัด สภาอุตสาหกรรมฯ เองมีบทบาทเพียงสะท้อนปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ภาครัฐเท่านั้น รวมทั้งโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรมฯ ยังคงมีปัญหา

4. การวิเคราะห์สถานะและบทบาทของชุมชนท้องถิ่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์กรบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ มีความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชนค่อนข้างจำกัด ลักษณะการก่อตัวของสิทธิชุมชนมีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามสภาพชีวิต วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ จึงมีความยากลำบากต่อการบริหารตามแนวยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบใหม่ ๆ และจำเป็นต้องแสวงหาวิธีการวางระบบการบริหารให้สามารถสอดคล้องกับลักษณะอันเป็นธรรมชาติของภาคส่วนนี้ให้ได้

จากผลการศึกษาวิจัยที่ได้คณะทำงานการบริการและการท่องเที่ยว สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีข้อเสนอแนะและข้อสังเกต ดังนี้

1. เสนอให้จัดตั้ง “สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ” เพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2. ให้มีการจัดทำ “แผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว” โดยเน้นให้ภาคส่วนต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารการท่องเที่ยว และให้ความสำคัญในทุกมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3. ให้มีการจัดตั้งจัดตั้ง “คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งชาติ” “คณะกรรมการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด” และ “คณะกรรมการการท่องเที่ยวจังหวัด” ขึ้น เพื่อให้มีโครงสร้างองค์กรที่มีหน้าที่ในการจัดทำแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม ควรจัดโครงสร้างการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เหมาะสมเพื่อให้การบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีการบูรณาการและสามารถนำแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จอย่างจริงจัง ในช่วงระหว่างที่รอการปรับปรุงแก้ไขโครงสร้างการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามรูปแบบใหม่ ควรมีการดำเนินการตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ “แนวทางการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาค”

4. มีข้อสังเกตว่า การจัดตั้งคณะกรรมการการท่องเที่ยวระดับชาติคณะกรรมการการท่องเที่ยวระดับอนุภาค และระดับพื้นที่ (Are Based) ซึ่งจำเป็นต้องตรากฎหมายเกี่ยวกับรูปแบบและอำนาจหน้าที่ หรือลู่ทางที่จะให้สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถจัดระเบียบและระบบการดำเนินงานเพื่อประสานกิจกรรมของภาคเอกชน และเชื่อมภารกิจระหว่างองค์กรภาครัฐกับองค์กรภาคเอกชน ด้านการท่องเที่ยวได้อย่างจริงจัง รวมทั้งการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการบริหารงานไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่นด้วยการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้สามารถจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดขึ้นมา หรือแนวทางการพัฒนาภาคประชาชนหรือชุมชนในท้องถิ่น เพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมและรับบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้มากขึ้น

อุดร วงษ์ทับทิม และคนอื่น ๆ (2545) ได้วิจัยเรื่อง ชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมชุมชนตำบลแม่ฮี้ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนเห็นคุณค่าของธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ผืนป่าต้นน้ำมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ชุมชนมุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำ โดยดำเนินการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวและกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวไม่ให้มีการตัดถนนเข้าไปในผืนป่า ลดการก่อผลกระทบจากการท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด ทั้งในทางตรงและทางอ้อมชุมชนมีส่วนร่วมโดยตรงในการศึกษาปัญหาการท่องเที่ยวและผลกระทบที่ชุมชนอาจได้รับจากการท่องเที่ยว การเดินป่าศึกษาธรรมชาติในชุมชน นักท่องเที่ยวต้องเดินเข้าไปโดยมีชาวบ้านเป็นคนนำทาง โครงสร้างฐานรากเศรษฐกิจชุมชนเป็นการเกษตรกรรม ปลูกข้าว ถั่วเหลือง กระเทียมและเลี้ยงสัตว์ ต้องการให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริมของชุมชนเท่านั้น ชุมชนต้องการรักษาซากเหง้าทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิม มีการตั้งรับและปรับตัวให้เข้ากับกระแสของการท่องเที่ยวที่ขยายเข้ามาในชุมชนด้วยการก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ ชุมชนเผยแพร่วิถีแห่งวัฒนธรรมและภูมิปัญญาให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม มิใช่เป็นการขายวัฒนธรรมพร้อมทั้งมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ซากเหง้าทางวัฒนธรรม และฟื้นฟูภูมิปัญญาดั้งเดิม ทั้งนิทานพื้นบ้าน (เปลอเลอเปลอ) และลำนำพื้นบ้าน (ทา)

ในด้านการตลาดชุมชนพื้นที่วิจัยเตรียมดำเนินการประสานงานด้านการตลาด ด้วยการเจรจากับบริษัทท่องเที่ยวในแนวอนุรักษ์ให้จัดส่งนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวยังน้ำตกแม่เย็น น้ำตกแม่ปิงโบราณสถานของชนชาติลัวะ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมกับชนเผ่าปกาเกอะญอ

ในด้านปัญหาและข้อจำกัด ชาวบ้านมีข้อจำกัดในด้านภาษาต่างประเทศ ทำให้การสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนไม่ชัดเจนเท่าที่ควร บางครั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความสับสนไม่เข้าใจหรือเข้าใจคลาดเคลื่อนผิดไปจากเจตนาที่มุ่งจะซื้อและมีความแตกต่างทั้งในด้านภาษาและวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น

สมศักดิ์ เตชะเอราวัณ (2544) ได้วิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาบ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหมู่บ้านแม่กำปองมีศักยภาพและความพร้อมอยู่ในระดับดีทั้งในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง แต่มีข้อจำกัดในด้านกายภาพที่ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ ส่วนศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการความปลอดภัยและการตลาด อยู่ในระดับที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ผู้วิจัย พบว่ายังมีปัญหาและอุปสรรคอีก 4 ประเด็น ได้แก่

1. ด้านกายภาพของพื้นที่
2. การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม
3. รูปแบบการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม
4. การตลาด

ปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวจะนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการจัดการที่เหมาะสมกับธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วมในหมู่บ้านแม่กำปองต่อไป

Klenosky & Gitelson (1998) ได้ศึกษาเรื่อง Travel Agents' Destinations โดยทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการบริษัทท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของสายการบินและเป็นสมาชิกของ American Society Travel Agent ผ่านระบบโทรศัพท์ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าคำแนะนำของบริษัทนำเที่ยวทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจเลือกประเภทการท่องเที่ยว ซึ่งการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่เจาะจงการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม การท่องเที่ยวของคู่แข่งงานใหม่หรือการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันจะได้รับการตอบกลับจากลูกค้าที่ดี และการจัดแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนใครจะมีประโยชน์ต่อการจัดรายการส่งเสริมการขายได้ดีกว่าการแนะนำโดยบุคคลหรือพนักงานขาย การแนะนำผ่านทางโทรศัพท์ การเขียนจดหมายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำทำให้ได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง

Lam & Zhang (1999) ศึกษาเกี่ยวกับ Service Quality of Travel Agents: The Case of Travel Agents in Hong Kong คุณภาพการบริการของบริษัทตัวแทนนำเที่ยวกรณีศึกษาบริษัทนำเที่ยวในฮ่องกง พบว่า การที่บริษัทจะประสบความสำเร็จในการบริการ บริษัทนำเที่ยวต้องใช้กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ในระยะยาว ทั้งในส่วนการสรรหา อบรม พัฒนาคุณภาพพนักงาน ซึ่งต้องลงทุนทั้งเวลาและงบประมาณ นอกจากนี้นโยบายในการตรวจสอบควบคุม จะเพิ่มความไว้วางใจของลูกค้า เช่น การควบคุมสินค้า บริการและขั้นตอนการทำงาน แต่ภาพลักษณ์ของบริษัทไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ

Luk (1997) ได้ทำการศึกษาเรื่อง An Examination of The Role of Marketing Culture in Service Quality ซึ่งในการวิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างภายในประเทศฮ่องกงเป็น 2 กลุ่มคือพนักงานบริษัทนำเที่ยว และลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาจากการเดินทาง พบว่า บริษัทนำเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการบริหารงานจะให้ความสำคัญกับการเข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้า และการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัทนำเที่ยว โดยฝึกฝนพนักงานให้สร้างความใกล้ชิดกับลูกค้าให้มากที่สุด การสังเกตวัฒนธรรม บุคลิกลักษณะเด่นของลูกค้า เพื่อนำมาประยุกต์ในการสร้างมาตรฐานในการบริการ ให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด พนักงานต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ พนักงานต้องสามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี โดยในการจัดการโปรแกรมนำเที่ยวต้องใส่ใจในคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ การสื่อสารที่ดี ความสามารถในการตอบคำถาม และการตอบสนองลูกค้าได้ตลอดเวลา เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการเป็นหลัก

Michael V. Conlin, Australian International Hotel School Australia กล่าวว่า การที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน สิ่งที่สำคัญคือการปรับเปลี่ยนทัศนคติของชาวบ้านให้เห็นคุณค่าของสภาพแวดล้อมผ่านบทบาทของการศึกษาที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชน

Miguela Mena Kaye Chon กล่าวถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนากระบวนการจัดการตั้งแต่ต้น โดยจะต้องพยายามชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับจากการท่องเที่ยว เพราะเมื่อชุมชนเห็นประโยชน์ที่จะได้รับก็จะจูงใจให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว

Pamela Sy Ho, School of Hotel and Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรม ต้องสร้างความสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวและการจัดการด้านมรดกทางวัฒนธรรม การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องให้ความสำคัญในเรื่องการเข้าใจถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความพิเศษ และควมมีเอกลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว การบริการลูกค้า ความสะอาดสบาย การมีส่วนร่วมของชุมชน และความสามารถในการจัดการ ปัญหาที่เกิดจากการขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวกับหน่วยงานด้านวัฒนธรรมที่ขาดการวางแผนร่วมกัน

Speier (2005) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวและการพัฒนาแบบยั่งยืน เพื่อตรวจสอบบทบาทและความรับผิดชอบการท่องเที่ยวในมุมมองของการพัฒนาแบบยั่งยืน เป้าหมายและกระบวนการต่าง ๆ ของการพัฒนาแบบยั่งยืน รวมถึงศักยภาพของมนุษย์ และสถาบันทางประชาธิปไตย เพื่ออำนวยความสะดวกในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาของผู้มีส่วนได้เสีย ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเป็นทางเลือกที่สำคัญของการพัฒนาได้รับการส่งเสริมศักยภาพเพื่อเสนอการผสมผสานที่เป็นเอกลักษณ์ของลักษณะต่าง ๆ เพื่อตอบสนองมิติทางการพัฒนาแบบยั่งยืน สำหรับการพัฒนายั่งยืนต้องประกอบด้วยสังคมและมนุษย์ ตลอดจนเป้าหมายการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่สัมฤทธิ์ผลที่ดำเนินการภายในบริบทของการปกป้องวัฒนธรรมของมนุษย์และสภาพแวดล้อม อนึ่งความเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวกับการพัฒนาแบบยั่งยืนปรากฏว่าไม่มีโอกาสใดเลยที่มิติทั้งของการพัฒนาแบบยั่งยืนได้รับแสดงผล ฉะนั้นการวิจัยในอนาคตควรศึกษาอธิบายการพัฒนาแบบยั่งยืนในปัจจุบันแสดงแนวโน้มของการปรับปรุงในการมุ่งสู่ความยั่งยืนมากขึ้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย พจนา สวนศรี (2546) กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ โดยมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงสามารถรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับได้ และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งประชาชนทุกส่วนต้องได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคกัน รวมถึงมีการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้นไว้ได้

กมลวันย์ โมราศิลป์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการศึกษาพบว่าพัฒนาทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภท

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
2. การพัฒนาบริการการท่องเที่ยว
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ได้กำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ 2 ข้อ คือ

1. เพื่อมุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวเป็นฐานทางเศรษฐกิจในส่วนภูมิภาคที่จะกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรม

2. ความสำคัญกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ

เอกพงศ์ ไชคำ (2552) ได้ศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา สวนเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษา ผู้ศึกษาสามารถแบ่งแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวออกตามกรอบแนวคิดได้ 2 ด้าน คือ

1. ด้านการบริหารและการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว

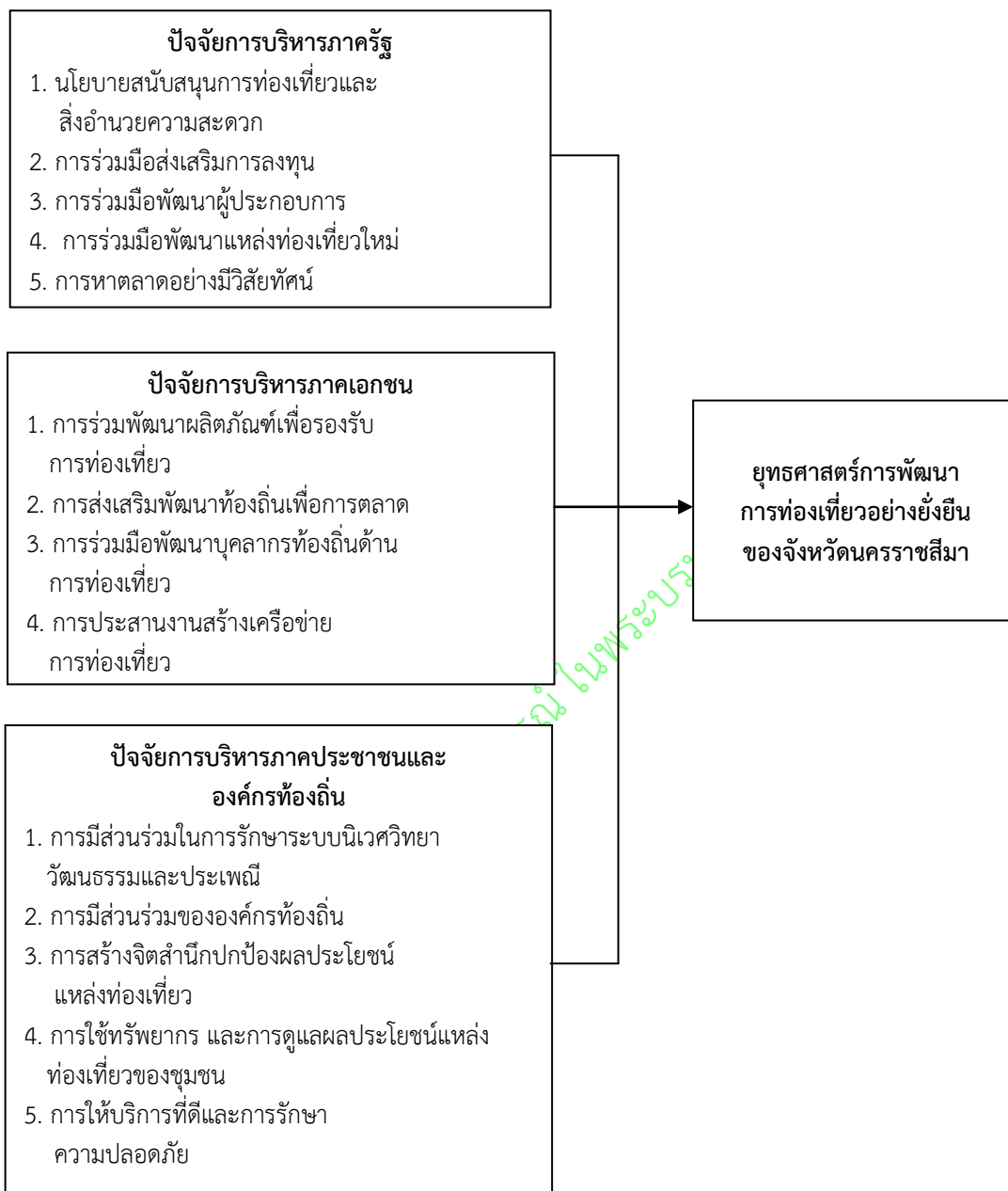
2. ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. ด้านโครงสร้างพื้นฐานและบริการ

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ก็คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้พัฒนาในทุก ๆ ด้านอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง เพื่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ รวมถึงการจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมอย่างชาญฉลาด เกิดประโยชน์สูงสุดและยาวนาน และไม่ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น

2.7 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

กรอบแนวคิดนี้ได้ศึกษาและพัฒนาจากรายงานการศึกษาวิจัยเรื่องโครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (2547) โครงการศึกษาวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2546) แผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา 4 ปี พ.ศ. 2553 – 2556 รวมถึงการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ตลอดจนปัจจัยโครงสร้างสภาวะแวดล้อมและนิเวศวิทยาของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งที่กล่าวมาข้างต้นทำให้เกิดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยดังนี้



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) ที่มีทั้งวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยได้มีการดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

กำหนดประชากรที่จะนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ ภาครัฐ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน บุคลากรภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5,429,119 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา, 2550)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 18 คน ดังนี้

บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ ภาครัฐ จำนวน 7 คน ได้แก่

1. ปลัดอำเภอฝ่ายส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น
2. ผู้จัดการธนาคารออมสิน นครราชสีมา
3. ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน

นครราชสีมา

4. ผู้อำนวยการการศึกษาพิเศษ การศึกษานอกโรงเรียน
5. ผู้อำนวยการศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา
6. หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์ ภูมิสถาปัตย์
7. หัวหน้าสวนป่าท่องเที่ยวเขาภูหลวง

บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ ภาคเอกชน จำนวน 5 คน ได้แก่

1. กรรมการผู้จัดการโรงแรมคลองทรายรีสอร์ท
2. กรรมการผู้จัดการโรงแรมโกลเด้นแลนด์รีสอร์ท
3. ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ หนังสือพิมพ์ บ้านเองพัฒนา
4. กรรมการผู้จัดการรีสอร์ท บ้านไร่สุจิรา
5. เลขาธิการมูลนิธิกิจการท่องเที่ยวนครราชสีมา

บุคลากรภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น จำนวน 6 คน ได้แก่

1. นายกเทศมนตรีตำบลแหลมทอง
2. นายกองการบริหารส่วนตำบลหนองบุนนาค
3. ประธานองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไม้ไผ่
4. รองประธานหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
5. เลขาธิการนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา

6. อดีตนายกเทศมนตรี

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอปักธงชัย อำเภอปากช่อง อำเภอวังน้ำเขียว อำเภอสีคิ้ว อำเภอพิมาย อำเภอโชคชัย และอำเภอสูงเนิน ซึ่งเป็นอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมมากที่สุด จากนั้นกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการประมาณค่า การสุ่มในระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทำการแทนค่าตามสูตร และกำหนดตามสัดส่วนของแต่ละอำเภอที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยให้ความสำคัญเท่ากัน รวมกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ได้ผลดังนี้

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{5,429,119}{1 + (5,429,119 \times (0.05)^2)}$$

$$n = 399.97 (\approx 400 \text{ คน})$$

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอำเภอในจังหวัดนครราชสีมา

ลำดับที่	อำเภอในจังหวัดนครราชสีมา	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	เมืองนครราชสีมา	50
2	ปากช่อง	50
3	พิมาย	50
4	สีคิ้ว	50
5	ปักธงชัย	50
6	สูงเนิน	50
7	โชคชัย	50
8	วังน้ำเขียว	50
รวม		400

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

3.2.1 แบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญภาครัฐ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน และบุคลากรภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

3.2.2 แบบสอบถาม เพื่อสอบถามเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของจังหวัดนครราชสีมา ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา เป็นข้อคำถามแบบ มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของลิเคอร์ท (Likert Scale) ใช้กับกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา แบบสอบถามมี 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับลักษณะทางพฤติกรรมศาสตร์นักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว

เป็นข้อคำถามแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ ลิเคอร์ท (Likert Scale)

3.2.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่สร้างขึ้น ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาโดยมีวิธีการสร้างและหาคุณภาพของ เครื่องมือ ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

- 1) กำหนดจุดประสงค์ในการสร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม เพื่อเป็น กรอบสำหรับการสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม
- 2) ศึกษาหลักการ ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของจังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งตัวอย่างเครื่องมือวัดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3) นำคำจำกัดความของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดนครราชสีมาเป็นแนวทางในการนำไปเขียนข้อคำถามให้สอดคล้องตามคำจำกัดความ

4) การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

แบบสอบถามเป็นข้อคำถามแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของลิเคอร์ท (Likert Scale) (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก ก) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา มีการพัฒนาคุณภาพ ของเครื่องมือ โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index = IOC) ตามความ คิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC = 0.50 ขึ้นไป พบว่า เกินกว่าเกณฑ์ ที่กำหนดไว้ทุกข้อ จึงถือว่าข้อคำถามทุกข้อมีความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

5) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ การวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยดำเนินการ ดังนี้

3.3.1 ขอนหนังสือจากวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการเพื่อขอเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

3.3.2 ติดต่อประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) รวมทั้งขอรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำมาประกอบการทำวิจัย โดยผู้วิจัยเดินทางไปสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

3.3.3 ติดต่อประสานงานกับชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดนครราชสีมาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และส่งแบบสอบถามที่ได้รับกรตรวจสอบแล้วให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยเดินทางไปเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.3.4 คัดเลือกข้อมูลที่สมบูรณ์เพื่อนำมาวิเคราะห์

3.3.5 รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดำเนินการ ดังนี้

1) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทุกฉบับ เพื่อคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์ ถูกต้องจากแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการประมวลผลข้อมูล

2) ข้อมูลสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาค่าร้อยละ (Percentage)

3) ข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมศาสตร์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาค่าร้อยละ (Percentage)

4) ข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปรแต่ละตัวซึ่งคิดเป็นรายชื่อแล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมายตามเกณฑ์การประเมินค่า ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 – 1.49	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
2.50 – 3.49	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
3.50 – 4.49	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
4.50 – 5.00	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

5) วิเคราะห์และทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ด้วยการทำตารางไขว้ (Crosstabulation) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Chi - Square) ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

(1) การทำตารางไขว้ (Crosstabulation) โดยกำหนดตัวแปรอิสระ คือ ภูมิภาค ระดับการศึกษา อาชีพ และกำหนดตัวแปรตาม คือปัจจัยของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

(2) การคำนวณหาค่าไคสแควร์ (Chi - square) ใช้สูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

χ^2	=	คือค่าไคสแควร์
O	=	คือค่าความถี่ที่ศึกษามาได้
E	=	คือค่าความถี่ที่หวังไว้โดยทฤษฎี

ในการแปลความหมายของค่าไคสแควร์ เพื่อทราบว่าผลต่างจะมีนัยสำคัญหรือไม่นั้นต้องอาศัยค่าไคสแควร์ที่ระดับความมีนัยสำคัญต่าง ๆ และในการดูจากตารางนั้นต้องหาตำแหน่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom) โดยใช้สูตร

df	=	$(c - 1)(r - 1)$
เมื่อ c	=	จำนวนตัวแปรที่เป็นช่องตั้ง (Column)
r	=	จำนวนตัวแปรที่เป็นแถว (Row)

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา มีขั้นตอน ดังนี้

- 1) ศึกษามาตรการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั่วไป
- 2) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3) วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
- 4) วิเคราะห์ผลของการตอบแบบสอบถาม
- 5) ประเมินบทบาทยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัด

นครราชสีมา

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา” มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา โดยการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) ที่มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 468 คน เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารภาครัฐ การบริหารภาคเอกชน และการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปร และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 18 คน ในการรวบรวมข้อมูลการวิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมศาสตร์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ภูมิภานา ระดับการศึกษา และอาชีพกับปัจจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศชาย	233	49.78
2. เพศหญิง	235	50.21
รวม	468	100.00

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.2 และ 49.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 25 ปี	131	28.09
2. ตั้งแต่ 26 – 35 ปี	138	29.54
3. ตั้งแต่ 36 – 45 ปี	100	21.43
4. มากกว่า 46 ปีขึ้นไป	99	21.15
รวม	468	100.00
ค่าเฉลี่ย		36
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		12.06
ค่าต่ำสุด		13
ค่าสูงสุด		70

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมมีอายุเฉลี่ย 36 ปี ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีอายุน้อยที่สุด 13 ปี และอายุมากที่สุด 70 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.54 รองลงมาคือ มีอายุน้อยกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.09 ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีอายุตั้งแต่ 36 – 45 ปี และมากกว่า 46 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 21.43 และ 21.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของผู้ตอบแบบสอบถาม

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
1. ในเขตจังหวัดนครราชสีมา	110	23.50
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	144	30.77
3. ภาคกลาง	107	22.86
4. ภาคเหนือ	35	7.48
5. ภาคใต้	15	3.21
6. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	57	12.18
รวม	468	100.00

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 30.77 รองลงมาคือมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดนครราชสีมา และในภาคกลาง ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และ 22.86 ตามลำดับ โดยผู้ที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 12.18 ส่วนผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ และภาคใต้ มีสัดส่วนน้อยที่สุดไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
1. ศาสนาพุทธ	451	96.37
2. ศาสนาคริสต์	6	1.28
3. ศาสนาอิสลาม	7	1.50
4. ศาสนาฮินดู	4	0.85
รวม	468	100.00

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่เป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 96.37 ส่วนผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม ศาสนาคริสต์ และศาสนาฮินดู มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	35	7.48
2. มัธยมศึกษา	58	12.39
3. ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	141	30.13
4. ปริญญาตรี	210	44.87
5. สูงกว่าปริญญาตรี	24	5.13
รวม	468	100.00

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่เป็นสำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.87 รองลงคือสำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 30.13 และ 12.39 ส่วนผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรี มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	86	18.37
2. ข้าราชการ	67	14.32
3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	40	8.55
4. พนักงานบริษัทเอกชน	119	25.43
5. ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	121	25.85
6. อื่นๆ	35	7.48
รวม	468	100.00

หมายเหตุ: แม่บ้าน 15 คน รับจ้างทั่วไป 9 คน เกษตรกร 6 คน ข้าราชการบำนาญ 3 คน และลูกจ้าง 2 คน

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่มีประกอบอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.85 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.43 โดยนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และข้าราชการ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 18.37 และ 14.32 ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพอื่น ๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 10,001 บาท	208	44.44
2. 10,001 - 20,000 บาท	153	32.69
3. 20,001 - 30,000 บาท	63	13.46
4. 30,001 บาทขึ้นไป	44	9.40
รวม	468	100.00
ค่าเฉลี่ย	17,782.93	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	18,708.13	
ค่าต่ำสุด	1,000	
ค่าสูงสุด	200,000	

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,782.93 บาท ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยน้อยที่สุด 1,000 บาท และรายได้เฉลี่ยมากที่สุด 200,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมาคือมีรายได้

10,001 – 20,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.69 และ 13.46 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 30,001 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.40

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา	จำนวน	ร้อยละ
1. คนเดียว	14	29.99
2. ครอบครัว/ญาติ	205	43.80
3. เพื่อน/แฟน	220	47.01
4. อื่นๆ	29	6.30
รวม	468	100.00

หมายเหตุ: มากับหน่วยงาน 13 คน มากับสถานศึกษา 11 คน และมาดูลาน 5 คน

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน/แฟน คิดเป็นร้อยละ 47.01 รองลงมาคือเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 43.80 ส่วนผู้ที่เดินทางมาในลักษณะอื่น ๆ และการเดินทางมาคนเดียว มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา	จำนวน	ร้อยละ
1. รถไฟ	11	2.36
2. รถยนต์ส่วนตัว	364	77.77
3. รถโดยสารประจำทาง	49	10.47
4. รถจักรยานยนต์	16	3.42
5. อื่นๆ	28	5.98
รวม	468	100.00

หมายเหตุ: รถตู้เหมา 11 คน รถของสถานศึกษา 12 คน และรถหน่วยงาน 5 คน

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 77.77 รองลงมาคือเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 10.47 ส่วนผู้ที่เดินทางมาในลักษณะอื่น ๆ รถจักรยานยนต์ และการเดินทางมาโดยรถไฟ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการพักผ่อนในการมาท่องเที่ยว
ในจังหวัดนครราชสีมาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะการพักผ่อนในการมาท่องเที่ยวในจังหวัด นครราชสีมา	จำนวน	ร้อยละ
1. ไปเข้าเย็นกลับ	256	54.70
2. การพักค้างแรม	212	45.30
รวม	468	100.00

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่เดินทางแบบไป
เข้าเย็นกลับมากกว่าการพักค้างแรม คิดเป็นร้อยละ 54.70 และ 45.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนวันการพักผ่อนในการมา
ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนวันการพักผ่อนในการมาท่องเที่ยวในจังหวัด นครราชสีมา	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 2 คืน	169	79.72
2. 3 - 4 คืน	27	12.73
3. มากกว่า 4 คืน	16	7.55
รวม	212	100.00

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่เดินทางพักผ่อน
น้อยกว่า 2 คืน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.72 รองลงมาคือพักแรม 3 - 4 คืน คิดเป็นร้อยละ 12.73
ส่วนมากกว่า 4 คืน มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.55

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งต่อปีในการมาท่องเที่ยวใน
จังหวัดนครราชสีมาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนครั้งต่อปีในการมาท่องเที่ยวในจังหวัด นครราชสีมา	จำนวน	ร้อยละ
1. 1-3 ครั้ง	268	57.26
2. 4-6 ครั้ง	90	19.23
3. 7-9 ครั้ง	32	6.84
4. 10 ครั้งขึ้นไป	78	16.67
รวม	468	100.00

จากตารางที่ 4.12 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่เดินทางมาปีละ 1- 3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.26 รองลงมาคือ 4-6 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 19.23 และ 10 ครั้งขึ้นไปต่อปี คิดเป็นร้อยละ 16.67 ส่วนการเดินทางมาปีละ 7-9 ครั้ง มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.84

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 1,000 บาท	102	21.79
2. 1,001 – 3,000 บาท	181	38.68
3. 3,001 – 6,000 บาท	112	23.93
4. 6,001 บาทขึ้นไป	73	15.60
รวม	468	100.00
ค่าเฉลี่ย		3,870.19
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		3,577.89
ค่าต่ำสุด		100
ค่าสูงสุด		30,000

จากตารางที่ 4.13 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมาท่องเที่ยว 3,870.19 บาท ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจ่ายค่าเฉลี่ยในการมาท่องเที่ยวอย่างน้อยที่สุด 100 บาท และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุด 30,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,001 – 3,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.68 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,001 – 6,000 บาท และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.93 และ 21.79 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 6,001 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.60

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมศาสตร์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด

ประเภทของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชอบมาเที่ยว	จำนวนของสถานที่ที่ชื่นชอบ			ร้อยละ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	
1. น้ำตก	154	117	73	25.9
2. ถ้ำ	4	29	16	3.3
3. ภูเขา	38	85	73	13.3
4. อุทยานแห่งชาติ	164	100	75	25.7
5. เชื้อน	21	49	67	8.9
6. สวนผสม	10	17	29	3.7
7. ป่าไม้	7	19	30	3.6
8. เศรษฐกิจองค์กร	26	33	45	7.1
9. เขตรักษาพันธุ์สัตว์	37	19	47	7.2
10. อื่น ๆ	7	0	13	1.3
รวม	468	468	468	100.0

หมายเหตุ: วัด 17 คน เชฟวัน 1 คน และสนามกอล์ฟ 2 คน

จากตารางที่ 4.14 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบเที่ยวน้ำตกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.9 รองลงมาคือ อุทยานแห่งชาติ และภูเขา คิดเป็นร้อยละ 25.7 และ 13.3 ตามลำดับ ส่วนเชื้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ เศรษฐกิจองค์กร สวนผสม ป่าไม้ ถ้ำ และอื่น ๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด ไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด

สถานที่ที่นักท่องเที่ยวชอบมาเที่ยว	จำนวนของสถานที่ที่ชื่นชอบ			ร้อยละ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	
1. อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	297	43	38	31.5
2. น้ำตกมวกเหล็ก	42	134	39	15.4
3. อ่างเก็บน้ำลำตะคอง	25	61	81	10.9
4. สวนสัตว์นครราชสีมา	30	69	74	11.5
5. ฟาร์มโชคชัย	22	70	64	10.4
6. บ้านด่านเกวียน	27	32	49	7.3
7. ปราสาทหินพิมาย	17	35	65	7.5
8. อุทยานไม้กลายเป็นหิน	5	18	29	2.3
9. อื่น ๆ	3	6	29	2.2
รวม	468	468	468	100.0

หมายเหตุ: วน้ำเขียว 16 คน วัด 14 คน วนเธร 7 คน และห้างสรรพสินค้า 1 คน

จากตารางที่ 4.15 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ น้ำตกมวกเหล็ก สวนสัตว์นครราชสีมา อ่างเก็บน้ำลำตะคอง และฟาร์มโชคชัย คิดเป็นร้อยละ 15.4 , 11.5 , 10.9 และ 10.4 ตามลำดับ ส่วนปราสาทหินพิมาย บ้านด่านเกวียน อุทยานไม้กลายเป็นหิน และอื่น ๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด ไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่ชื่นชอบมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

กิจกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่ชื่นชอบมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
1. เดินป่า / ส่องสัตว์ / ดูนก	143	30.56
2. พักแรมวิถีชาวบ้าน (โฮมสเตย์)	87	18.59
3. เที่ยวน้ำตก	208	44.44
4. เล่นกีฬา เช่น ดิกอล์ฟ	18	3.85
5. อื่น ๆ	12	2.56
รวม	468	100.0

หมายเหตุ: พักผ่อน 5 คน ทำบุญ 4 คน และซื้อของ 3 คน

จากตารางที่ 4.16 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมชอบกิจกรรมที่เย็นน้ำตกมากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมาคือ กิจกรรมเดินป่า / ส่องสัตว์ / ดูนก และกิจกรรมพักผ่อนวิถีชาวบ้าน (โฮมสเตย์) คิดเป็นร้อยละ 30.56 และ 18.59 ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมเล่นกีฬา เช่น ติกอล์ฟ และกิจกรรมอื่น ๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของฤดูในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่ชอบมาท่องเที่ยวมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ฤดูในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่ชอบมาท่องเที่ยวมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
1. ฤดูหนาว (พ.ย. – ก.พ.)	361	77.14
2. ฤดูร้อน (มี.ค. – มิ.ย.)	99	21.15
3. ฤดูฝน (ก.ค. – ต.ค.)	8	1.71
รวม	468	100.0

จากตารางที่ 4.17 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมชอบท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาในฤดูหนาวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.14 รองลงมาคือฤดูร้อน คิดเป็นร้อยละ 21.15 ส่วนฤดูฝนมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.71

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของสถานที่พักผ่อนในจังหวัดนครราชสีมาที่มาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานที่พักผ่อนในจังหวัดนครราชสีมาที่มาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. โรงแรม	49	10.47
2. รีสอร์ท / เกสท์เฮ้าส์	163	34.85
3. เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	11	2.35
4. ที่ตั้งแคมป์	94	20.09
5. บ้านพักรับรองของกรมอุทยาน	6	1.28
6. โฮมสเตย์	25	5.34
7. บ้านพักตากอากาศ	19	4.06
8. บ้านญาติ / เพื่อน	84	17.95
9. อื่น ๆ	17	3.63
รวม	468	100.00

หมายเหตุ: บ้านตนเอง 17 คน

จากตารางที่ 4.18 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในภาพรวมชอบพักที่รีสอร์ท / เกสท์เฮ้าส์มากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 34.85 รองลงมาคือ ตั้งแคมป์ บ้านญาติ / เพื่อน และโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 20.09 17.95 และ 10.47 ตามลำดับ ส่วนโฮมสเตย์ บ้านพักตากอากาศ บ้านตนเอง เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ และบ้านพักรับรองของกรมอุทยาน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดนครราชสีมาของผู้ตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดนครราชสีมา	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่องเที่ยว	386	82.48
2. ทัศนศึกษา / ดูงาน	43	9.19
3. ประชุม / สัมมนา	19	4.06
4. อื่น ๆ	20	4.27
รวม	468	100.00

หมายเหตุ: เยี่ยมญาติ/เพื่อน 14 คน ทำบุญ 3 คน ชุ้ระ 2 คน ซ็อซง 1 คน

จากตารางที่ 4.19 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมามากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 82.48 ส่วนทัศนศึกษา / ดูงาน วัตถุประสงค์อื่นๆ และประชุม / สัมมนา มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของการหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. หนังสือพิมพ์	20	4.27
2. โทรทัศน์	161	34.40
3. วิทยุ	12	2.56
4. นิตยสาร	23	4.91
5. อินเทอร์เน็ต	186	39.74
6. เคเบิลทีวี	27	5.77
7. อื่น ๆ	39	8.33
รวม	468	100.00

หมายเหตุ: ญาติแนะนำ 23 คน และเพื่อนแนะนำ 16 คน

จากตารางที่ 4.20 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 34.3 ส่วนหาข่าวสารแหล่งอื่น ๆ เคเบิลทีวี นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และวิทยุ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลสำคัญในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ระยะเวลาใกล้	146	31.20
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	207	44.23
3. สิ่งอำนวยความสะดวก	46	9.83
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว	38	8.12
5. ศิลปวัฒนธรรม	12	2.56
6. ค่าใช้จ่ายถูก	11	2.35
7. อื่น ๆ	8	1.71
รวม	468	100.00

หมายเหตุ: เยี่ยมญาติ/เพื่อน 5 คน ทำบุญ ทำงาน และทำธุระ อย่างละ 1 คน

จากตารางที่ 4.21 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย มากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 44.23 รองลงมาคือระยะเวลาใกล้ คิดเป็นร้อยละ 31.20 ส่วนเหตุผลสำคัญเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ค่าใช้จ่ายถูก และเหตุผลอื่น ๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.22 ความคิดเห็นการกลับมาเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาภายใน 1-2 ปี ข้างหน้า

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่ออกความคิดเห็น	74	15.81
2. ไม่แน่ใจ แล้วแต่โอกาส	82	17.52
3. กลับมาแน่นอน	312	66.67
รวม	468	100.00

จากตารางที่ 4.22 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาอีกครั้งอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือไม่แน่ใจแล้วแต่โอกาส

หากมีโอกาสก็จะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 17.52 โดยมีผู้ไม่ออกความคิดเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 15.81

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยการบริหารภาครัฐของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยการบริหารภาครัฐ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์	181 (38.7)	227 (48.5)	58 (12.4)	0 (0.00)	2 (0.4)	4.25	0.69	มาก
2. มีความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	173 (37.0)	223 (47.6)	70 (15.0)	1 (0.2)	1 (0.2)	4.20	0.71	มาก
3.สามารถหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจ.นครราชสีมาได้โดยสะดวก	128 (27.4)	238 (50.9)	94 (21.1)	6 (1.3)	2 (0.4)	4.03	0.75	มาก
4. มีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย เมื่อมาท่องเที่ยวใน จ.นครราชสีมา	132 (28.2)	230 (49.1)	97 (20.7)	7 (1.5)	2 (0.4)	4.03	0.76	มาก
5. มีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เช่น เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสาร	94 (20.1)	202 (43.2)	133 (28.4)	34 (7.3)	5 (1.1)	3.73	0.89	มาก
6. กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยว มีความยืดหยุ่นและอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว	88 (18.8)	242 (51.7)	128 (27.4)	8 (1.7)	2 (0.2)	3.86	0.74	มาก
7. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	68 (14.5)	221 (47.2)	150 (32.1)	24 (5.1)	5 (1.1)	3.69	0.82	มาก
8. มีการส่งเสริมการลงทุนในด้านการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน	83 (17.7)	223 (47.6)	146 (31.2)	14 (3.0)	2 (0.4)	3.79	0.77	มาก
9. ผู้ประกอบการมีมาตรฐานในการให้บริการสูง	101 (21.6)	240 (51.3)	117 (25.0)	9 (1.9)	1 (0.2)	3.92	0.74	มาก
10. มีการส่งเสริมการศึกษา ทุงาน ใน จ.นครราชสีมา	68 (14.5)	204 (43.6)	164 (35.0)	28 (6.0)	4 (0.9)	3.64	0.83	มาก
11. มีการจัดมาตรฐานการให้บริการกับนักท่องเที่ยวท้องถิ่น	50 (10.7)	162 (34.6)	176 (37.6)	59 (12.6)	21 (4.5)	3.34	0.98	ปานกลาง
12. มีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในเทศกาลต่างๆ	93 (19.9)	194 (41.5)	154 (32.9)	25 (5.3)	2 (0.4)	3.75	0.84	มาก
13. มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนโดยการขยายฐานลูกค้าและนักท่องเที่ยวใหม่	66 (14.1)	194 (41.5)	178 (38.0)	28 (6.0)	2 (0.4)	3.62	0.81	มาก
14. มีการพัฒนาและเปิดตลาดแหล่งท่องเที่ยวใหม่	63 (13.5)	181 (38.7)	174 (37.2)	46 (9.8)	4 (0.9)	3.54	0.87	มาก
15. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่อย่างต่อเนื่อง	78 (16.7)	194 (41.5)	150 (32.1)	43 (9.2)	3 (0.6)	3.64	0.88	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม						3.80	0.51	มาก

จากตารางที่ 23 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ในเรื่อง ปัจจัยการบริหารภาครัฐ ใน

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามก็ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยการบริหารภาครัฐ อยู่ในระดับมากในเกือบทุก ๆ ปัจจัยเช่นกัน ดังนี้

ปัจจัยการบริหารภาครัฐ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ การมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย = 4.25) ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.20) ความสามารถหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจ.นครราชสีมา ได้โดยสะดวก และความรู้สึกรับประกันความปลอดภัย เมื่อมาท่องเที่ยวใน จ.นครราชสีมา (ค่าเฉลี่ย = 4.03) ผู้ประกอบการมีมาตรฐานในการให้บริการสูง (ค่าเฉลี่ย = 3.92) กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยว มีความยืดหยุ่นและอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.86) มีการส่งเสริมการลงทุนในด้านการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน (ค่าเฉลี่ย = 3.79) การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย = 3.75) มีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เช่น เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสาร (ค่าเฉลี่ย = 3.73) รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 3.69) มีการส่งเสริมการศึกษา ทุน ใน จ.นครราชสีมา และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย = 3.64) ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนโดยการขยายฐานลูกค้า และนักท่องเที่ยวใหม่ (ค่าเฉลี่ย = 3.62) การพัฒนาและเปิดตลาดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ (ค่าเฉลี่ย = 3.54) ตามลำดับ

ปัจจัยการบริหารภาครัฐ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ การจัดทำมาตรฐานการให้บริการกับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 3.34)

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยการบริหารภาคเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.สถานประกอบการมีความร่มรื่น สวยงาม	251 (53.6)	152 (32.5)	59 (12.6)	2 (0.6)	0 (0.0)	4.38	0.75	มากที่สุด
2. สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ เรียบร้อย	233 (49.8)	150 (32.1)	79 (16.9)	6 (1.3)	0 (0.0)	4.30	0.79	มากที่สุด
3. สถานประกอบการมีความแข็งแรงปลอดภัย	184 (39.3)	190 (40.6)	89 (20.1)	5 (1.1)	0 (0.0)	4.18	0.77	มาก
4. มีการจัดการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม	160 (34.2)	216 (46.2)	76 (16.2)	14 (3.0)	2 (0.4)	4.10	0.80	มาก
5. ผลผลิตของที่ระลึกขององค์กรท้องถิ่นมีความหลากหลายหลายรูปแบบ	152 (32.5)	192 (41.0)	91 (19.4)	26 (5.6)	7 (1.5)	3.97	0.93	มาก
6. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ เช่น เดินป่า, ชมธรรมชาติ, นำเที่ยวองค์กร, ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	154 (32.9)	196 (41.9)	105 (22.4)	13 (2.8)	0 (0.0)	4.04	0.81	มาก
7. มีร้านอาหารให้บริการอย่างเพียงพอ	127 (27.1)	232 (49.8)	99 (21.2)	7 (1.5)	2 (0.4)	4.01	0.76	มาก
8. มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว	95 (20.3)	193 (41.2)	141 (30.1)	36 (7.7)	3 (0.6)	3.72	0.89	มาก
9. สถานที่เข้าพักมีความปลอดภัย	155 (33.1)	224 (47.9)	85 (18.2)	2 (0.4)	2 (0.4)	4.12	0.74	มาก
10. มีการรักษาระดับนิเวศวิทยาของสถานที่ท่องเที่ยว	95 (20.3)	261 (55.8)	101 (21.6)	9 (1.9)	2 (0.4)	3.93	0.72	มาก
11. มีการจ้างงานบุคลากรในท้องถิ่น	83 (17.7)	216 (46.2)	154 (32.9)	13 (2.8)	2 (0.4)	3.77	0.78	มาก
12. มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิถีองค์กร	75 (16.9)	193 (41.2)	184 (39.3)	16 (3.4)	0 (0.0)	3.69	0.77	มาก
13. มีการแนะนำที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในลักษณะเครือข่ายการท่องเที่ยว	87 (18.6)	203 (43.4)	140 (29.9)	37 (7.9)	2 (0.4)	3.72	0.86	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม						4.00	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.24 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ในเรื่องปัจจัยการบริหารภาคเอกชน ใน

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามก็ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน อยู่ในระดับมากในเกือบทุก ๆ ปัจจัยเช่นกัน

ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานประกอบการมีความร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย = 4.38) สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย = 4.30)

ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ สถานประกอบการมีความแข็งแรงปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.18) สถานที่เข้าพักมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.12) มีการจัดการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 4.10) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ เช่น เดินป่า, ชมธรรมชาติ, นำเที่ยวองค์กร, ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ค่าเฉลี่ย = 4.04) มีร้านอาหารให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย = 4.01) ผลិតภัณฑ์ของที่ระลึกขององค์กรท้องถิ่นมีความหลากหลายหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย = 3.97) มีการรักษาระบบนิเวศวิทยาของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.93) มีการจ้างงานบุคลากรในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 3.77) มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว และมีการแนะนำที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในลักษณะเครือข่ายการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.72) มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิถีองค์กร (ค่าเฉลี่ย = 3.69) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	94 (20.1)	220 (47.0)	136 (29.1)	136 (29.1)	1 (0.2)	3.83	0.79	มาก
2. ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการรักษาระบบนิเวศวิทยา	73 (15.6)	231 (49.4)	149 (31.8)	12 (2.6)	3 (0.6)	3.76	0.76	มาก
3. ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	100 (21.4)	214 (45.7)	142 (30.3)	10 (2.1)	2 (0.4)	3.85	0.78	มาก
4. ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องแหล่งท่องเที่ยว	111 (23.6)	221 (47.2)	118 (25.2)	17 (3.6)	1 (0.2)	3.90	0.80	มาก
5. เจ้าหน้าที่ในองค์กรท้องถิ่นมีการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	118 (25.2)	221 (47.2)	119 (25.4)	18 (3.8)	2 (0.4)	3.90	0.83	มาก
6. ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีอริยาไยไม่ตรี เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว	170 (36.3)	212 (45.3)	73 (15.6)	11 (2.4)	2 (0.4)	4.14	0.79	มาก
7. ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น เดินป่า, ล่องแก่ง และชมธรรมชาติ ในพื้นที่ของตัวเอง	93 (19.9)	213 (45.5)	142 (30.3)	19 (4.1)	1 (0.2)	3.80	0.80	มาก
8. มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนโดยมีการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี	96 (20.5)	220 (47.0)	127 (27.1)	22 (4.7)	3 (0.6)	3.82	0.83	มาก
9. มีการประสานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น	121 (25.9)	211 (45.1)	122 (26.1)	13 (2.8)	2 (0.4)	3.93	0.80	มาก
10. มีการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น งานประเพณี และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่งเสริมเศรษฐกิจองค์กรให้ดีขึ้น	99 (21.2)	214 (45.7)	124 (26.5)	31 (6.6)	0 (0.0)	3.81	0.84	มาก
11. มีข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมขององค์กรที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	108 (23.1)	205 (43.8)	142 (30.3)	13 (2.8)	0 (0.0)	3.87	0.79	มาก
12. มีการเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	95 (20.3)	220 (47.0)	137 (29.3)	15 (3.2)	1 (0.2)	3.83	0.78	มาก
13. มีการประสานงานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง	113 (24.1)	207 (44.2)	129 (27.6)	16 (3.4)	3 (0.6)	3.87	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม						3.87	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.25 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ในเรื่องปัจจัยการบริหารภาคประชาชน

และองค์กรท้องถิ่นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามก็ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นอยู่ในระดับมากในทุก ๆ ปัจจัยเช่นกัน

ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ การประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีอัยาศัยไมตรี เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.14) มีการประสานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 3.93) ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องแหล่งท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ในองค์กรท้องถิ่นมีการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.90) มีข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมขององค์กรที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีการประสานงานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชน ท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย = 3.87) ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 3.85) ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว และมีการเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.83) มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนโดยมีการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (ค่าเฉลี่ย = 3.82) มีการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น งานประเพณี และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่งเสริมเศรษฐกิจองค์กรให้ดีขึ้น (ค่าเฉลี่ย = 3.81) ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น เดินป่า, ล่องแก่ง และชมธรรมชาติ ในพื้นที่ของตนเอง (ค่าเฉลี่ย = 3.80) ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการรักษาระบบนิเวศวิทยา (ค่าเฉลี่ย = 3.72) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ภูมิสำเนา ระดับการศึกษา และอาชีพ กับ ปัจจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ภูมิสำเนา ระดับการศึกษา และอาชีพ กับปัจจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่สำคัญของยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การบริหารงานภาครัฐ ยุทธศาสตร์การบริหารภาคเอกชน และยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ดังนี้

การบริหารภาครัฐ

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาครัฐมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วยุทธศาสตร์การพัฒนายั่งยืน ตามภูมิภาค

ระดับความคิดเห็น	ภูมิภาค						รวม
	ในเขตจังหวัดนครราชสีมา	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน)	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคใต้	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	
น้อยที่สุด	-	-	1	-	-	-	1
น้อย	-	-	-	-	-	-	-
ปานกลาง	41	38	23	8	2	21	133
มาก	55	90	73	21	9	36	284
มากที่สุด	14	16	10	6	4	-	50
รวม	110	144	107	35	15	57	468
Chi-Square Tests	Value	Df	Sig.				
Pearson Chi-Square	26.315	15	.035				

จากตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาครัฐมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วยุทธศาสตร์การพัฒนายั่งยืน ตามภูมิภาค พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 284 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) มีจำนวนมากที่สุดคือ 144 คน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นทั้ง 6 กลุ่ม ปรากฏว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วย่างยั่งยืน ตามการศึกษา

ระดับความคิดเห็น	ระดับการศึกษา					รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
น้อยที่สุด	-	-	1	-	-	1
น้อย	-	-	-	-	-	-
ปานกลาง	10	18	48	51	6	133
มาก	25	35	82	127	15	284
มากที่สุด	-	5	10	32	3	50
รวม	35	58	141	210	24	468
Chi-Square Tests	Value	Df	Sig.			
Pearson Chi-Square	16.043	12	.189			

จากตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วย่างยั่งยืน ตามการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 284 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุดคือ 210 คน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นทั้ง 5 กลุ่ม ปรากฏว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วยุทธศาสตร์การป้องกันภัยพิบัติตามอาชีพ

ระดับความคิดเห็น	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	
น้อยที่สุด	-	-	-	-	1	-	1
น้อย	-	-	-	-	-	-	-
ปานกลาง	28	7	10	35	37	16	133
มาก	45	47	29	72	75	16	284
มากที่สุด	13	13	1	12	8	3	50
รวม	86	67	40	119	121	35	468
Chi-Square Tests	Value	Df	Sig.				
Pearson Chi-Square	30.236	15	.011				

จากตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วยุทธศาสตร์การป้องกันภัยพิบัติตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 284 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวนมากที่สุดคือ 144 คน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นทั้ง 6 กลุ่ม ปรากฏว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคเอกชน มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามภูมิภาค

ระดับความคิดเห็น	ภูมิภาค						รวม
	เขตจังหวัด นครราชสีมา	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน)	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคใต้	กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	
น้อยที่สุด	-	1	1	-	-	-	2
น้อย	-	-	-	-	-	-	-
ปานกลาง	24	14	13	5	2	12	70
มาก	68	105	74	22	5	38	312
มากที่สุด	18	24	19	8	8	7	84
รวม	110	144	107	35	15	57	468
Chi-Square Tests	Value	Df	Sig.				
Pearson Chi-Square	26.078	15	.037				

จากตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคเอกชนมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามภูมิภาค พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 312 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีภูมิภาคอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) มีจำนวนมากที่สุดคือ 144 คน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นทั้ง 6 กลุ่ม ปรากฏว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคเอกชน มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรืออย่างยั่งยืน ตามการศึกษา

ระดับความคิดเห็น	ระดับการศึกษา					รวม
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ประกาศ นียบัตรวิชาชีพ	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
น้อยที่สุด	-	-	1	1	-	2
น้อย	-	-	-	-	-	-
ปานกลาง	3	5	27	29	6	70
มาก	29	45	96	130	12	312
มากที่สุด	3	8	17	50	6	84
รวม	35	58	141	210	24	468
Chi-Square Tests Pearson Chi- Square	Value 20.599	Df 12	Sig. .057			

จากตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคเอกชนมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรืออย่างยั่งยืน ตามการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 312 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุดคือ 210 คน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นทั้ง 5 กลุ่ม ปรากฏว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคเอกชน มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองเทียวย่างยั่งยืน ตามอาชีพ

ระดับความคิดเห็น	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	
น้อยที่สุด	-	-	-	1	1	-	2
น้อย	-	-	-	-	-	-	-
ปานกลาง	15	6	10	16	16	7	70
มาก	49	39	25	86	90	23	312
มากที่สุด	22	22	5	16	14	5	84
รวม	86	67	40	119	121	35	468
Chi-Square Tests	Value	Df	Sig.				
Pearson Chi-Square	27.340	15	.026				

จากตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคเอกชนมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองเทียวย่างยั่งยืน ตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 312 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวนมากที่สุดคือ 121 คน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นทั้ง 5 กลุ่ม ปรากฏว่ามีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วยุทธศาสตร์การพัฒนายั่งยืนตามภูมิภาค

ระดับความคิดเห็น	ภูมิภาค						รวม
	เขตจังหวัดนครราชสีมา	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน)	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคใต้	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	
น้อยที่สุด	-	-	1	-	-	-	1
น้อย	4	1	-	1	-	1	7
ปานกลาง	28	28	23	7	4	12	102
มาก	64	94	71	23	7	39	298
มากที่สุด	14	21	12	4	4	5	60
รวม	110	144	107	35	15	57	468
Chi-Square Trsts	Value	Df	Sig.				
Pearson Chi-Square	16.116	20	.709				

จากตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วยุทธศาสตร์การพัฒนายั่งยืนตามภูมิภาค พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 298 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) มีจำนวนมากที่สุดคือ 144 คน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นทั้ง 6 กลุ่ม ปรากฏว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่นมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทุนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามการศึกษา

ระดับความคิดเห็น	ระดับการศึกษา					รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
น้อยที่สุด	-	-	1	-	-	1
น้อย	1	1	4	1	-	7
ปานกลาง	5	9	36	47	5	102
มาก	24	38	93	129	14	298
มากที่สุด	5	10	7	33	5	60
รวม	35	58	141	210	24	468
Chi-Square Tests	Value	Df	Sig.			
Pearson Chi-Square	20.044	16	.218			

จากตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทุนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 298 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุดคือ 210 คน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นทั้ง 5 กลุ่ม ปรากฏว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่นมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามอาชีพ

ระดับความคิดเห็น	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ	
น้อยที่สุด	-	-	-	-	1	-	1
น้อย	4	1	-	-	1	1	7
ปานกลาง	13	10	16	26	26	11	102
มาก	53	41	19	83	85	17	298
มากที่สุด	16	15	5	10	8	6	60
รวม	86	67	40	119	121	35	468
Chi-Square	Value	Df	Sig.				
Trsts	40.076	20	.005				
Pearson Chi-Square							

จากตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามอาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 298 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวนมากที่สุดคือ 121 คน เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นทั้ง 6 กลุ่ม ปรากฏว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรง และเกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 18 ราย (ดังเสนอรายชื่อไว้ในภาคผนวก ก) ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยจำแนกเป็นรายยุทธศาสตร์คือ ยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ ยุทธศาสตร์การบริหารภาคเอกชน และยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยจะนำเสนอเป็นความเรียง รวมถึงแนวความคิดการดำเนินการในอนาคต ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารภาครัฐ

ยุทธวิธีที่ 1.1 ด้านนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ได้แก่ ปลัดอำเภอฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้จัดการธนาคารออมสิน ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว ผู้อำนวยการการศึกษาพิเศษ ผู้อำนวยการ

ศึกษาและพัฒนาองค์กรฯ หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์กรมศิลปากร และหัวหน้าสวนป่าท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้รวบรวมวิเคราะห์และเรียบเรียงไว้ ดังนี้

1. ความเกี่ยวข้องกันนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก กล่าวคือ ตามภารกิจและอำนาจหน้าที่ของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับลงวันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2545 ที่ได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐปฏิบัติ โดยให้สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว มีภารกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในการพัฒนามาตรฐาน การบริการด้านการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการสนับสนุนการประกอบธุรกิจนำเที่ยว และมีวัตถุประสงค์ให้อยู่ในระดับมาตรฐาน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อีกทั้งยังมีการแบ่งส่วนราชการภายในสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้ 1. กองกลาง 2. สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ 3. สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว 4. สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และส่วนราชการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว มีอำนาจหน้าที่ที่มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน โดยกองกลาง มีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการเกี่ยวกับงานบริหารทั่วไป และปฏิบัติงานสารบรรณของสำนักงาน งานช่วยอำนวยความสะดวก และการประสานราชการของสำนักงาน จัดทำและประสานแผนการปฏิบัติงานของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้อง กับนโยบาย และแผนแม่บทของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัด ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงาน ตามแผนงาน และโครงการของสำนักงาน ดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี การงบประมาณ การพัสดุ อาคารสถานที่ และยานพาหนะของสำนักงาน จัดระบบงานและบริหารงานบุคคลของสำนักงาน ดำเนินการเกี่ยวกับงานกฎหมายและระเบียบ งานนิติกรรมและสัญญา งานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม อาญา งานคดีปกครอง และงานคดีอื่นที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของสำนักงาน ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรมและผลงานของสำนักงาน และปฏิบัติงานร่วมกับ หรือสนับสนุน การปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย ส่วนสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ มีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการเกี่ยวกับการออกใบอนุญาต ต่ออายุใบอนุญาต สั่งพัก หรือเพิกถอนใบอนุญาต การรับชำระค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมทั้ง การวางหลักประกันของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว และการออกใบอนุญาตอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงการเก็บรักษา บันทึก และติดตามแก้ไขข้อมูลและประวัติของธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อีกทั้งประสาน ส่งเสริม และสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การประกอบ ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการ ของคณะกรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์แต่งตั้ง รวมถึงการปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุน การปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว มีอำนาจหน้าที่ในการศึกษา วิเคราะห์ วิจัยสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาบริการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดมาตรฐานบริการท่องเที่ยว และประสาน ส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีการปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนด รวมถึงติดต่อประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหา ด้านบริการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวและปฏิบัติงาน ร่วมกับ หรือ สนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย และสำนัก พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีอำนาจหน้าที่ในการศึกษา วิเคราะห์ วิจัยสภาพปัญหา และความต้องการใน

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนาองค์ความรู้ด้านการพัฒนา และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงประสาน ส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิด การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และตามมาตรฐานที่กำหนด และส่งเสริม สนับสนุน กิจกรรมภาพยนตร์ ทั้งภาคการผลิต การบริการ และกิจการที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการส่งเสริมและเผยแพร่ ศิลปะ และวัฒนธรรม อีกทั้งปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่ เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

ในแต่ละปีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนำรายได้สู่ประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ดังนั้น การกำกับดูแล พัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือ จากองค์กรทุกฝ่ายทั้งภาครัฐ ทั้งนี้แต่ละองค์การจะมีบทบาทความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวแตกต่างกันตามลักษณะการดำเนินงานของแต่ละองค์การ

องค์การภาครัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแล และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญโดยตรง คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 เรียกว่า “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว – อสท.” ต่อมาจึงเปลี่ยนชื่อเป็นการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย และใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Tourism Authority of Thailand (TAT) ถือเป็น หน่วยงานหลักที่ได้รับมอบหมายภารกิจสำคัญจากรัฐบาลและได้มอบหมายให้องค์กรภาครัฐต่าง ๆ รั บนโยบายต่าง ๆ ไปปฏิบัติต่อเพื่อทำให้การดูแลการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศได้ อย่างทั่วถึง โดยนโยบายหลักที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติ ดังนี้คือ การส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้ได้มา ซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยริบถ้วน รวมถึงขยายแหล่ง ท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุก ภูมิภาค อีกทั้งต้องอนุรักษ์ ฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากร ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเพื่อคงความ เป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มี มาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น สิ่งที่จะล้มเสียไม่ได้คือ การเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้สามารถเดินทางไปสู่ จุดหมายปลายทางในประเทศไทย ด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยในร่างการและทรัพย์สินของตน และหมู่คณะ นอกจากนั้นยังมีการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ โดยเฉพาะ กลุ่มผู้มีรายได้น้อย และเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวแก่คนไทย เสริม กำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงาน และให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง

แต่กล่าวได้ว่าในบางครั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐบางคนไม่ได้รับทราบนโยบายที่ต้องปฏิบัติ เนื่องจากนโยบายต่างๆ เหล่านี้ส่วนใหญ่ผู้ที่รับทราบจะมีผู้บังคับบัญชาสูงสุดของหน่วยงาน ซึ่งเมื่อได้ รับทราบแล้วก็ไม่ได้แจ้งให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาทราบหรือชี้แจงรายละเอียดใด ๆ จึงทำให้ในบางครั้ง ผู้ใต้บังคับบัญชาไม่ทราบถึงนโยบายต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายมา จึงเป็นปัญหาส่วนหนึ่งที่ทำให้ ผู้ใต้บังคับบัญชาไม่สามารถปฏิบัติตามเพื่อสนองนโยบายได้

วัตถุประสงค์ของนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทด้วยกันทั้งธุรกิจทางตรงและทางอ้อม

ซึ่งวัตถุประสงค์ของนโยบายการสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อยกระดับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานระดับโลกที่ยั่งยืน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคและภูมิภาค เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการบริการท่องเที่ยวภาครัฐ และส่งเสริม สนับสนุนการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เหล่านี้มีส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อสังคมในระดับท้องถิ่นและในระดับประเทศ โดยก่อให้เกิดรายได้ โดยนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีส่วนช่วยให้ประเทศรับรายได้ในรูปของเงินตรา ซึ่งส่งผลต่อดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ รวมถึงสามารถนำเงินมาพัฒนาประเทศจนทัดเทียมกับประเทศเพื่อนบ้านข้างเคียงได้ อีกทั้งยังทำให้เกิดภาวะการมีงานทำ ประชาชนตกงานน้อยลง ซึ่งรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายสู่ประชากรทั่วประเทศ รวมถึงการนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่นที่อยู่ รวมถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นนั้นส่งผลให้เกิดการผลิตและการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่องค์กรต่าง ๆ โดยเกิดการกระจายเงินทุนไปสู่องค์กร ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวนำการลงทุนประเภทอื่น ๆ ไปสู่องค์กร

นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกจะผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมที่ อยู่ตามธรรมชาติ เมื่อมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับปริมาณการท่องเที่ยวมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยววันนั้นย่อมส่งผลให้เกิดการบั่นทอนสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติลงเรื่อยๆ เช่น การตัดไม้ทำลายป่า เพื่อสร้างถนนหนทาง เกิดการบุกรุกมากขึ้น ทำให้สภาพแวดล้อมเสียความสมดุล อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อด้านค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวเป็นผู้นำเอาวัฒนธรรมชาติตนเข้ามาในประเทศ และผู้คนในประเทศก็รับเอาวัฒนธรรมของชาตินั้นมา ก็จะทำให้พฤติกรรมค่านิยม ทัศนคติ และการประพฤติปฏิบัติอาจมีการเปลี่ยนแปลงไป และกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ มีค่าครองชีพสูงขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้โครงสร้างพื้นฐานขึ้นราคาตามไปด้วย เช่น ที่ดิน ที่พักอาศัย เครื่องอุปโภค เป็นต้น ซึ่งผลกระทบดังกล่าวยังก่อให้เกิดปัญหาอีกหลายประการ เช่น ปัญหาสังคม ปัญหาอาชญากรรม

ความชัดเจน และการนำไปปฏิบัติ ของนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ภาครัฐเป็นผู้กำหนดในระดับต่าง ๆ ในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวควรมีการกำหนดให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกันทั้งในภาพรวมของประเทศ และในระดับภูมิภาค เนื่องจากในปัจจุบันมีความขัดแย้งและแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด รวมถึงในการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์นั้นควรมีการมอบงบประมาณในการปฏิบัติให้สอดคล้องกันด้วย อีกทั้งควรมีจัดเตรียมบุคลากรเพื่อให้เกิดความพร้อมในการปฏิบัติงานตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ เช่น การจัดการอบรมบุคลากรและคนในพื้นที่ให้เกิดความเข้าใจและปฏิบัติงานตรงตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่ได้วางไว้

มาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาในปัจจุบันมาตรฐานการท่องเที่ยวที่จังหวัดได้กำหนดและถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวในจังหวัด โดยได้มีการกำหนดมาตรฐานออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ มาตรฐานด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มาตรฐานด้านการบริการการท่องเที่ยว และมาตรฐานด้านการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้จังหวัดสามารถจัดทำมาตรฐานในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวให้กับ

นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่ว่าจะเดินทางมาเมื่อใดก็ตามยังคงได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานที่ได้วางไว้ ซึ่งมาตรฐานประกอบด้วย

(1) มาตรฐานด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว โดยควรให้มีการสนับสนุนหรือจัดให้มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลาย ๆ เส้นทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำยังเส้นทางที่ยังไม่ได้มีการท่องเที่ยว รวมถึงควรมีการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเดินทางความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว รวมถึงควรมีการจัดให้มีระบบดูแลรักษา แหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้คงอยู่ไปกับองค์กรอีกนาน อีกทั้งควรมีการจัดให้มีการรักษาระบบความปลอดภัย ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสบายใจในความปลอดภัยในการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นต้น

(2) มาตรฐานด้านการบริการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งควรมีการจัดให้มีบริการภัตตาคารและร้านอาหารซึ่งอาจเป็นอาหารที่ประกอบจากสิ่งที่สามารถหาได้ในองค์กรเพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้จดจำและพูดต่อเมื่อเวลากลับไปและกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้ง รวมถึงควรมีการจัดให้มีบริการสินค้าและของที่ระลึก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อกลับไปฝากญาติมิตรและเป็นของที่ระลึกในการเดินทางมายังท่องเที่ยวในที่แห่งนี้ อีกทั้งยังสามารถเป็นการประชาสัมพันธ์ได้ด้วย การจัดให้มีบริการที่พักค้างแรมสำหรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เพื่อรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวตามรูปแบบและกิจกรรมที่ นักท่องเที่ยวต้องการ อีกทั้งควรมีการจัดให้มีการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และการจัดให้มีบริการด้านบันเทิงรวมถึงกิจกรรมนันทนาการ จัดให้มีบริการด้านสารสนเทศ และจัดให้มีบริการด้านขนส่ง เป็นต้น

(3) มาตรฐานด้านการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย ควรมีการสนับสนุนหรือจัดให้มีการกำหนดแผนการตลาดท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ และควรมีแผนการตลาดท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปเสมอเพื่อที่จะได้ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง รวมถึงควรมีการจัดให้มีการสร้างเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และมีการจัดให้มีการโฆษณาไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นต้น

อีกทั้งหน่วยงานเอกชนควรมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมการส่งเสริมการท่องเที่ยว การสร้างความยั่งยืนนอกจากมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ทั้งปัจจัยการเปลี่ยนแปลงของ นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มประเทศ/โลก/ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ วิถีชีวิต รวมถึงพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบและกระบวนการอันจะก่อให้เกิด การขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาอย่างเป็นรูปธรรม ประเด็น หน่วยที่หน่วยงานเอกชนควรมีการเปลี่ยนเพื่อนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น มีดังนี้

(1) การสร้างคุณค่าแห่งความพึงพอใจ โดยนำแนวคิดเอกลักษณ์ไทยมาประยุกต์ใช้กับ กลุ่มสินค้าการท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเพื่อเพิ่มมูลค่า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการบอกต่อ และนักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาอีก ได้แก่ ไม้ตรีจิต ความไว้วางใจ/เชื่อใจ ความเป็นเอกลักษณ์ ความแปลกใหม่ ความเป็นธรรมชาติ ความสะดวกในการเข้าชม มีมาตรฐานและความปลอดภัย และการสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวทำให้เกิดการบอกต่อและนักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาอีกครั้ง

(2) การดูแลรักษาประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม เป็นสิ่งสำคัญควบคู่กับการยกระดับคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีต้นทุนทางตรงและทางอ้อม การที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะยืนหยัดอยู่ได้ต้องมีผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ สูงกว่าต้นทุนอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จะต้องมิกลยุทธ์ในการรักษาผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจควบคู่กับการรักษาผลประโยชน์ทางด้านสังคม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในองค์กร โดยทั่วไปแล้วการดูแลผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคม จะประกอบด้วย

- การพัฒนามูลค่ารายได้จากการท่องเที่ยว ผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจมักจะพิจารณาในรูปของตัวเงินเป็นหลัก รายได้มาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทำได้หลาย ๆ รูปแบบ เช่น การลดราคาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมาเพิ่มขึ้นในช่วงว่างของธุรกิจ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่น่าสนใจใหม่ ๆ รวมทั้งการยกระดับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจแล้วเดินทางกลับมาอีก หรือแนะนำให้คนอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา หากสามารถสร้างยุทธศาสตร์ในการสร้างคุณค่าแห่งความพึงพอใจได้สำเร็จ ก็จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทั้งในเชิงของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว

- การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องการลงทุนระยะยาว ในการลงทุนแต่ละครั้งจะต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวมากที่สุด หรือในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวน้อย ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมีเวลาในการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกันในช่วงเวลาเดียวกัน จึงต้องมีการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวในช่วงว่างโดยจะหาวิธีการให้มีการเพิ่มรายได้เข้ามา แต่ควรระมัดระวังการใช้ทรัพยากรเกินขีดจำกัด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเสื่อมโทรมต่อสิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ขององค์กรในท้องถิ่น

- การดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ เป็นเรื่องของการตอบสนองจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้มีจุดขายที่แตกต่างเพิ่มความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอย่างคุ้มค่าในจังหวัดนครราชสีมา ล้วนส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น

การรักษาต้นทุนให้ต่ำ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีต้นทุนในการดำเนินงานตลอดทั้งปี ไม่ว่าจะช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น หรือช่วงที่นักท่องเที่ยวเบาบาง ดังนั้นการควบคุมต้นทุนโดยการสร้างพันธมิตรของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องสำคัญในเชิงธุรกิจอย่างยิ่ง

(3) การกำหนดระบบการปฏิบัติการสู่มาตรฐานการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณค่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยต้องกำหนดเป็นนโยบายที่มีเป้าหมายชัดเจนทุกขั้นตอน เพื่อให้การปฏิบัติเป็นไปตามทิศทางที่ได้กำหนดไว้ ไม่ว่าจะเป็นระดับคุณค่าในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยว การสร้างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานบริการและระบบสาธารณูปโภคที่ดี การพัฒนาบุคลากรให้สามารถถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก และสร้างภูมิคุ้มกันให้สามารถรองรับปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้

โดยภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นควรมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมการส่งเสริมการท่องเที่ยว การสร้างความร่วมมือและความรับผิดชอบระหว่างภาครัฐและภาคประชาชนในการสร้างความยั่งยืนของอุตสาหกรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ทั้งระดับกระทรวง กลุ่มจังหวัด ภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการบูรณาการ การบริหารจัดการและขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างเป็นระบบ ดังนั้น การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบทั้งในส่วนกลาง ส่วนพื้นที่ และส่วนท้องถิ่นให้มีความชัดเจน ลดความซ้ำซ้อน เชื่อมโยงและพัฒนาระบบฐานข้อมูลตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งสมควรเร่งดำเนินการให้เกิดผลเป็นรูปธรรมอย่างเร่งด่วน รวมถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกิจการสาธารณะ เป็นกุศโลบายที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้กิจการนั้น ๆ ประสบผลสำเร็จได้ง่ายขึ้น การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมมิใช่เป็นเพียงเพื่อลดกระแสการต่อต้านหรือลดการคัดค้านเท่านั้น แต่ผลพลอยที่ตามมาคือ การระดมความคิด การร่วมแรงร่วมใจ และอาจรวมไปถึงการร่วมทุนทรัพยากรสำหรับกิจการนั้น ๆ ด้วยที่สำคัญยิ่งอีกประการหนึ่งนอกจากที่กล่าวแล้วคือ การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมหรือมีบทบาทยังเท่ากับเป็นการให้เกียรติกันในฐานะที่เขาเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือในฐานะที่เขาเป็นเจ้าของทรัพยากร และนี่เองที่ถือว่าเป็นกุศโลบายของการบริหารจัดการที่ชาญฉลาด ทำให้การพัฒนาประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น

ยุทธวิธีที่ 1.2 ด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ได้แก่ ปลัดอำเภอฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้จัดการธนาคารออมสิน ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว ผู้อำนวยการการศึกษาพิเศษ ผู้อำนวยการศึกษาและพัฒนาองค์กรฯ หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร และหัวหน้าสวนป่าท่องเที่ยว พบว่า การร่วมมือส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยภาครัฐ ภาคเอกชน ท้องถิ่น องค์กรผู้ประกอบการรายย่อย และวิสาหกิจองค์กรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้มีการให้การสนับสนุนเงินทุน โดยการจัดหาแหล่งเงินกู้การค้ำประกันและเงินทุน เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการกู้ยืม รวมถึงมีการส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนและนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งความเหมาะสมของมาตรการการร่วมมือส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน กล่าวได้ว่ามาตรการการร่วมมือส่งเสริมการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ใช้ในปัจจุบันยังไม่ชัดเจนและเหมาะสมเท่าที่ควร เนื่องจากรัฐบาลไม่ได้มีมาตรการในการช่วยเหลือกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวในเรื่องเงินทุนอย่างชัดเจน เช่น เรื่องอัตราดอกเบี้ย เรื่องนโยบายภาษี หรือหากมีการร่วมมือในการลงทุนระหว่างภาคเอกชนกับนักลงทุนชาวต่างชาติแล้วจะได้รับเงื่อนไขพิเศษอะไรบ้าง อีกทั้งบุคลากรที่ดูแลในเรื่องนี้ยังขาดความรู้ความเข้าใจ รวมถึงการติดต่อประสานงานว่าต้องติดต่อไปยังหน่วยงานใด ดังนั้นรัฐบาลจึงควรส่งเสริมในเรื่องนี้ด้วย

ยุทธวิธีที่ 1.3 ด้านการร่วมมือพัฒนาผู้ประกอบการ

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ได้แก่ ปลัดอำเภอฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้จัดการธนาคารออมสิน ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว ผู้อำนวยการการศึกษาพิเศษ ผู้อำนวยการศึกษาและพัฒนาองค์กรฯ หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร และหัวหน้าสวนป่าท่องเที่ยว

พบว่า การสนับสนุนส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการและผู้ประกอบใหม่ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้เกิดสังคมการประกอบการที่เข้มแข็ง โดยการสร้างผู้ประกอบการใหม่ โดยจัดกิจกรรมการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ และพัฒนาผู้ประกอบการเดิม โดยการพัฒนาการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน จนถึงการบ่มเพาะจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการที่ดี โดยจะการพัฒนาจะครอบคลุมสมรรถนะในทุก ๆ ด้านที่จำเป็นแบบบูรณาการดังนี้

ก) เก่งดำเนินชีวิต - การสร้างเสริมทัศนคติที่ดี การคิดเชิงบวก การสร้างแรงจูงใจภายใน ความเชื่อมั่นในศักยภาพตนเอง และการยึดมั่นในหลักคุณธรรมและจริยธรรมในการดำเนินชีวิต ความเอื้ออาทรต่อสังคมรอบข้าง

ข) เก่งงาน - การพัฒนาจิตสำนึกในการใฝ่เรียนรู้เทคนิคการเรียนรู้และการรวบรวมข้อมูล การพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงาน และการพัฒนาดตนเอง เพื่อพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

ค) เก่งคน - การสร้างเสริมความสามารถในด้านมนุษยสัมพันธ์การทำงานร่วมกันเป็นทีม อย่างมีประสิทธิภาพ มีภาวะผู้นำ

ง) เก่งคิด - การสร้างเสริมความสามารถในด้านทักษะการคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงนวัตกรรม การสร้างแนวคิดธุรกิจใหม่ ๆ

ยุทธวิธีที่ 1.4 ด้านการร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ได้แก่ ปลัดอำเภอฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้จัดการธนาคารออมสิน ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว ผู้อำนวยการการศึกษาพิเศษ ผู้อำนวยการศึกษาและพัฒนาองค์กรฯ หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร และหัวหน้าสวนป่าท่องเที่ยวพบว่า เนื่องจากเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา หากจะพิจารณาจากคำขวัญเดิมของนครราชสีมาว่า นกเขาคารม อ้อยคั้นร่ม ส้มขี้ม้า ผ้าหางกระรอก ใน พ.ศ. 2481 – 2503 บ่งบอกถึงความเป็นท้องถิ่นดังนี้

นกเขาคารม ในอดีตโคราชเป็นเมืองใหญ่ โดยสภาพพื้นที่เป็นป่าอุดมสมบูรณ์ไปด้วยสัตว์ป่า และนกนานาชนิด มีเสียงนกไฟเราะและนยมเสียงกันนั้นก็คือนกเขา โดยเฉพาะนกเขาใหญ่ ซึ่งมีเสียงร้องไฟเราะเจื้อยแจ้ว

อ้อยคั้นร่ม ปลูกอยู่ในหลายอำเภอ แต่พบมากที่ปักธงชัยและพิมาย ขึ้นอยู่กับดินที่ปลูก ลักษณะเด่นอยู่ที่ข้อเรียบ เนื้ออ้อยละเอียด ตรงข้อเนื้อนิ่ม เคี้ยวง่าย ไม่ระคายลิ้น มีรสหวานหอม มักปลูกไว้กินเอง

ส้มขี้ม้า เป็นผลไม้พื้นเมือง นิยมกินกันทั่วไปปลูกมากที่สุดแถบริมแม่น้ำมูล ลูกกลมแป้นเปลือกหนา สีเขียวแก่ ผิวเป็นมัน มีรสเปรี้ยวมากกว่าหวาน ปัจจุบันสูญพันธุ์ไปจากท้องถิ่น

ผ้าหางกระรอก เป็นเอกลักษณ์ของโคราชกล่าวได้ว่าเป็นตำรับไหมโคราช โดยได้รับอารยธรรมการนุ่งโจงกระเบนมาจากเขมร แม้เมื่อแต่งกายแบบฝรั่งแล้วข้าราชการก็ย่นุ่งในงานพิธีต่าง ๆ ที่เป็นทางการ เพราะถือว่าเป็นแบบแผนที่ดีงาม สุภาพและเป็นทางการ โดยผ้าที่ใช้นุ่งมากคือผ้าม่วง และผ้าหางกระรอก ผ้าหางกระรอกเรียกตามการสัมผัสผิวของผ้าด้วยตาเพราะลายในเนื้อผ้าเป็นเส้นฝอยที่เหมือนขนอ่อน

เอกลักษณ์ทางธรรมชาติ เป็นองค์ประกอบที่ธรรมชาติได้สร้างขึ้นและมีผลทำให้ท้องถิ่นมีลักษณะพิเศษ ซึ่งได้แก่

ไม้กลายเป็นหิน มีแหล่งซากดึกดำบรรพ์หรือฟอสซิลไม้กลายเป็นหินที่ใหญ่และสวยที่สุดในประเทศไทย ทั้งยังเป็นแหล่งที่มีการเริ่มอนุรักษ์ไว้เป็นครั้งแรก ไม้กลายเป็นหินเป็นพันธุ์ไม้ในสมัยบรรพกาลมีอายุนับเป็นหมื่นปีจนถึงประมาณ 200 ปี หรือมีอายุมากกว่านั้น โดยจะพบมาในพื้นที่ที่มีการสะสมของตะกอน ตั้งแต่อำเภอด่านขุนทด สูงเนิน ขามทะเลสอ เมืองนครราชสีมา เฉลิมพระเกียรติ จักราช ห้วยแถลง และชุมพวง

ซากช้างดึกดำบรรพ์ เป็นซากช้างเผือก เป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมือง เป็นสัญลักษณ์ที่คนทั่วโลกรู้จักประเทศไทย ซากดึกดำบรรพ์คาดว่า มีนับพันตัวที่พบในบ่อทรายหลายบ่อ จำนวนที่พบมีนับพันชิ้น โดยส่วนใหญ่เป็นซากช้างกลมโพธิ์เรียม ช้างสโตโกโลโฟตอน ช้างไดโนธิเรียม และช้างสโตโกดอน

ดินเหนียวด่านเกวียน เป็นเอกลักษณ์ทางธรรมชาติของจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา และส่งออกจำหน่ายในตลาดภายในและต่างประเทศ ทำให้มีชื่อเสียงเป็นอย่างมากทางราชการจึงมีการเปลี่ยนคำขวัญประจำจังหวัดเป็น เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน

ผืนป่าที่สำคัญ ปัจจุบันจังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่ป่าอันได้แก่ ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้ถาวรตามมติคณะรัฐมนตรี วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ และพื้นที่ปลูกป่าภาครัฐ โดยอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นอุทยานที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันดี รวมถึงเป็นอุทยานที่สำคัญในภาคพื้นอาคเนย์ อีกทั้งยังเป็นมรดกโลกด้วย ซึ่งในอุทยานมีน้ำตกงดงามมากมาย เช่น น้ำตกเหวสุวัต น้ำตกเหวไทร น้ำตกเหวประทุน น้ำตกผากล้วยไม้ และน้ำตกกรองแก้ว เป็นต้น อีกทั้งยังทุ่งหญ้าที่สวยงามที่สำคัญได้แก่ ทุ่งหญ้าบริเวณมอสิงโต บึงไผ่ คลองอีแต๋มา หนองผักชี และแถบเชิงเขาเขียว เป็นต้น นอกจากนี้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ยังมีอุทยานแห่งชาติทับลาน เป็นแนวทิวเขาทำให้มีหุบเหว น้ำตกตามธรรมชาติมากมาย จึงทำให้สามารถประเมินได้ว่าจังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพในการที่จะพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ ซึ่งการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ควรมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสินค้าและบริการที่ให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งได้แก่ การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ และที่สำคัญคือความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ พันธุ์ไม้ และสัตว์ เป็นสิ่งที่พัฒนาได้โดยการปรับปรุงพันธุ์ ดูแล รักษาพันธุ์ไม้ที่ได้ปลูกไว้ รวมถึงไม่ไปทำลายแหล่งอาหารและที่อยู่ของสัตว์ป่าหายาก ส่วนสินค้าที่เป็นสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น อันได้แก่ พืชภัณฑ์ ประเพณี การละเล่นพื้นเมือง การบริการสถานที่พัก ร้านอาหาร สาธารณูปโภคต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้สามารถตอบสนองและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

- ด้านราคา แสดงถึงคุณค่าของสินค้าและบริการในรูปของตัวเงินที่ต้องจ่ายสำหรับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ซึ่งราคาของสินค้าและบริการแตกต่างกันออกไป โดยคุณค่าของสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวจ่ายย่อมขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งราคาของสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงเร็วและอาจแพงกว่าสินค้าทั่วไป จึงควรมีการจัดตั้ง

มาตรฐานของราคาผันแปรไปตามคุณภาพของสินค้าและบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ และการกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้ง

- ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ภาครัฐได้ให้การสนับสนุนในเรื่องของสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า น้ำประปา ถนน แต่ในบางพื้นที่สาธารณูปโภคพื้นฐานยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการรองรับการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้เพียงพอกับความต้องการของการท่องเที่ยวในจังหวัด อีกทั้งในเรื่องของการคมนาคมควรให้เกิดความสะดวก ง่าย รวดเร็ว และปลอดภัยมากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดการคมนาคมที่สะดวก ง่าย รวดเร็วและปลอดภัยอยู่ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนเพื่อให้พร้อมกับการรองรับการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นรถประจำทาง รถยนต์โดยสารสาธารณะในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น รวมทั้งเรื่องการรักษาทรัพยากรธรรมชาติเนื่องจากยังขาดงบประมาณในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติจากภาครัฐอีกเป็นจำนวนมากดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้ภาคประชาชนและองค์กรส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดความยั่งยืนกับองค์กร

- ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ ตระหนักถึงและเกิดพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้บริการ โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น พนักงานขายควรมีการพัฒนาบริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน การโฆษณาควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ที่คิดว่าสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวได้มากที่สุด

รวมถึงการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิมในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งการฟื้นฟูบูรณะทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ยังมีดำเนินการได้ในขอบเขตจำกัด ไม่ทันต่อความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและแนวโน้มการเกิดมลพิษต่าง ๆ เนื่องจากขาดประสิทธิภาพทั้งหน่วยงานของภาครัฐและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังขาดแรงผลักดันหรือสิ่งจูงใจให้มีการเปลี่ยนแปลงฟื้นฟูที่นำไปสู่การใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ดีในระดับยั่งยืน ประหยัด คุ่มค่า และสอดคล้องกับศักยภาพ นอกจากนี้ การกำกับควบคุมยังมีเรื่องของการขาดความโปร่งใสและปัญหาทุจริต รวมถึงการแย่งชิงทรัพยากรระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ด้วยกัน แม้ว่าองค์กรส่วนท้องถิ่นมีความตื่นตัวในการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแต่กระนั้นเองก็ยังคงขาดความพร้อมและประสบการณ์ ประชาชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ ความตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติจึงทำให้เกิดข้อจำกัดในการเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งนำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

ยุทธวิธีที่ 1.5 ด้านการตลาดอย่างมีวิสัยทัศน์

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ได้แก่ ปลัดอำเภอฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้จัดการธนาคารออมสิน ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว ผู้อำนวยการการศึกษาพิเศษ ผู้อำนวยการศึกษาและพัฒนาองค์กรฯ หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร และหัวหน้าสวนป่าท่องเที่ยวพบว่า แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต ภายใน 5 - 10 ปี ข้างหน้า โดยประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายสูง จึงทำให้ตลาดการท่องเที่ยวของไทยค่อนข้างมีความหลากหลาย อีกทั้งยังเป็นประเทศที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยมากที่สุดในอันดับต้น โดยส่วนใหญ่เป็นประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี

เหนือ สาธารณรัฐจีน สิงคโปร์ อินเดีย ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ตลาดที่เป็นการเดินทางระยะไกล ได้แก่ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และเยอรมนี ตามลำดับ ดังนั้นเพื่อให้การตอบสนองการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างครบวงจรจึงทำให้ต้องการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ปัจจัยทางการตลาดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลนั้นส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องความสวยงามและความน่าสนใจของสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และควมมีชื่อเสียงของสินค้าทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงความหลากหลายของสินค้าทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้งในเรื่องของรสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนามาตรฐานในการบริการการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นกรอบในการยกระดับคุณภาพบริการ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่คอยให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงการบอกต่อ อีกทั้งการสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาให้มีความครบถ้วนของข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกในการค้นหาข้อมูล โดยในอนาคตจะมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนานวัตกรรมทางด้านความคิดเพื่อเพิ่มมูลค่าในสินค้าท่องเที่ยว อีกทั้งส่งเสริมการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และมีการจัดงานเทศกาล ประเพณี กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยให้มีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นงานเทศกาลระดับโลก รวมถึงการคัดสรรเอกลักษณ์และจุดเด่นใหม่ ๆ ของจังหวัดเพื่อให้เป็นภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว และที่สำคัญที่จะขาดเสียไม่ได้คือการป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวโดยการเตรียมความพร้อมในการรับมือต่อภัยคุกคามต่าง ๆ รวมถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติและภัยพิบัติอื่น โดยมีการกำหนดเป็นมาตรฐานในการป้องกันดูแลรักษาความปลอดภัย

- ด้านราคา นอกจากจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว สถานที่ และการส่งเสริมการขายแล้ว ควรมีการวางแผนการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสมด้วยซึ่งในการตั้งราคาสินค้าจะต้องมีการศึกษาและทำความเข้าใจประเภทของสินค้าที่มีความใกล้เคียงกันแต่คนละแหล่ง ซึ่งเป็นคู่แข่งในการเจาะตลาดเป้าหมาย รวมไปถึงศึกษามูลค่าทั้งหมดของส่วนประสมทางการตลาด และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการคาดประมาณปฏิภพในการสะท้อนกลับของนักท่องเที่ยวต่อราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมีการตั้งเกณฑ์ราคาหรือระยะเวลาการลดราคาผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงกฎหมายและข้อจำกัดต่าง ๆ ในการกำหนดราคาสินค้า หากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าไม่ยอมรับราคาที่กำหนด แผนการทั้งหมดที่ตั้งไว้ก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยน ซึ่งปัจจัยทางการตลาดด้านราคาของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งการพิจารณานั้นครอบคลุมไปถึงค่าใช้จ่ายด้านแพ็คเกจทัวร์หากมา กับบริษัทนำเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

- ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดจำหน่ายจะขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ความยากง่ายของการเข้าถึง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ถึงแม้จะมีการจัดจำหน่ายผ่านมีเดียออนไลน์ ซึ่งได้แก่ ตัวแทนจำหน่าย หรือหน่วยงานอื่น ๆ แต่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องหรือมองเห็นสินค้าได้จนกว่าผู้บริโภคจะเข้าไปใช้บริการเอง ซึ่งปัจจุบันนี้มีการสร้างช่องทางในการรับรู้ข้อมูล เพื่อช่วยให้ช่องทางจัดจำหน่ายใน

การตัดสินใจ ซื้อหรือการบริการนั้นมากขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ การเข้าถึงที่พัก การค้นหาแหล่งที่พัก ณ จุดหมายปลายทาง สารสนเทศได้ถูกนำมาใช้ในการตัดสินใจ เรื่อง ราคา จำนวนวันพัก การค้นหาข้อมูลสามารถทำได้จากที่บ้านหรือที่ทำงาน ทำให้ประหยัด ค่าใช้จ่ายในการเดินทางและเวลาในการติดต่อกับตัวแทนท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถส่ง สารสนเทศกลับไปยังธุรกิจหรือครอบครัวในระหว่างการเดินทางสามารถใช้เพื่อความบันเทิงเช่น วิดีโอ โทรทัศน์ เกมส์ หรือใช้ทดแทนการเดินทางเพื่อธุรกิจ เช่น การจัดประชุมทางไกล โดยการค้นหาผ่าน Websiteของเจ้าของธุรกิจบริการ โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง มาก เมื่อองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ การแข่งขันด้านการสร้างความสมบูรณ์ของการนำเสนอสารสนเทศและการออกแบบให้เว็บไซต์มี รูปลักษณะสวยงามจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมาสู่การขาย เพราะสินค้าบริการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่อาศัย สารสนเทศเป็นองค์ประกอบหลักนอกเหนือจากตัวสินค้าและการให้บริการทางกายภาพ การเปรียบเทียบรูปลักษณะของเว็บไซต์สามารถแบ่งออกได้หลายมิติ เช่น ความสวยงาม ความสมบูรณ์ ของเนื้อหาสารสนเทศ ผู้พัฒนาเว็บไซต์ จะต้องให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของสารสนเทศ มีความรู้ ทางด้านเทคนิค เช่น การเข้าถึงสารสนเทศ การสอบถาม ความปลอดภัยบุคลากรในองค์กรต้องมีวินัย และเอาใจใส่ในเรื่องของสารสนเทศ เช่น การทำข้อมูลให้ทันสมัย เป็นปัจจุบัน ถูกต้อง และมีความ สมบูรณ์ครบถ้วน ขณะเดียวกันก็ต้องอาศัยผู้มีความรู้ทางด้านกราฟฟิกเพื่อให้เว็บไซต์มีภาพลักษณ์ที่ สวยงามดึงดูดความสนใจแต่สามารถเข้าถึงและใช้งานง่าย หรือ ตัวแทนท่องเที่ยวออนไลน์ให้บริการ เช่นเดียวกับตัวแทนท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม เช่น การให้สารสนเทศพื้นฐาน การจองซื้อตั๋วโดยสาร ที่พัก และสถานบันเทิง นอกจากนี้ยังให้บริการเพิ่มเติม เช่น การนำเสนอเทคนิคการท่องเที่ยวจากผู้ ประสบการณ์ วารสารอิเล็กทรอนิกส์ การเปรียบเทียบค่าโดยสาร การแนะนำเมือง การคำนวณอัตรา แลกเปลี่ยน การติดตามตั๋วโดยสาร แผนที่ ที่ตั้งห้องสนทนา การประมวล บริการพิเศษต่าง ๆ และตัว เครื่องบินที่พกราคาถูก เช่น www.lastminute.com, www.travelzoo.com และ www.hotwire.com ดังนั้นรายได้จากการธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์จึงมาจากหลายแหล่งเช่น ค่าคอมมิชชั่น รายได้ จากการโฆษณา ค่าธรรมเนียมที่ปรึกษา ค่าธรรมเนียมจากการเป็นสมาชิก และการแบ่งรายได้กัน

- ด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์คือ (1) สร้างภาพพจน์ (2) สร้างความเข้าใจ (3) สร้างการยอมรับและให้ความช่วยเหลือ (4) เพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขัน (5) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และ (6) เพิ่มผลกำไร โดยต้องทำการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายอย่างไรเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถทราบและต้องการซื้อสินค้าและบริการ ที่จัดขึ้น ซึ่งจะพิจารณาจากโปรแกรมทางการท่องเที่ยวที่ได้นั้นว่าเป็นที่รู้จักหรือไม่ และจำเป็นต้องทำ ให้มีผู้ทราบและสนใจท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงช่วงเวลาใดบ้างที่จะต้องทำการส่งเสริมการขายและต้อง ทำในรูปแบบใด เพื่อจะไม่ให้กระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท ซึ่งจะทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยการสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายผ่านสื่อออนไลน์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งใช้วิธีการตลาด โดยกลุ่มคนที่อยู่ในต่างประเทศ เช่น สถานทูตไทยประจำประเทศต่าง ๆ เป็นที่เผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้แก่ชาวต่างชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารภาคเอกชน

ยุทธวิธีที่ 2.1 ด้านการร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน ได้แก่ กรรมการผู้จัดการโรงแรมคลองทราย รีสอร์ท กรรมการผู้จัดการโรงแรมโกลเด้นแลนด์รีสอร์ท กรรมการผู้จัดการรีสอร์ทบ้านไร่สุจิรา ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์บ้านเองพัฒนา และเลขาธิการสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่าการวางแผนจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมให้ได้มาตรฐานและเพียงพอ โดยจัดให้มีการดูแลรักษาความปลอดภัยและให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและบริการ ให้มีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอ พัฒนาและปรับปรุงศูนย์สารสนเทศด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวระดับจังหวัดเข้ากับการท่องเที่ยวในระดับชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา อีกทั้งจัดให้มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพไปยังตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และร่วมมือกับกลุ่มสินค้าองค์กรท้องถิ่น โดยการสนับสนุนการรวมกลุ่มสินค้าและบริการขององค์กรท้องถิ่น เพื่อพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์จากเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยใช้ความรู้และนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าองค์กรท้องถิ่น สุดท้ายคือการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าองค์กรท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มทางเลือกในการประกอบอาชีพให้กับประชาชนในท้องถิ่น

องค์กรภาคเอกชนควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการบริการ จริง ๆ แล้วจังหวัดนครราชสีมาผลิตภัณฑการท่องเที่ยวและการบริการที่เป็นสินค้าพื้นเมืองอยู่เป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากองค์กรท้องถิ่นยังขาดความรู้ในเรื่องของการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์อยู่มากจึงอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ขององค์กรท้องถิ่นยังไม่เป็นที่รู้จัก อีกทั้งส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์ขององค์กรท้องถิ่นเป็นสินค้าที่เน่าเสียได้ง่าย องค์กรท้องถิ่นยังขาดนวัตกรรมในการที่จะทำให้สินค้าสามารถเก็บไว้ได้นาน จึงอยากให้ภาครัฐส่งเสริมในการให้ความรู้ในเรื่องของการทำการตลาด และการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการตลาดและการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งการให้นักวิชาการเข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กรท้องถิ่นในการพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้จะทำให้องค์กรท้องถิ่นสามารถเลี้ยงตัวเองได้ พ้นจากปัญหาความยากจน การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาควรเน้นจุดขายในด้านวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงาม รวมถึงควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถหาวัตถุดิบในการผลิตได้ในท้องถิ่น ซึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นั้นควรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงทุกคนควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นตัวของสินค้า บรรจุภัณฑ์ การตลาด การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร อีกทั้งในเรื่องของราคาควรมีความยุติธรรม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นสามารถคงอยู่และมีชื่อเสียงทำให้นักท่องเที่ยวต่างอยากที่จะซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไปใช้หรือเป็นของขวัญของกำนัลให้กับบุคคลต่าง ๆ

ยุทธวิธีที่ 2.2 ด้านการส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการตลาด

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน ได้แก่ กรรมการผู้จัดการโรงแรมคลองทราย รีสอร์ท กรรมการผู้จัดการโรงแรมโกลเด้นแลนด์รีสอร์ท กรรมการผู้จัดการรีสอร์ทบ้านไร่สุจิรา ผู้จัดการ

ฝ่ายประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์บ้านเองพัฒนา และเลขาธิการสมาคมนักท่องเที่ยว พบว่า เนื่องจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และเสถียรภาพทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อสถานประกอบการ คือ ในเรื่องของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่มุ่งส่งเสริมไม่ส่งผลต่อสถานประกอบการเนื่องจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ได้รับมานั้นเป็นนโยบายกว้าง ๆ และจะให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ เท่านั้น แต่สิ่งที่ได้รับกระทบกับสถานประกอบการจริง ๆ นั้นมาจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ยังไม่นิ่งมากกว่า ซึ่งทำให้ไม่สามารถคาดการณ์ถึงความรุนแรงที่จะเกิดขึ้นได้ โดยในช่วงที่ผ่านมาเป็นช่วงระยะเวลาที่ส่งผลกระทบต่อสถานประกอบการเนื่องจากภาพลักษณ์ที่เกิดความเสียหายจากการเกิดรัฐประหาร การปิดท่าอากาศยานดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ รวมถึงเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย และเนื่องจากสนามบินถูกปิดจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่ใช้การเดินทางผ่านท่าอากาศยานดอนเมืองและท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมาไม่สามารถทำได้ จึงส่งผลกระทบต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมา อีกทั้งการเผยแพร่ภาพข่าวไปทั่วโลกจึงทำให้ประเทศต่าง ๆ แจ้งเตือนยังพลเรือนของประเทศตนในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย จึงส่งผลกระทบอย่างมากต่อภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของประเทศไทย

สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย โดยสามารถท่องเที่ยวได้ทั้งการท่องเที่ยว น้ำตก ถ้ำ อุทยานแห่งชาติ เขื่อน สวนผลไม้ ป่าไม้ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ และศึกษาระบบเศรษฐกิจองค์กร และด้วยการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันจึงทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวค่อนข้างถูกจึงเป็นเหตุผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมาได้ไม่ยากเนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ การจัดการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงในการแข่งขันในทางการตลาดคือ การเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอย่างแท้จริงว่าต้องการอะไร โดยการจัดการส่งเสริมการขายที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริงโดยอาจจะเป็นการบริการพิเศษในเรื่อง ที่พัก อาหาร ของแถม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจสูงสุด รวมถึงมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ทราบโดยทั่วกัน อีกทั้งการให้บริการกับนักท่องเที่ยวด้วยความจริงใจและเต็มใจในการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว และให้เขากล่าวถึงรวมถึงชักชวนให้นักท่องเที่ยวอื่น ๆ มาใช้บริการ หรือตัวเขาเองกลับมาใช้บริการอีก ส่วนสุดท้ายที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญไม่แพ้กันคือการพิจารณาราคา เนื่องจากธุรกิจการท่องเที่ยวมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาได้จากการบริการและคุณภาพที่เหมาะสมการกำหนดราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพด้านการบริการและคู่แข่งด้วย และสิ่งที่สำคัญควรมีการส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นโดยการปลูกฝังจิตสำนึกให้กับคนในท้องถิ่นเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในท้องถิ่นที่ตนเองอยู่ว่าท้องถิ่นเรานั้นมีอะไรบ้างที่ก่อให้เกิดประโยชน์ที่จะนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้กับท้องถิ่นได้ รวมถึงการดูแลรักษาอย่างไร เพื่อให้สภาพแวดล้อมในท้องถิ่นคงอยู่ไปนานๆ อีกทั้งการจัดให้เกิดความสมดุลระหว่างความสามารถในการรองรับของพื้นที่ กับปริมาณนักท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่มีความ

อ่อนไหวอาจได้รับผลกระทบได้ง่าย หากมีนักท่องเที่ยวมากเกินไป และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือการมุ่งส่งเสริมให้พัฒนาเป็นตลาดที่มีคุณภาพไม่ใช่พยายามเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว และจัดให้มีบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้อยู่ในกรอบของการท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 2.3 ด้านการร่วมมือพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน ได้แก่ กรรมการผู้จัดการโรงแรมคลองทราย รีสอร์ท กรรมการผู้จัดการโรงแรมโกลเด้นแลนด์รีสอร์ท กรรมการผู้จัดการรีสอร์ทบ้านไร่สุจิรา ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์บ้านเองพัฒนา และเลขาธิการสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวฯ พบว่าการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นให้ความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาบุคลากรเพื่อบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรเริ่มจากการพัฒนาศักยภาพตนเอง โดยการเรียนรู้จากนักท่องเที่ยวและการฝึกปฏิบัติจริง มีการศึกษาค้นคว้าและเรียนรู้ด้วยตนเองเข้ารับการอบรมและศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้อง ต่อมาคือพัฒนาทีมงาน มีการจัดตั้งกลุ่ม ชมรมหรือคณะทำงานเพื่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว มีการอบรมให้ความรู้แก่ทีมงาน เช่น ศึกษาดูงานในสถานที่ต่าง ๆ มีการเชิญหน่วยงานภายนอกเข้ามาถ่ายทอดและให้ความรู้กับบุคลากรในพื้นที่ และต้องมีการถ่ายทอดความรู้จากผู้มีประสบการณ์ในองค์กร ประชาชนชาวบ้าน หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ไปสู่เยาวชนรุ่นหลังมีการถ่ายทอดจากผู้มีประสบการณ์และความรู้เฉพาะด้านไปสู่บุคลากรในองค์กร มีการสนับสนุนบุคลากรทดแทน มีการจัดประชาคมเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มองค์กรที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีการจัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้ในองค์กร โดยการถ่ายทอด การศึกษาค้นคว้า การศึกษาดูงาน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่างพื้นที่ นำมาจัดทำเป็นมาตรฐานข้อมูลแห่งการเรียนรู้ขององค์กร และจัดทำสัญญาข้อมูลเรียนรู้ระดับท้องถิ่น อีกทั้งในฐานะผู้ประกอบการได้มีการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานในการพัฒนาบุคลากรของท้องถิ่น อันได้แก่ องค์กรบริหารส่วนตำบล จังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอการค้าจังหวัด สมาคมผู้สื่อข่าวแห่งประเทศไทย ในการไปสัมมนา อบรม รวมถึงเสนอแนะแนวทางในการดำเนินงานและการแก้ไขร่วมกันเกี่ยวกับทิศทางทางการท่องเที่ยวของไทย และของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยุทธวิธีที่ 2.4 ด้านการประสานงานสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน ได้แก่ กรรมการผู้จัดการโรงแรมคลองทราย รีสอร์ท กรรมการผู้จัดการโรงแรมโกลเด้นแลนด์รีสอร์ท กรรมการผู้จัดการรีสอร์ทบ้านไร่สุจิรา ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์บ้านเองพัฒนา และเลขาธิการสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวฯ พบว่าเครือข่ายการท่องเที่ยวได้มีการร่วมกลุ่มเพื่อจัดทำให้เครือข่ายท่องเที่ยวขององค์กรภาคเอกชนในจังหวัดเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญในการมีเครือข่ายที่เข้มแข็ง รวมถึงเป็นการแลกเปลี่ยน เติมเต็มความรู้ ประสบการณ์ ซึ่งกันและกัน การผนึกกำลังเพื่อแสดงบทบาทและตัวตนในด้านการท่องเที่ยว โดยองค์กรภาคเอกชนต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสาธารณชน บทบาทในการเป็นศูนย์ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ และความร่วมมือกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขององค์กร การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และการส่งต่อนักท่องเที่ยวให้กับองค์กรสมาชิกในเครือข่าย ซึ่งในการสร้าง

เครือข่ายการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพควรมีเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์และความสนใจในการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานได้มีการใช้สื่อต่าง ๆ อันได้แก่ เอกสาร แผ่นพับ แผนที่ ป้ายสื่อความหมาย สิ่งตีพิมพ์ปฏิบัติและไม่ตีพิมพ์ปฏิบัติขณะเที่ยวชม สื่ออิเล็กทรอนิกส์ บริการเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่บริการข้อมูล การให้ข้อมูล และการบอกต่อ ซึ่งการบอกต่อคนต่อคนทำให้จังหวัดเป็นที่รู้จักของบุคคลภายนอกอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งในทำการประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยการทำงานเป็นทีม อีกทั้งต้องมีการประสานงานกันตลอดเวลาจึงจะต้องมีการวางแผน การเตรียมการ การเตรียมข้อมูลต่าง ๆ ให้พร้อมการประชาสัมพันธ์ยังก่อให้เกิดรายได้ เกิดผลกำไรให้กับจังหวัดได้อีกด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ยุทธวิธีที่ 3.1 ด้านการมีส่วนร่วมในการรักษาระบบนิเวศวิทยา วัฒนธรรม และประเพณี

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลแหลมทอง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบุนนาค ประธานองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไม้ไผ่ รองประธานหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา เลขานุการนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและอดีตนายกเทศมนตรี พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นจะเกิดขึ้นได้โดยมีปัจจัยในเรื่องของนโยบายภาครัฐและการมีส่วนร่วมของทุกภาคตอนที่ชัดเจนรวมถึงงบประมาณ เนื่องจากก่อนที่ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นจะลุกขึ้นมาพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นจะต้องได้รับการประสานงานเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการร่วมมือกันทุกภาคส่วนโดยทำให้ชุมชนและองค์กรท้องถิ่นเห็นถึงประโยชน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและต้องทำให้ชุมชนและองค์กรท้องถิ่นรู้สึกความเป็นเจ้าของพื้นที่ ซึ่งภาครัฐรวมถึงภาคเอกชนต้องให้ความรู้ในเรื่องของการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เดิมซึ่งรวมถึงวัฒนธรรมด้วย เพื่อรักษาสิ่งที่ตนเองมีอยู่ไว้ให้คงอยู่ถาวรไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม แต่กระนั้นเองในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นก็ไม่ต้องไม่เข้าไปรุกรานทำลายความเป็นส่วนตัวและวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม แต่ต้องพยายามที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้เข้าไปสอดคล้องกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ รวมถึงการพัฒนาต้องพัฒนาบนพื้นฐานของมาตรฐานคุณภาพในการบริการทุก ๆ ด้าน ซึ่งข้อได้เปรียบในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาในด้านภูมิศาสตร์เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาในแต่ละพื้นที่มีความหลากหลาย มีพื้นที่ธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นน้ำตกที่สวยงาม เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าที่ขึ้นชื่อ อุทยานแห่งชาติที่มีชื่อเสียงระดับโลก โบราณสถาน โบราณวัตถุที่โด่งดัง รวมถึงประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และอยู่ไม่ไกลจากศูนย์กลางการคมนาคมและอยู่ใกล้เมืองหลวงจึงเป็นข้อได้เปรียบอย่างมากในการเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวโดยไม่ต้องใช้เวลาานมากก็สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ อีกทั้งการคมนาคม เส้นทางในการเดินทางมาเที่ยวมีหลายเส้นทางที่สามารถเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวได้ขึ้นอยู่กับความสะดวกและเป็นเส้นทางผ่านระหว่างกรุงเทพและภาคอีสาน ดังนั้นจึงเป็นข้อได้เปรียบอย่างยิ่ง ซึ่งจะต้องทำอย่างไรไม่ให้เป็นเพียงจังหวัดที่เป็นทางผ่านหรือแวะซื้อของเท่านั้น แต่จะอย่างไรให้เป็นจังหวัดที่เมื่อผ่านมาแล้วต้องแวะพักผ่อน ท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรม อีกทั้งยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เอกลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือ สามารถทำได้โดย

วิธีการค้นหาโอกาสดี ๆ สิ่งดี ๆ ช่องทางให้ผู้บริหารท้องถิ่นและผู้นำท้องถิ่นเห็นถึงคุณค่าของสินทรัพย์องค์กร และเลือกส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมรวมถึงวิถีองค์กร อีกทั้งการร่วมมือกันในการจัดตั้งองค์กรหรือสมาคมการค้าโดยทำให้เกิดความร่วมมือที่เข้มแข็งในการกำหนดราคาค่าบริการต่าง ๆ ไม่ว่าจะซื้อสินค้าหรือบริการท้องถิ่นที่ได้ในจังหวัดนครราชสีมาที่ราคาเดียวกัน

ยุทธวิธีที่ 3.2 ด้านการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลแหลมทอง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบุนนาค ประธานองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไม้ไผ่ รองประธานหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา เลขาธิการนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและอดีตนายกเทศมนตรี พบว่า การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่นในกรจัดการรักษาระบบนิเวศและวัฒนธรรมให้เป็นมาตรฐานมีส่วนร่วมให้การพัฒนาท้องถิ่นเป็นไปอย่างมีประโยชน์ได้ โดยเริ่มตั้งแต่ให้ทุกภาคส่วนของชุมชนและองค์กรท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น อีกทั้งการให้องค์กรท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงอนุรักษ์ เนื่องจากคนในองค์กรท้องถิ่นย่อมรู้จักท้องถิ่นของตนเองดี รวมถึงการจัดการแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องมีการจัดการอย่างมีระบบ รวมถึงที่ลี้มเสียไม่ได้คือการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเอาไว้โดยมีการส่งเสริมให้มีการสืบสานและสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ อีกทั้งองค์กรท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยควรให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนดูแล ปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงการจัดระบบในการอนุรักษ์ ซึ่งต้องขอความร่วมมือจากชาวบ้านในท้องถิ่นในการช่วยกันดูแล เสียสละเวลาเป็นหูเป็นตาให้กับองค์กรท้องถิ่นในเรื่องของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของชุมชน รวมถึงการบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้คงอยู่ถาวร แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรส่วนท้องถิ่นต้องให้ความร่วมมือกันอย่างจริงจังเพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ถาวร และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาให้มีประสิทธิภาพ โดยการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวให้กับคนในองค์กรเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย การดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ฯลฯ โดยภาครัฐอาจจัดให้มีการอบรมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อีกทั้งอาจมีการรวมกลุ่มกันในการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นการกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวในท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นโรงแรม รีสอร์ท เกสเฮาส์ ร้านอาหาร รถเช่า กิจกรรมที่ให้บริการต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อให้เกิดมาตรฐานไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของสินค้า บริการ ราคาต่าง ๆ ต้องมีมาตรฐานเดียวกันเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงการไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบและจะทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าซ้ำ และที่สำคัญผู้บริหารองค์กรท้องถิ่นควรมีแนวทางในการส่งเสริมให้องค์กรในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยการนำยุทธศาสตร์ที่ถูกกำหนดโดยภาครัฐมาจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของท้องถิ่น โดยการทำความเข้าใจกับองค์กร หมู่บ้าน เพื่อขอความร่วมมือในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งสนับสนุนให้ชุมชนเกิดรายได้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาสินค้าของชุมชน การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว

ระดับองค์กร แต่สิ่งที่สำคัญก็คือการสร้างจิตสำนึกให้กับสมาชิกองค์กร เพื่อให้ตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติในชุมชน ซึ่งผลที่จะตามมาก็คือความร่วมมือในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ป่าไม้ น้ำตก ที่มีอยู่ในท้องถิ่น อีกทั้งการทะนุบำรุง ศิลปะ และประเพณีของท้องถิ่น

จังหวัดนครราชสีมาควรร่วมมือกันสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยอย่างแรก ต้องมีการวางแผนและจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม โดยต้องมีการกำหนดมาตรฐานในการรักษาสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพ รวมถึงการบริการให้เกิดความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งการรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งสำคัญแต่กระนั้นก็ต้องไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม และผู้นำท้องถิ่นต้องมีวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยว ที่จะสามารถยกระดับภาพลักษณ์ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวได้ เนื่องจากในปัจจุบันการเมืองเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมาก ทำให้นโยบายมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้นำท้องถิ่นจึงควรมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำความเข้าใจให้กับคนในท้องถิ่นเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ดังนั้นผู้นำท้องถิ่นจึงควรมีวิสัยทัศน์รอบรู้ เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ โดยการให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการเป็นผู้นำในการปฏิบัติ สนับสนุนงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ และอื่น ๆ อีกทั้งผู้นำท้องถิ่นต้องคอยมองหากิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและเหมาะสมกับท้องถิ่นเพื่อนำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจคนในชุมชนร่วมมือกันในการที่จะพัฒนาขึ้นมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

ยุทธวิธีที่ 3.3 ด้านการสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลแหลมทอง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบุนนาค ประธานองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไม้ไผ่ รองประธานหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา เลขาธิการนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและอดีตนายกเทศมนตรีพบว่าองค์กรท้องถิ่นควรมีแนวทางในการส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์ แหล่งท่องเที่ยวแก่ชุมชนและองค์กรท้องถิ่น ก่อนอื่นต้องมีการสร้างแผนงานสนับสนุนในการสร้างจิตสำนึกและมึงบประมาณในการบำรุงรักษา โดยการจัดฝึกอบรมให้แก่เยาวชน คนในท้องถิ่นให้เกิดความรัก เข้าใจและหวงแหนชุมชนท้องถิ่นของตนเอง โดยทุกคนถือเป็นเจ้าของท้องถิ่น อีกทั้งสนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยช่วยกันดูแลรักษาท้องถิ่น ลดปริมาณขยะและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ปลุกจิตสำนึกให้กับคนในท้องถิ่นรวมถึงผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่รักษาและหวงแหน รวมถึงพัฒนาเยาวชนที่จะเป็นผู้นำในวันข้างหน้าเกิดภาวะผู้นำในการรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อม ซึ่งจุดเด่นอีกอย่างที่สำคัญของจังหวัดนครราชสีมาคือด้านศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดี โดยปัจจุบันที่มีการจัดขึ้นทุกปีคือ งานฉลองวันแห่งชัยชนะที่วสุธารี งานกินเข้าค่า งานประเพณีแข่งขันเรือพินาย เทศกาลเทียนพินาย การแห่เทียนพรรษา การเล่นเพลงโคราช รวมถึงบุคคลในประวัติศาสตร์สำคัญ ๆ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้หากจังหวัดมีการวางแผนทำการประชาสัมพันธ์ให้ทราบกันว่าเป็นประเพณีที่มีการสืบสานและจัดงานขึ้นทุกปี โดยในการจัดงานแต่ละครั้งควรหาจุดเด่นหรือสร้างความแตกต่างในการจัดงานเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวต้องมาให้ได้ หรือไม่สามารถหากิจกรรมการจัดงานแบบนี้ที่อื่นได้แล้ว ซึ่งหากทำเช่นนี้ได้

ก็จะทำให้การท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาชื่อเสียงไม่ใช่แต่เฉพาะในเมืองไทยเท่านั้น แต่ยังสามารถมีชื่อเสียงและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจเดินทางมาเที่ยวยังประเทศไทยอีกด้วย ซึ่งสามารถใช้กล่อมเกลาคิดใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ถึงความแตกต่างและความสำคัญในขนบธรรมเนียมประเพณีที่ต้องรักษาไว้

ยุทธวิธีที่ 3.4 ด้านการใช้ทรัพยากร และการดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลแหลมทอง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบุนนาค ประธานองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไม้ไผ่ รองประธานหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา เลขานุการนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และอดีตนายกเทศมนตรีพบว่าผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสามารถทำให้ประชาชนท้องถิ่นพ้นจากความยากจนได้โดยการส่งเสริมให้ชุมชนมีการผลิตสินค้าชุมชนเพื่อให้เกิดรายได้ อีกทั้งการจัดการท่องเที่ยวก็ก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ชุมชน โดยจะทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นเนื่องจากมีการพัฒนาในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณสุข การขนส่ง เส้นทาง ร้านค้า ร้านอาหาร ทั้งนี้ยังรวมถึงความสุขทางใจ การได้กระทำความดีก็เป็นการสร้างความภูมิใจให้กับตนเอง เช่น การช่วยเหลือชุมชน การรักษาอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องให้ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นพ้นความยากจนอย่างยั่งยืนในที่สุด

การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและ การดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยวางแผนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ การดูแลผลประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวในองค์กรส่วนท้องถิ่น ต่อมาจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อการดำเนินงานและรับผิดชอบในแต่ละแผนงาน มีการลงทุนโดยจัดงบประมาณให้แก่แต่ละแผนงานเพื่อให้แผนงานสามารถดำเนินไปได้ การประสานงานในการขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้การจัดการเกิดผลประโยชน์สูงสุด รวมถึงการพัฒนาบุคลากรผู้เกี่ยวข้องในการดูแลและปฏิบัติตามแผนงานที่ได้วางไว้ แต่ทั้งนี้ไม่ว่าแผนงานที่ได้วางไว้นั้นเมื่อลงมือปฏิบัติไปแล้วจะได้ผลในด้านบวกหรือด้านลบก็ต้องมีการติดตามหาสาเหตุ เพื่อแก้ไขต่อไป

จังหวัดนครราชสีมา มีความสามารถในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวได้ด้วยองค์กรท้องถิ่น เนื่องจากโลกในปัจจุบันเป็นโลกแห่งการเรียนรู้มีการเปิดกว้างเรื่องการเรียนรู้ซึ่งไม่จำเป็นต้องศึกษาจากห้องเรียนแต่สามารถค้นหาจากโลกสื่อสารที่ไร้พรมแดนจึงทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ในชุมชนและองค์กรท้องถิ่นอย่างกว้างขวางและหลากหลายมากยิ่งขึ้น จึงเป็นโอกาสในการฟื้นฟูในเรื่องต่างๆไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อม รวมถึงวิธีการต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับชุมชนและองค์กรท้องถิ่น อีกทั้งจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ ประเพณี สังคมและวัฒนธรรม จึงเป็นเรื่องง่ายในการที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เพียงแต่ต้องมีผู้นำในการที่จะเริ่มต้นและชักนำองค์กรต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วม โดยการทำความเข้าใจถึงประโยชน์ ข้อดี และข้อดี้อยที่จะได้รับการทำให้ชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อประชาชนเกิดความเข้าใจก็จะให้ความร่วมมือและเห็นประโยชน์ต่าง ๆ ในการให้ความเข้าร่วมมือ

ยุทธวิธีที่ 3.5 ด้านการบริการที่ดีและการรักษาความปลอดภัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ นายกเทศมนตรี ตำบลแหลมทอง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบุนนาค ประธานองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไม้ไผ่ รองประธานหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา เลขาธิการนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และอดีตนายกเทศมนตรี พบว่า ปัจจัยที่ทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวขององค์กรประสบความสำเร็จได้คือ ความร่วมแรงร่วมใจของทุกคนในการบริหารการจัดการท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงแต่เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่ทุกคนต้องร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจกันในการที่จะช่วยกันให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จให้ได้ โดยเริ่มตั้งแต่การจัดการวางแผนงาน ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมาวางแผนร่วมกันในการจัดกิจกรรม มีการมอบหมายหน้าที่ให้กับบุคคลใดบุคคลหนึ่งรับผิดชอบเป็นหัวหน้าในการควบคุมดูแล ต่อจากนั้นก็มีการมอบหมายงานให้บุคคลในทีมงานร่วมกันเพื่อที่จะได้ประสบความสำเร็จ มีการสั่งการที่เป็นสายลักษณะอักษรเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการควบคุมดูแลงานที่จัดว่าเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ ตรวจสอบว่ามีข้อบกพร่องหรือผิดพลาดตรงไหนบ้างเพื่อจะได้หาสาเหตุและวิธีการในการแก้ไขเพื่อในครั้งต่อไปจะได้ไม่มีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นอีก ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นประสบความสำเร็จได้

จังหวัดนครราชสีมามีการสร้างเครือข่ายเรื่องระบบป้องกันรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวโดยในการจัดงานแต่ละครั้งก็มีการจัดทำมาตรฐานความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวว่าหากเกิดเหตุอะไรขึ้นจะจัดการอย่างไร แต่อย่างไรก็ตามบางครั้งก็ขัดต่อระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ของทางราชการจึงต้องมีการเสนอแนะให้มีการปรับปรุงเกี่ยวกับระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ บ้าง อีกทั้งยังมีการจัดทำข้อมูลสารสนเทศเชื่อมโยงกับศูนย์ความปลอดภัยทางคมนาคม และสนับสนุนและประสานงานในด้านการดูแลระหว่างมัคคุเทศก์ รปภ. ตำรวจท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามในชุมชนและองค์กรท้องถิ่นยังขาดการมีส่วนร่วมในการสร้างเครือข่ายเรื่องระบบป้องกันรักษาความปลอดภัย ซึ่งจริง ๆ แล้วเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากเนื่องจากหากจะหวังแต่พึ่งพาหน่วยงานของรัฐซึ่งอาจจะมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ ปริมาณเจ้าหน้าที่ ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถดูแลได้ทั่วถึง แต่หากชุมชนและองค์กรท้องถิ่นร่วมมือ ร่วมใจในการสอดส่องปัญหา สร้างเครือข่ายเรื่องระบบป้องกันรักษาความปลอดภัยก็จะทำให้เกิดความปลอดภัยกับชุมชนและนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะเกิดทางมานักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาเกิดความมั่นใจว่าหากมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนี้จะปลอดภัยแน่นอน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ได้ศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา และศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คาดว่าจะเกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาชนและองค์กรท้องถิ่น รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา ได้ทราบถึงปัญหาอุปสรรค จุดแข็ง และจุดอ่อนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และทำให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คำนึงถึงความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวไปสู่การสร้างคุณภาพชีวิตให้แก่ประชาชน และสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) ที่มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณนั้นได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา โดยวิเคราะห์จากสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการจัดการ การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้ได้มาซึ่งยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์จากแนวคิดของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 18 คน เป็นบุคคลากรผู้เชี่ยวชาญภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ส่วนเชิงปริมาณจากใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอปักธงชัย อำเภอปากช่อง อำเภอวังน้ำเขียว อำเภอสีคิ้ว อำเภอพิมาย อำเภอโชคชัย และอำเภอสูงเนิน ซึ่งเป็นอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมมากที่สุด และได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 468 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เกี่ยวกับลักษณะทางพฤติกรรมศาสตร์ นักท่องเที่ยว และตอนที่ 3 เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) รวมถึงวิเคราะห์และทดสอบความแตกต่างระหว่างตัว

แปร โดยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ด้วยการทำตารางไขว้ (Crosstabulation) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Chi - Square)

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผลการวิจัยสรุปได้ตามลำดับสำคัญ ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 3 การเสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.2 และ 49.8 โดยมีอายุเฉลี่ย 36 ปี ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 26 – 35 ปี ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) รองลงมาคือมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ภาคกลาง เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคเหนือ และภาคใต้ นับถือศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลาม ศาสนาคริสต์ และศาสนาฮินดู ซึ่งส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพอื่น ๆ อันได้แก่ แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป เกษตรกร ข้าราชการบำนาญ และลูกจ้าง โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,782.93 บาท มีรายได้เฉลี่ยน้อยที่สุด 1,000 บาท และรายได้เฉลี่ยมากที่สุด 200,000 บาท เดินทางมากับเพื่อน/แฟนมากที่สุด รองลงมาเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ มากับหน่วยงาน มากับสถานศึกษา และการเดินทางมาคนเดียว โดยเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง เดินทางมาในลักษณะอื่น ๆ ได้แก่ รถตู้เหมา รถของสถานศึกษา และรถของหน่วยงาน ส่วนวิธีการเดินทางมาโดยรถจักรยานยนต์ และการเดินทางมาโดยรถไฟน้อยที่สุด และส่วนใหญ่มักมาท่องเที่ยวแบบไปเช้ากลับเย็นมากกว่าการมาพักค้างแรมซึ่งหากมาพักค้างแรมจะพักไม่เกิน 2 วัน โดยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา ปีละ 1 – 3 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมาท่องเที่ยว 3,870.19 บาท

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมศาสตร์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวหน้าตกและอุทยานแห่งชาติในจังหวัดนครราชสีมาคือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และน้ำตกมวกเหล็ก ซึ่งกิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือการท่องเที่ยวหน้าตก โดยมักเดินทางมาในช่วงฤดูหนาว และเข้าพักในรีสอร์ท/เกสต์เฮาส์ ซึ่งการเดินทางมาท่องเที่ยวมักจะหาข่าวสาร

การท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และนักท่องเที่ยวจะเดินทางกลับมาเที่ยวอีกหากมีโอกาส

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยการบริหารภาครัฐ ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ภูมิภาค ภูมิภาค ระดับการศึกษา และอาชีพ กับยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทที่ 4 ไว้แล้ว ผลที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ และสามารถสรุปยุทธศาสตร์ได้ 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ ยุทธศาสตร์การบริหารภาคเอกชน และยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น พบว่า

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารภาครัฐ

1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาต่างกัน คือ ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด โดยทุกกลุ่มมีความคิดเห็นสัมพันธ์กันอย่างเห็นได้ชัด

2) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาต่างกัน คือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยทุกกลุ่มมีความคิดเห็นไม่สัมพันธ์กัน

3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันคือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด โดยทุกกลุ่มมีความคิดเห็นสัมพันธ์กันอย่างเห็นได้ชัด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารภาคเอกชน

1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาต่างกัน คือ ในเขตจังหวัดนครราชสีมาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด โดยทุกกลุ่มมีความคิดเห็นสัมพันธ์กันอย่างเห็นได้ชัด

2) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาต่างกันคือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยทุกกลุ่มมีความคิดเห็นไม่สัมพันธ์กัน

3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันคือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด โดยทุกกลุ่มมีความคิดเห็นสัมพันธ์กันอย่างเห็นได้ชัด

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาต่างกัน คือ ในเขตจังหวัดนครราชสีมาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด โดยทุกกลุ่มมีความคิดเห็นไม่สัมพันธ์กัน

2) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาต่างกันคือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยทุกกลุ่มมีความคิดเห็นไม่สัมพันธ์กัน

3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกัน คือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด โดยทุกกลุ่มมีความคิดเห็นสัมพันธ์กันอย่างเห็นได้ชัด

ตอนที่ 3 การเสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

ในการนำเสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรง และเกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 18 ราย ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยจำแนกเป็นรายยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ ยุทธศาสตร์การบริหารภาคเอกชน และยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละยุทธศาสตร์ทำให้สามารถที่จะสังเคราะห์ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาได้ 4 ยุทธศาสตร์ โดยจะนำเสนอโดยสรุป ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารภาครัฐ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารภาครัฐ แบ่งเป็น 5 ยุทธวิธี คือยุทธวิธีที่ 1.1 นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ยุทธวิธีที่ 1.2

การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีที่ 1.3 การร่วมมือพัฒนาผู้ประกอบการ ยุทธวิธีที่ 1.4 การร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ยุทธวิธีที่ 1.5 การตลาดอย่างมีวิสัยทัศน์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารภาคเอกชน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารภาคเอกชน แบ่งเป็น 4 ยุทธวิธี คือยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 2.2 การส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการตลาด ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมมือพัฒนาบุคคลกรท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 2.4 การประสานงานสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นแบ่งเป็น 5 ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการรักษาระบบนิเวศวิทยา วัฒนธรรม และประเพณี ยุทธวิธีที่ 3.2 การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น ยุทธวิธีที่ 3.3 การสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 3.4 การใช้ทรัพยากร และการดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ยุทธวิธีที่ 3.5 การให้บริการที่ดีและการรักษาความปลอดภัย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทำการสรุปจาก ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์ที่ 2 และยุทธศาสตร์ที่ 3 จึงนำมาซึ่งยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งแบ่งเป็นยุทธวิธีต่าง ๆ ได้ดังนี้ ยุทธวิธีที่ 4.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคมอนุรักษ์วัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและการปลูกจิตสำนึก ยุทธวิธีที่ 4.2 การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาองค์กรแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ยุทธวิธีที่ 4.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ยุทธวิธีที่ 4.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยศึกษาการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาประกอบไปด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การบริหารงานภาครัฐ ยุทธศาสตร์การบริหารงานภาคเอกชน ยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และยุทธศาสตร์ความร่วมมือภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งการอภิปรายผลการศึกษาที่ค้นพบใช้การพรรณนาวิเคราะห์ ซึ่งเป็นเป็นการอภิปรายตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาทำให้ได้ทราบ

ถึงสภาพปัจจุบัน รวมถึงปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองลงมาคือมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ภาคกลาง เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคเหนือ และภาคใต้ นับถือศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลาม ศาสนาคริสต์ และศาสนาฮินดู ซึ่งส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพอื่น ๆ อันได้แก่ แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป เกษตรกร ข้าราชการบำนาญ และลูกจ้าง โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,782.93 บาท มีรายได้เฉลี่ยน้อยที่สุด 1,000 บาท และรายได้เฉลี่ยมากที่สุด 200,000 บาท เดินทางมากับเพื่อน/แฟนมากที่สุด รองลงมามักเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ มากับหน่วยงาน มากับสถานศึกษา และการเดินทางมาคนเดียว โดยเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง เดินทางมาในลักษณะอื่น ๆ ได้แก่ รถตู้เหมา รถของสถานศึกษา และรถของหน่วยงาน ส่วนวิธีการเดินทางมาโดยรถจักรยานยนต์ และการเดินทางมาโดยรถไฟน้อยที่สุด และส่วนใหญ่มักมาท่องเที่ยวแบบไปเช้ากลับเย็นมากกว่าการมาพักค้างแรมซึ่งหากมาพักค้างแรมจะพักไม่เกิน 2 วัน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยเรื่องการปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 15 จังหวัดภาคเหนือ ของ ผศ.อรพิน สันติศิริกุล และคนอื่น ๆ ที่ส่วนใหญ่่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะเดินทางมาพักผ่อนค้างแรม จำนวน 3 วัน ซึ่งทำให้ทราบว่า การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาควรมีการปรับเปลี่ยนโปรแกรมการท่องเที่ยวว่าจะทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวพักค้างแรมมากกว่า 2 วัน ว่าในแต่ละโปรแกรมควรมีกิจกรรมอะไรที่จะทำให้นักท่องเที่ยวพักค้างแรมนานขึ้น และกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวควรมีความหลากหลายและปรับเปลี่ยนอยู่เสมอเพื่อรองรับกับความต้องการและตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมาและนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง โดยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาปีละ 1 - 3 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมาท่องเที่ยว 3,870.19 บาท

ปรัชญาทางการจัดการการท่องเที่ยวได้กล่าวไว้ว่า “การจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้” (วินิจ วีรยางกูร, 2538) จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นถือเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น ขออภิปรายผลสำหรับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมาว่า

มีทั้งเพศหญิงและเพศชายมาท่องเที่ยวพอ ๆ กัน ซึ่งข้อมูลนี้จะนำมากำหนดการวางแผนการท่องเที่ยว สินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อสามารถตอบสนองลูกค้าทั้ง 2 เพศได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี โดยประกอบอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,782.93 บาท มีรายได้เฉลี่ยน้อยที่สุด 1,000 บาท และรายได้เฉลี่ยมากที่สุด 200,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 15 จังหวัดภาคเหนือ ของ อรพิณ สันติธีรากุล และคนอื่น ๆ ที่ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะมีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 20,000 บาท ขออภิปรายว่าข้อมูลทางประชากรศาสตร์เหล่านี้ สามารถนำมาพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาให้เหมาะสม ซึ่งในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นับถือศาสนาพุทธ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน/แฟนมากที่สุด มาโดยรถยนต์ส่วนตัว โดยสารประจำทาง และมักไปเข้ากลับเย็นมากกว่าการมาพักค้างแรม ซึ่งหากมาพักค้างแรมจะพักไม่เกิน 2 วัน โดยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาปีละ 1 - 3 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมาท่องเที่ยว 3,870.19 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แบบบูรณาการในจังหวัดนครราชสีมาของ เอมอร หนูทับ ที่ส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ 1,001 - 3,000 บาท ซึ่งทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมาจ่ายค่าใช้จ่ายมากกว่าการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ดังนั้น ยุทธวิธีในการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงควรปรับให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อที่จังหวัดนครราชสีมาจะมีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ และถือเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ของที่ระลึกให้มีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมศาสตร์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ชอบเที่ยวน้ำตกมากที่สุด รองลงมาคือ อุทยานแห่งชาติ และภูเขา เขื่อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจจิ้งจอก สวนผสม ป่าไม้ ถ้ำ ซึ่งชอบเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มากที่สุด รองลงมาคือน้ำตกมวกเหล็ก สวนสัตว์นครราชสีมา อ่างเก็บน้ำลำตะคอง และฟาร์มโชคชัย ปราสาทหินพิมาย บ้านด่านเกวียน อุทยานไม้กลายเป็นหิน โดยกิจกรรมที่ชอบทำคือการท่องเที่ยวน้ำตกมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมเดินป่า/ส่องสัตว์/ดูนก และกิจกรรมพักผ่อนวิถีชาวบ้าน (โฮมสเตย์) กิจกรรมเล่นกีฬา เช่น ดิกอล์ฟ และกิจกรรมอื่น ๆ คือ พักผ่อน ทำบุญ และช้อปปิ้ง ซึ่งส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในฤดูหนาว โดยชอบพักที่รีสอร์ท/เกสต์เฮ้าส์มากที่สุดคือ รองลงมาคือ ตั้งแคมป์ บ้านญาติ / เพื่อน และโรงแรม โฮมสเตย์ บ้านพักตากอากาศ บ้านตนเอง เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ และบ้านพัก

รับรองของกรมอุทยาน ซึ่งการมาจะมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา มากที่สุดคือ รองลงมาคือส่วนทัศนศึกษา/ดูงาน วัตถุประสงค์อื่นๆ และประชุม/สัมมนา จะมีการหา ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือโทรทัศน์ แหล่งอื่น ๆ คือ ญาติและ เพื่อนแนะนำ เคเบิลทีวี นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และวิทยุ เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัด นครราชสีมาเพราะเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย รองลงมาคือระยะทางใกล้ สิ่ง อำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ค่าใช้จ่ายถูก และเหตุผลอื่น ๆ เยี่ยม ญาติ/เพื่อน ทำบุญ ทำงาน และทำธุระ อีกทั้งจะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกแน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยเรื่องการปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรม นักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 15 จังหวัดภาคเหนือ ของ อรพินธ์ สันติธีรากุล และคนอื่น ๆ ที่ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งได้แก่ วัด พระธาตุ ศาสนสถาน โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์และเมืองเก่า ส่วนแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวได้ให้ ความสนใจนั้น ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ อุทยานแห่งชาติ น้ำตก เขื่อน กว๊าน และแหล่งท่องเที่ยวที่ นักท่องเที่ยวสนใจคือ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย และเดินป่า แต่การทราบข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยว นั้นจะทราบจากญาติพี่น้องและบุคคลในครอบครัวมากกว่า ซึ่งทำให้ทราบว่าไม่ว่านักท่องเที่ยวจะไป ท่องเที่ยวในจังหวัดใดก็ตามก็ให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และตามแต่ นักท่องเที่ยวจะสนใจ ซึ่งในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมามีแหล่งท่องเที่ยวตรงตามวัตถุประสงค์การ ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการแต่จะอย่างไรให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความแตกต่างในการเดินทาง มาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมาซึ่งหาจากที่อื่นไม่ได้ในประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวออกจาก จังหวัดนครราชสีมา รวมถึงจะเห็นได้ว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมา สอดคล้องกับพันธกิจของแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2555 - 2559 ที่กล่าวไว้ ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้ โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน” เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด จะเน้นการสร้างกระแสการเดินทางทั้งตลาดต่างประเทศและใน ประเทศให้เกิดขึ้นตลอดทั้งปี ภายใต้ยุทธวิธึรณรงค์ส่งเสริม “ปีท่องเที่ยวไทย 2555 - 2559” ตาม นโยบายของรัฐบาล ผนวกร่วมกับการดำเนินงานสานต่อยุทธวิธึการตลาดในปีที่ผ่านมา ซึ่งจะมีจุดเน้น ที่แตกต่างกันไปตามสภาวะและแนวโน้มตลาดในแต่ละพื้นที่ สร้างกระแสให้เกิดการรับรู้และความ ร่วมมือสนับสนุนปีท่องเที่ยวไทย โดยยังคงนำเสนอแคมเปญ “Amazing Thailand” และสินค้าหลัก 7 หมวด (7 Wonders of Amazing Thailand) ในตลาดต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ ข้อ 1) Thainess : The World’s Friendliness Culture – นำเสนอความเป็นตัวตนของคนไทย วิถีชีวิตที่เป็นรากเหง้า ที่มีความเรียบง่าย สงบ เป็นเสน่ห์ของไทย โดยนำเสนอสินค้าที่สะท้อนแนวคิดของสังคมไทย อาทิ วิถี ชีวิตขององค์กร การทำอาหารไทย มวยไทย ประเพณีไทย ฯลฯ ข้อ 2) Treasures : Land of

Heritage and History - นำเสนอกลุ่มสินค้าด้านวัฒนธรรมไทย ที่สร้างความภูมิใจในความเป็นชาติ และพร้อมที่จะอวดสู่สายตาชาวโลก กลุ่มสินค้าเหล่านี้ อาทิ สถานที่ซึ่งเป็นมรดกโลก แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ฯลฯ ข้อ 3) Beaches : Sun Surf and Serenity - นำเสนอความแตกต่างที่หลากหลายของทะเลไทย สามารถสร้างความสุข และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ อาทิ พัทยา หัวหิน-ชะอำ ฯลฯ ข้อ 4) Nature : The Beauty of Natural Wonders - นำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ Green Tourism การท่องเที่ยวแบบประหยัดพลังงาน สร้างความตระหนักและเกิดความเข้าใจคุณค่าของการเป็นผู้หวงใยสิ่งแวดล้อม อาทิ การเดินชมเส้นทางศึกษาธรรมชาติและระบบนิเวศ ส่องสัตว์ ดูนก การล่องแก่ง ฯลฯ ข้อ 5) Health & Wellness : The Beauty of Wellness and Wellbeing นำเสนอสินค้าและบริการที่ให้ความสำคัญต่อการบำรุงและบำบัดสุขภาพกายและใจ อาทิ สปา สมาธิ การแพทย์ที่ทันสมัย ฯลฯ ข้อ 6) Trends : Your Senses with Unique Trends นำเสนอกลุ่มสินค้า บริการที่สอดคล้องตามกระแสนิยม หรือ In Trend ซึ่งเป็นจุดขายด้วยรูปแบบที่ทันสมัย แปลกตาในแนว Chic, Hip, Modern ทั้งร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง บูติกโฮเต็ล รวมถึงสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น อาทิ สวนสนุก ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ฯลฯ ข้อ 7) Festivities : The Land of Year Round Festivities กิจกรรมท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับความสนุกสนาน รื่นเริง และความบันเทิง ดดยนำเอางานเทศกาล ระดับโลกและระดับนานาชาติต่าง ๆ เป็นตัวดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว และสื่อมวลชน ต่างชาติ อาทิ Pattaya Music Festival, The Royal Trophy Europe vs Asia Golf Championship ฯลฯ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารภาครัฐ ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น กับยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงผลจากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาครัฐ ผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ ทำให้สามารถสรุปปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาได้ 3 ข้อ อันได้แก่ ปัจจัยยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ ปัจจัยยุทธศาสตร์การบริหารภาคเอกชน และปัจจัยยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ

ปัจจัยการบริหารภาครัฐส่งผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับมากในเกือบทุก ๆ ด้าน ยกเว้นการพัฒนาและเปิดตลาดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ดังนั้นภาครัฐควรที่ให้ความสำคัญในยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาครัฐเกี่ยวกับประเด็นการศึกษานโยบายยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาเพื่อให้สามารถรับการเปลี่ยนแปลงของ

สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยผลที่ได้จากสัมภาษณ์ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พบว่า ผู้เชี่ยวชาญภาครัฐจะปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ได้มีการวางแผนไว้ ตามนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและวิธีการจัดการท่องเที่ยวไปจากเดิม จึงทำให้ต้องมีการปรับกระบวนการสร้างทางเลือกในการจัดพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อให้โอกาสกับชุมชนท้องถิ่นในการเข้ามามีบทบาทในการกำหนดทิศทางและรูปแบบการท่องเที่ยว โดยให้ชาวบ้านทุกคนถือว่าตนเป็นเจ้าของทรัพยากรและมีส่วนได้เสียในการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงต้องมีการเพิ่มพูนความรู้ให้กับบุคลากรในท้องถิ่น รวมถึงการสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในโครงการต่าง ๆ ที่เน้นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้เพื่อเป็นต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสังคมขององค์กรท้องถิ่น โดยต้องสร้างองค์กรท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็ง เป็นสังคมที่พร้อมจะให้บริการและสังคมนั้นต้องมีความรู้ความเข้าใจที่มุ่งเน้นในการรักษาสีงแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ อีกทั้งในชุมชนควรมีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนในเรื่องของวิถีชีวิตของชุมชนในองค์กรรวมถึงเรื่องอื่น ๆ การสร้างความพึงพอใจจากการได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรมก็มีส่วนสำคัญที่จะส่งผลให้เกิดความร่วมมือกันของคนในองค์กรอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและเป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงการพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเข้ามาสู่องค์กรซึ่งเน้นให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยต้องคำนึงถึงความสมดุลทั้งเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ซึ่งทำให้สามารถสรุปได้ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของคนและสังคมในปัจจุบัน จึงทำให้เกิดปัญหาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม จึงทำให้นักท่องเที่ยวต้องการการได้รับการตอบสนองจากการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป ดังนั้นภาครัฐจึงควรต้องหันกลับมาให้ความสำคัญในการทำให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นอย่างแท้จริง ในการร่วมมือกันวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับจังหวัด เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธร ทิพย์สุวรรณ (2548) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์เพื่อจัดสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน:กรณีศึกษาหมู่บ้านมังผานกกก ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวได้โดยปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อน จัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้ เป็นระบบและมีความเป็นมาตรฐาน กำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านและการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวนั้น สามารถจัดเป็นรายการนำเที่ยวโดยชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความ

คิดเห็นและวิเคราะห์ร่วมกันจนได้รายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสม เป็นที่ยอมรับของคนในหมู่บ้าน และสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างแท้จริง รวมถึงยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสรี วังสไพจิตร และคนอื่น ๆ (2547) ได้วิจัยเรื่อง โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ในเรื่องของการวิเคราะห์การจัดทำแผนและยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวในระดับต่าง ๆ พบว่า องค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็นองค์กรภาครัฐ ในส่วนกลางทั้งสิ้นและขาดการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่าง ๆ ยังขาดความเป็นเอกภาพและขาดความเชื่อมโยงและขาดแผนการบริหารที่ชัดเจน ซึ่งปัญหาถือเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไข

2) แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์ร่วมกันไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ โดยต้องมีการคำนึงถึงเอกลักษณ์ขององค์กรและศักยภาพขององค์กรแต่ละองค์กรที่มีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงความเน้นการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดคุณภาพมากกว่าเน้นปริมาณ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา กลัปดี (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า สภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำดอนหวายมีศักยภาพสูง สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารและสินค้าทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (วิถีชีวิต) ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแหล่งประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ตามลำดับ การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากการศึกษาพบว่า ชุมชนมีการจัดการด้านการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในระดับต่ำ การจัดการด้านกิจกรรมและการจัดการนักท่องเที่ยว ชุมชนมีการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบขององค์กรในการจัดการพบว่าชุมชนสามารถจัดการได้อยู่ในระดับสูง เพราะมีการรวมตัวกันเพื่อจัดระเบียบการท่องเที่ยวในรูปของคณะกรรมการ และให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมให้เห็นในการจัดการท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยว จึงสรุปได้ว่า การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีประสิทธิภาพสูงได้ เพราะมีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ สินค้าทางการเกษตร และเอกลักษณ์ท้องถิ่น ดังนั้นจึงควรมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และการส่งเสริมด้านการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดรายได้แก่องค์กรอย่างยั่งยืนและทำให้องค์กรพ้นจากความยากจนอย่างยั่งยืน จึงควรมีการวางแผน การปฏิบัติ การประเมินผล และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการยอมรับและสนับสนุนจากทุกฝ่าย โดยภาครัฐอาจขอความร่วมมือจากนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการวางแผนทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศมา ญ ระนอง (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น ; ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ควรมีการช่วยกันจัดหาและระดมทุนเพื่อให้เกิดมีทุนหมุนเวียนในชุมชนมากที่สุด นอกจากนี้ยังเปิดให้สมาชิกกู้ยืมเงินนำไปใช้ในกิจกรรม

ต่าง ๆ รวมไปถึงการจัด สวัสดิการในส่วนของ การรักษาพยาบาล การศึกษา และการพัฒนาชุมชนด้วย รวมถึงการส่งเสริมอาชีพให้ประชาชนภายในชุมชนมีอาชีพเสริม นอกจากทำเกษตรเพียงอย่างเดียว เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชน กลุ่มอาชีพเองเป็นเสมือนแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งภายในชุมชนด้วย เพื่อก่อให้เกิดรายได้แก่องค์กรอย่างยั่งยืนและทำให้องค์กรพ้นจากความยากจนอย่างยั่งยืน

4) ภาครัฐควรมีการปรับเปลี่ยนนโยบายโดยเน้นการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ การให้อิสระแก่องค์กรในการกำหนดนโยบายโดยได้รับการสนับสนุนส่งเสริมแนวคิดและงบประมาณจากภาคเอกชน รวมถึงการประเมินปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไขร่วมกัน อีกทั้งควรมีการวิเคราะห์ทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อจะก่อให้เกิดการวางแผนที่เหมาะสมกับสถานการณ์ รวมถึงส่งเสริมให้แต่ละฝ่ายมีบทบาทที่ชัดเจน และมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่สามารถทำงานร่วมกันได้ โดยมีจุดมุ่งหมายไปสู่ความสำเร็จเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่น ๆ (2547) ได้วิจัยเรื่อง โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย จากการศึกษาวิจัยโครงสร้างการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ที่พบว่าสถานะและบทบาทขององค์กรภาครัฐในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาพรวมขององค์กรภาครัฐทั้งในระบบหลักและระบบรอง พบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับความซ้ำซ้อนของอำนาจหน้าที่ ปัญหาความไม่ชัดเจนของอำนาจหน้าที่ และปัญหาอำนาจหน้าที่ของภาครัฐในระบบรองในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มีผลต่อสถานะและบทบาทขององค์กรภาครัฐในการบริหารการท่องเที่ยว พบว่า นโยบายผู้ว่าราชการจังหวัดบูรณาการฯ มีปัญหาที่ผู้ว่าราชการจังหวัดไม่อาจมีบทบาทในการนำนโยบายและยุทธศาสตร์ของรัฐบาลไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ทั่วจังหวัดได้อย่างสมบูรณ์และส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการปฏิรูประบบราชการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ส่งผลให้การกิจการจัดการด้านการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งถ่ายโอนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมาอยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงฯ ซึ่งปัจจุบันกระทรวงยังขาดความพร้อม มีปัญหาการทำงานทั้งในเชิงความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวและความพร้อมของบุคลากร เมื่อพิจารณาบทบาทขององค์กรภาครัฐในการประสานงานด้านการท่องเที่ยวพบว่ารัฐบาลต้องบริหารนโยบายบนความหลากหลายขององค์กร ซึ่งมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในระดับส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ และองค์กรมหาชน แต่ละองค์กรมีระบบและวิธีการการบริหารที่แตกต่างหลากหลายทำให้การประสานงานภายในองค์กรภาครัฐผ่านกลไกระบบราชการต่าง ๆ ค่อนข้างมีปัญหาและมีความยุ่งยากมากขึ้น ดังนั้นภาครัฐควรมีการปรับเปลี่ยนนโยบายโดยเน้นการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ การให้อิสระแก่องค์กรต่าง ๆ ในการกำหนดนโยบายโดยได้รับการสนับสนุนส่งเสริมแนวคิดและงบประมาณจากภาครัฐ รวมถึงการประเมินปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไขร่วมกัน อีกทั้งควรมีการวิเคราะห์ทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อจะก่อให้เกิดการวางแผนที่เหมาะสมกับสถานการณ์ รวมถึงส่งเสริมให้แต่ละฝ่ายมีบทบาทที่ชัดเจน และมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่สามารถทำงานร่วมกัน

5) ภาครัฐควรมีการกระจายบทบาทและความรับผิดชอบในด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยให้องค์กรท้องถิ่นเสนอแผนหรือโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวตามความต้องการและความเหมาะสมขององค์กร โดยจัดการประชุมองค์กรเพื่อแสดงความคิดเห็นในการกำหนดยุทธศาสตร์นโยบาย และแนวทางในการปฏิบัติที่เหมาะสมกับความต้องการขององค์กร โดยภาครัฐและภาค

เอกชนต้องมีการสนับสนุนโดยเน้นการมีส่วนร่วมให้เกิดการปฏิบัติและรับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธร ทิพย์สุวรรณ (2548) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์เพื่อจัดสร้าง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาหมู่บ้านม้งผานกกก ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัด เชียงใหม่ผลการวิจัยพบว่า อุปสรรคทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคือ ปัญหาในการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงคู่แข่งทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหมู่บ้านชาวเขาเผ่าอื่น ๆ ซึ่งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยวจึงสามารถ ทราบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวได้โดยปรับปรุงแก้ไข จุดอ่อน จัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้เป็นระบบและมีความเป็นมาตรฐาน กำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านและการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยรูปแบบ การจัดการท่องเที่ยววันนั้น สามารถจัดเป็นรายการนำเที่ยวโดยชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็นและวิเคราะห์ร่วมกันจนได้รายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสม เป็นที่ยอมรับของคนในหมู่บ้านและสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างแท้จริง

6) ภาครัฐควรมีการจัดผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยควรมีการฝึกอบรมกระบวนการในการวางแผน การปฏิบัติ การตัดสินใจ การประเมิน รวมถึงการแก้ปัญหาหากเกิดปัญหาขึ้น รวมถึงมนุษยสัมพันธ์ เพื่อรองรับการให้บริการกับภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการบูรณาการการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวร่วมกัน รวมถึงความร่วมมือในทุก ๆ ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ หาญทอง (2543) ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว มีศักยภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดหน่วยงานหลักที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญคือ ปัญหางบประมาณที่ไม่เพียงพอและมีอยู่จำกัด จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอกับงานและขนาดของพื้นที่รับผิดชอบปัญหาในเรื่องการประสานงานและขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง จึงสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุงมีระบบการจัดการที่ยังไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้มีปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว ขาดงบประมาณ และความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำให้เห็นว่าไม่ว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดในภาคใดก็ตามส่วนใหญ่จะมีปัญหาคล้ายคลึงกันทั้งนั้น ซึ่งจะทำอย่างไรให้ปัญหาเหล่านี้หมดไปโดยหากจะรอให้ภาครัฐระดับประเทศแก้ปัญหาเหล่านี้ คงเป็นไปได้ด้วยความยากลำบากดังนั้นปัญหาใดที่ทางจังหวัดคิดว่าสามารถแก้ไขปัญหาได้ ภาครัฐในระดับจังหวัดก็ควรที่จะแก้ไขปัญหานี้ด้วยตนเอง เพื่อจะทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัด นครราชสีมาประสบความสำเร็จอีกทั้งยังสามารถนำไปใช้เป็นแบบอย่างในระดับประเทศได้อีกด้วย

ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยยุทธศาสตร์การบริหารภาคเอกชน

ปัจจัยการบริหารภาคเอกชนส่งผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับมากในทุก ๆ ด้าน ดังนั้นภาคเอกชนควรที่ให้ความสำคัญในยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น เพราะเนื่องจากในปัจจุบันภาคเอกชนมุ่งที่จะพัฒนาแต่ธุรกิจของตนเอง แต่ไม่ได้มุ่งที่จะให้ความร่วมมือกันอย่างแท้จริง

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชนเกี่ยวกับประเด็นการศึกษานโยบายยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวซึ่งไปนำไปสู่การสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาเพื่อให้สามารถรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการจัดการท่องเที่ยวโดยมีการวางแผนยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่น ๆ (2547) ได้วิจัยเรื่อง โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย จากการศึกษาวิจัยโครงสร้างการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ในเรื่องของปัญหาการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า บทบาทการมีส่วนร่วมค่อนข้างจำกัด การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับต่าง ๆ ภาคเอกชนปรากฏบทบาทไม่เด่นชัด สภาอุตสาหกรรมฯ เองมีบทบาทเพียงสะท้อนปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ภาครัฐเท่านั้น รวมทั้งโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรมฯ ยังคงมีปัญหา จึงควรมีการบูรณาการกับทางภาครัฐ และภาคประชาชนในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว อีกทั้งควรเน้นการให้ความสำคัญในเรื่องของการรักษาสมดุลระหว่างรายได้กับการอนุรักษ์ระบบนิเวศและการสืบทอดเอกลักษณ์และวัฒนธรรมขององค์กรท้องถิ่น อีกทั้งเรื่องการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านโครงสร้างพื้นฐานไม่ว่าจะเป็นถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการให้บริการรถเช่าเพื่อให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปได้สะดวกยิ่งขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีพาหนะส่วนตัว ปัจจุบันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีการคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งอาจเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวมถึงการไม่สนับสนุนให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าตัวแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 1) ส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นมีจุดยืนและเอกลักษณ์ขององค์กรเอง 2) มีการจัดกิจกรรมที่เน้นเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม 3) การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงการดูแลในเรื่องของความสะอาด ปลอดภัย และเป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล 4) มีกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เป็นระบบ สามารถตรวจสอบได้ แก้ปัญหาได้ อีกทั้งมีเครือข่ายในการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนและทันสมัย 5) ต้องคำนึงถึงศักยภาพการท่องเที่ยวของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดศักยภาพในการให้บริการสูงสุด 6) มีการร่วมมือกันในการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนร่วมกันไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น 7) มีการประชุมปรึกษาหารือร่วมกันในการวางแผน แก้ไขปัญหาร่วมกัน

ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นส่งผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับมากในทุก ๆ ด้าน ดังนั้นภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นควรที่จะให้ความสำคัญในยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น ดังนั้น ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับชุมชนและหันมาใส่ใจชุมชนของตนเองอย่างจริงเพื่อที่จะทำให้องค์กรสามารถรักษาขนบธรรมเนียมประเพณี รวมถึงสิ่งแวดล้อมที่ท้องถิ่นมีอยู่ในยั่งยืนอยู่กับท้องถิ่นต่อไป

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นเกี่ยวกับประเด็นการศึกษานโยบายยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การสร้างยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาเพื่อให้สามารถรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อนำไปสู่แผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงสามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้

1) การสร้างแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรจัดให้มีการประชุมเพื่อปรึกษาหารือกัน เพื่อวางแผนในการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับการบูรณาการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยเน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในองค์กรท้องถิ่น รวมถึงการมีส่วนร่วมในการบริหารการจัดการไม่ว่าจะเป็นการร่วมคิดแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยว อีกทั้งร่วมมือในการดำเนินงานต่าง ๆ อีกทั้งต้องมีการประเมินผลเพื่อจะได้ทราบถึงผลที่ได้รับจากการวางแผน อีกทั้งต้องร่วมมือกันในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหากเกิดปัญหา และต้องมีการพัฒนาแผนงานต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยต้องเน้นให้คนในองค์กรเป็นแกนนำในการบริหารจัดการ โดยทุกฝ่ายต้องมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธร ทิพย์สุวรรณ (2548) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์เพื่อจัดสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาหมู่บ้านมังฆวนกกก ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวนั้น สามารถจัดเป็นรายการนำเที่ยวโดยชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและวิเคราะห์ร่วมกันจนได้รายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสม เป็นที่ยอมรับของคนในหมู่บ้านและสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างแท้จริง

2) ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในองค์กร โดยให้องค์กรของพื้นที่มีอำนาจในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และควรขอให้ภาครัฐสนับสนุนงบประมาณที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว อีกทั้งให้การสนับสนุนด้านการสื่อสารการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการให้ความรู้แก่องค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเกิดการกระจายรายได้ เพื่อขจัดปัญหาความยากจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ หาญทอง (2543) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง

พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว มีศักยภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดหน่วยงานหลักที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญคือ ปัญหางบประมาณที่ไม่เพียงพอและมีอยู่จำกัด จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอกับงานและขนาดของพื้นที่รับผิดชอบ ปัญหาในเรื่องการประสานงานและขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวไม่สามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนและองค์กรส่วนท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นจึงควรส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นในองค์กรให้มีศักยภาพ

3) ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าองค์กรท้องถิ่นเพื่อให้เกิดมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ โดยขอให้ภาครัฐสนับสนุนให้ผู้เชี่ยวชาญเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งควรให้นักการตลาดเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการตลาด รวมถึงการจัดการตลาดในการรองรับผลิตภัณฑ์ขององค์กรท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ในองค์กรและทำให้ประชาชนในองค์กรพ้นจากปัญหาความยากจนอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คมา ณ ระนอง (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น ; ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนศรีวัง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น โดยควรมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนให้มีความอุดมสมบูรณ์ และควบคุมการใช้ทรัพยากรของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมไปถึงการปลูกจิตสำนึกให้คนภายในชุมชนรู้คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติเป็นกลุ่มร่วมดูแลเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนศรีวัง และกลุ่มตัวอย่างคาดหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับการจัดการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์พื้นบ้านการทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ความรู้สึกรักชุมชนเพิ่มขึ้น เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง ในการมีส่วนร่วมในเรื่องการจัดการด้านการท่องเที่ยว

4) จัดการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงควรมีการกำหนดทิศทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Speier (2005) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวและการพัฒนาแบบยั่งยืน เพื่อตรวจสอบบทบาทและความรับผิดชอบการท่องเที่ยวในมุมมองของการพัฒนาแบบยั่งยืน เป้าหมายและกระบวนการต่าง ๆ ของการพัฒนาแบบยั่งยืน รวมถึงศักยภาพของมนุษย์ และสถาบันทางประชาธิปไตย เพื่ออำนวยความสะดวกในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาของผู้มีส่วนได้เสีย ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเป็นทางเลือกที่สำคัญของการพัฒนาได้รับการส่งเสริมศักยภาพเพื่อเสนอการผสมผสานที่เป็นเอกลักษณ์ของลักษณะต่าง ๆ เพื่อตอบสนองมิติทางการพัฒนาแบบยั่งยืน สำหรับการพัฒนายั่งยืนต้องประกอบด้วยสังคมและมนุษย์ ตลอดจนเป้าหมายการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่สัมฤทธิ์ผลที่ดำเนินการภายในบริบทของการปกป้องวัฒนธรรมของมนุษย์และสภาพแวดล้อม อนึ่งความเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวกับการพัฒนาแบบ

ยั่งยืนปรากฏว่าไม่มีโอกาสใดเลยที่มีมติทั้งสองของการพัฒนาจะไม่ได้รับการแสดงผล ฉะนั้นการวิจัยในอนาคตควรศึกษาอธิบายการพัฒนาแบบยั่งยืนในปัจจุบันเพื่อแสดงแนวโน้มของการปรับปรุงในการมุ่งสู่ความยั่งยืนมากขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

จากการอภิปรายผลของความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา พบว่าการมีส่วนร่วมขององค์กรในทุกภาคส่วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นส่วนที่ช่วยผลักดันให้การพัฒนาอย่างยั่งยืนประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จจึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมเป็นหลักสำคัญ โดยเห็นได้จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ได้วางรากฐานทางกฎหมายเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสิทธิขององค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร สิทธิของประชาชนในการมีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี สิทธิในการรับรู้ข่าวสาร สิทธิในการแสดงความคิดเห็นต่อโครงการหรือกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อตนเอง โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) ยังได้มุ่งเน้นให้เกิดให้มีความสำคัญกับการพัฒนาแบบองค์รวมที่ยึด “คน” เป็นศูนย์กลางในการพัฒนา

จากผลการวิจัย การสรุปการอภิปรายผลการวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จะนำข้อมูลในภาพรวมทั้งหมดมาเสนอเชิงบูรณาการ โดยเริ่มจากการกำหนดนโยบายในภาพกว้างซึ่งจะเป็นกรอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งจะสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) โดยบูรณาการแผนยุทธศาสตร์ (Strategy) การบริหารงานภาครัฐ การบริหารงานภาคเอกชน การบริหารงานภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น เพื่อกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งยุทธศาสตร์หลักทั้ง 4 ประการ จำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้อง และให้ความสำคัญซึ่งกันและกัน และเพื่อสร้างสมดุลในการพัฒนายุทธศาสตร์ดังกล่าวจึงมียุทธวิธี (Tactic) อยู่ภายใต้กรอบของนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา อันจะทำให้วิสัยทัศน์ของจังหวัดนครราชสีมาเป็นจริง

ดังนั้นจึงทำให้เกิดยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในด้านต่าง ๆ ตามผลการวิจัยที่สรุปวิเคราะห์ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น นักท่องเที่ยว งานวิจัยที่ผ่านมา และจากภาพรวมจากการศึกษาวรรณกรรมต่าง ๆ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การบริหารงานภาครัฐ

ยุทธวิธีที่ 1.1 นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

ยุทธวิธีที่ 1.2 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน

ยุทธวิธีที่ 1.3 การร่วมมือพัฒนาผู้ประกอบการ

ยุทธวิธีที่ 1.4 การร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่

ยุทธวิธีที่ 1.5 การตลาดอย่างมีวิสัยทัศน์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การบริหารงานภาคเอกชน

ยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 2.2 การส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการตลาด

ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมมือพัฒนาบุคคลกรท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 2.4 การประสานงานสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การบริหารงานภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการรักษาระบบนิเวศวิทยา วัฒนธรรม และประเพณี

ยุทธวิธีที่ 3.2 การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น

ยุทธวิธีที่ 3.3 การสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 3.4 การใช้ทรัพยากร และการดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

ยุทธวิธีที่ 3.5 การให้บริการที่ดีและการรักษาความปลอดภัย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

และองค์กรท้องถิ่น

ยุทธวิธีที่ 4.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคม อนุรักษ์วัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและการปลูกจิตสำนึก

ยุทธวิธีที่ 4.2 การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาองค์กรแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ยุทธวิธีที่ 4.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ยุทธวิธีที่ 4.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ

จากการศึกษาวิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559 ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้ของประเทศและกระจายได้ไปยังชุมชนโดยมียุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การบริหารงานภาครัฐ ประกอบด้วย ยุทธวิธีที่ 1.1 นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ยุทธวิธีที่ 1.2 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีที่ 1.3 การร่วมมือพัฒนาผู้ประกอบการ ยุทธวิธีที่ 1.4 การร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และยุทธวิธีที่ 5 การตลาดอย่างมีวิสัยทัศน์

ยุทธวิธีที่ 1.1 นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอันดับแรก อีกทั้งนโยบายจะมีประสิทธิผลหรือไม่ขึ้นอยู่กับนโยบายที่เป็นรูปธรรม สามารถนำมาปฏิบัติได้จริงซึ่งที่ผ่านมามองเห็นได้ว่าการกำหนดนโยบายต่าง ๆ มักจะถูกกำหนดมาจาก

ส่วนกลาง ดังนั้น จังหวัดควรมีการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับประเทศ มาจัดทำเป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมถึงความเข้าใจของผู้นำมาปฏิบัติที่สามารถเข้าใจและตีความนโยบายได้อย่างท่วงแท้ และการคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้บริหารจะเป็นกลไกสำคัญที่เป็นแรงขับเคลื่อนกลไกในระบบการทำงานและการบริหารให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้บริหารจะต้องมีภาวะผู้นำ มีสมรรถนะในการทำงาน มีทักษะในการบริหาร การทำงานเป็นทีม รวมถึงพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นเมื่อใดก็ได้ อีกทั้งควรมีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน เพื่อให้การปฏิบัติงานง่ายและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ขั้นตอนใดที่ลดได้ก็ควรที่จะลดเพื่อให้ระยะเวลาในการปฏิบัติในเรื่องดังกล่าวสั้นลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสรี วังส์ไพจิตร และคนอื่น ๆ (2547) ได้วิจัยเรื่อง โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย จากการศึกษาวิจัยโครงสร้างการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่ได้ทำการการวิเคราะห์การจัดทำแผนและยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวในระดับต่าง ๆ พบว่า องค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาคือองค์กรภาครัฐในส่วนกลางทั้งสิ้นและขาดการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่าง ๆ ยังขาดความเป็นเอกภาพและขาดความเชื่อมโยงและขาดแผนการบริหารที่ชัดเจน อีกทั้งยังวิเคราะห์สถานะและบทบาทขององค์กรภาครัฐในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาพรวมขององค์กรภาครัฐทั้งในระบบหลักและระบบรอง พบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับความซ้ำซ้อนของอำนาจหน้าที่ ปัญหาความไม่ชัดเจนของอำนาจหน้าที่และปัญหาอำนาจหน้าที่ของภาครัฐในระบบรองในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มีผลต่อสถานะและบทบาทขององค์กรภาครัฐในการบริหารการท่องเที่ยว พบว่า นโยบายผู้ว่าราชการจังหวัดบูรณาการฯ มีปัญหาที่ผู้ว่าราชการจังหวัดไม่อาจมีบทบาทในการนำนโยบายและยุทธศาสตร์ของรัฐบาลไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ทั่วจังหวัดได้อย่างสมบูรณ์และส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการปฏิรูประบบราชการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ส่งผลให้ภารกิจในการจัดการด้านการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งถ่ายโอนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมาอยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงฯ ซึ่งปัจจุบันกระทรวงยังขาดความพร้อม มีปัญหาการทำงานทั้งในเชิงความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวและความพร้อมของบุคลากร เมื่อพิจารณาบทบาทขององค์กรภาครัฐในการประสานงานด้านการท่องเที่ยวพบว่ารัฐบาลต้องบริหารนโยบายบนความหลากหลายขององค์กร ซึ่งมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในระดับส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ และองค์การมหาชน แต่ละองค์กรมีระบบและวิธีการการบริหารที่แตกต่างหลากหลายทำให้การประสานงานภายในองค์กรภาครัฐผ่านกลไกระบบราชการต่าง ๆ ค่อนข้างมีปัญหาและมีความยุ่งยากมากขึ้น

ยุทธวิธีที่ 1.2 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุนนั้น การร่วมมือส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยภาครัฐ ภาคเอกชน ท้องถิ่น องค์กร ผู้ประกอบการรายย่อย และวิสาหกิจองค์กรใน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้มีการให้การสนับสนุนเงินทุน โดยการจัดหาแหล่งเงินกู้การค้ำประกันและเงินทุน เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการกู้ยืม รวมถึงมีการส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนและนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งความเหมาะสมของมาตรการการร่วมมือส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน กล่าวได้ว่ามาตรการการร่วมมือส่งเสริมการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังไม่ชัดเจนและเหมาะสมเท่าที่ควร เนื่องจากรัฐบาลไม่ได้มีมาตรการในการช่วยเหลือกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวในเรื่องเงินทุนอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาภรณ์ หาญทอง (2543) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง ซึ่งจะเห็นว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว มีศักยภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดหน่วยงานหลักที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญคือ ปัญหางบประมาณที่ไม่เพียงพอและมีอยู่จำกัด จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอกับงานและขนาดของพื้นที่รับผิดชอบ ปัญหาในเรื่องการประสานงานและขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง ซึ่งหากภาครัฐร่วมมือกับภาคเอกชนในเรื่องของการลงทุนจะทำให้การท่องเที่ยวมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศมา ฌ ระนอง (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น ; ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวง ในด้านกลุ่มทุน มีหน้าที่ในการจัดหาและระดมทุนเพื่อให้เกิดมีทุนหมุนเวียนในชุมชนมากที่สุด นอกจากนั้นยังเปิดให้สมาชิกกู้ยืมเงินนำไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการจัดสวัสดิการในส่วนของ การรักษาพยาบาล การศึกษา และการพัฒนาชุมชนด้วย

ยุทธวิธีที่ 1.3 การร่วมมือพัฒนาผู้ประกอบการ จะเห็นได้ว่าการสนับสนุนส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการเก่าและผู้ประกอบการใหม่ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้เกิดสังคมการประกอบการที่เข้มแข็ง โดยการสร้างผู้ประกอบการใหม่ โดยจัดกิจกรรมการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ และพัฒนาผู้ประกอบการเดิม โดยการพัฒนาการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน จนถึงบ่มเพาะจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการที่ดี โดยจะการพัฒนาจะครอบคลุมสมรรถนะในทุก ๆ ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lam & Zhang (1999) ศึกษาเกี่ยวกับ Service Quality of Travel Agents: The Case of Travel Agents in Hong Kong คุณภาพการบริการของบริษัทนำเที่ยวกรณีศึกษาบริษัทนำเที่ยวในฮ่องกง พบว่า การที่บริษัทจะประสบความสำเร็จในการบริการ บริษัทนำเที่ยวต้องใช้กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ในระยะยาว ทั้งในส่วนการสรรหา อบรม พัฒนาคุณภาพพนักงาน ซึ่งต้องลงทุนทั้ง

เวลาและงบประมาณ นอกจากนี้นโยบายในการตรวจสอบควบคุม จะเพิ่มความไว้วางใจของลูกค้า เช่น การควบคุมสินค้า บริการและขั้นตอนการทำงาน แต่ภาพลักษณ์ของบริษัทไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ

ยุทธวิธีที่ 1.4 การร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่เพียบพร้อมในเรื่องของทรัพยากรการท่องเที่ยวจึงเป็นการง่ายหากจะมีการส่งเสริมให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่สามารถรักษาสภาพแวดล้อมธรรมชาติให้คงอยู่ได้ ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นต้องพัฒนาในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ที่ต้องมีการพัฒนาสินค้าและบริการที่ให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ส่วนด้านราคา ต้องแสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าของสินค้าและบริการที่จ่ายไปในรูปของตัวเงินเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ในเรื่องของสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า น้ำประปา ถนน แต่ในบางพื้นที่สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการรองรับการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้เพียงพอกับความต้องการของการท่องเที่ยวในจังหวัด และสุดท้ายด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ ตระหนักรู้ และเกิดพฤติกรรมซื้อหรือการใช้บริการ โดยใช้สื่อต่าง ๆ รวมถึงการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิมในจังหวัดนครราชสีมา

ยุทธวิธีที่ 1.5 การตลาดอย่างมีวิสัยทัศน์ แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต ภายใน 5 - 10 ปี ข้างหน้า โดยประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายสูง จึงทำให้ตลาดการท่องเที่ยวของไทยค่อนข้างมีความหลากหลาย อีกทั้งยังเป็นประเทศที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยมากที่สุดในอันดับต้น โดยส่วนใหญ่เป็นประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีเหนือ สาธารณรัฐจีน สิงคโปร์ อินเดีย ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ตลาดที่เป็นการเดินทางระยะไกล ได้แก่ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และเยอรมนี ตามลำดับ ดังนั้นเพื่อให้การตอบสนองการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างครบวงจร จึงทำให้ต้องการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ราคา สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศักดิ์ เตชะเอราวัณ (2544) ได้วิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาบ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหมู่บ้านแม่กำปองมีศักยภาพและความพร้อมอยู่ในระดับดีทั้งในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง แต่มีข้อจำกัดในด้านกายภาพที่ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ ส่วนศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการความปลอดภัยและการตลาดอยู่ในระดับที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ พบว่า ยังมีปัญหาและอุปสรรคอีก 4 ประเด็นที่ต้อง

ได้รับการพัฒนาคือ ด้านกายภาพของพื้นที่ การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม รูปแบบการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม และการมองหาตลาดใหม่ ซึ่งปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวจะนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการจัดการที่เหมาะสมกับธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วมในหมู่บ้านแม่กำปองต่อไป

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การบริหารงานภาคเอกชน ประกอบด้วย ยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 2.2 การส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการตลาด ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมมือพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว และยุทธวิธีที่ 2.4 การประสานงานสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยให้บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้รวบรวมส่วนประกอบของสินค้าที่เป็นบริการต่าง ๆ จากผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ มารวบรวมทำเป็นรายการท่องเที่ยว เพื่อเสนอขายแก่ผู้ซื้อ โดยผู้จัดรายการจะต้องพิจารณาถึงคุณภาพของการบริการจากสถานประกอบการต่าง ๆ ต้องยึดหลักของการจัดนาเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวจะต้องได้กิน ได้เที่ยว ได้นอน และได้ซื้อของถือเป็นกระจายรายได้สู่องค์กร เป็นยุทธวิธีที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ให้มีความสำคัญกับการมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องครบวงจร ความพร้อมของภาคบริการและการท่องเที่ยว แม้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศ แต่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศประเทศไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและสปาที่มีมาตรฐานสูง บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีบทบาทมากขึ้นในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ การปฏิรูปองค์การการปรับปรุงกฎระเบียบ และพัฒนาระบบมาตรฐานในด้านต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิต โดย (1) การสร้างเว็บไซต์สินค้า OTOP ของจังหวัด เพื่อเป็นการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ (2) การเพิ่มมูลค่างานหัตถกรรมสินค้าพื้นเมืองเพื่อให้เป็นสินค้าส่งออก (3) จัดตั้งศูนย์สินค้าสมุนไพรในท้องถิ่น (4) จัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลธุรกิจขนาดกลางด้านที่พักและอาหาร (5) จัดตั้งศูนย์ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ได้จากท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดในด้านการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลกระทบต่อศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยลดลง โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ ได้แก่ ระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างความเข้มแข็งในองค์กร เนื่องจาก

การที่องค์กรจะมีรายได้ต้องเกิดจากการได้รับการพัฒนา รวมถึงการรวมกลุ่มของคนในองค์กรเพื่อสร้างกลุ่มในการนำเสนอสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และการปกครอง ส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และองค์กรขาดความรู้ด้านการจัดการ ภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวการพัฒนากลไกในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางในการบูรณาการการทำงานร่วมกันการกำหนดภารกิจ โดย (1) เริ่มด้วยการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ (2) การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและร่วมอนุรักษ์ทรัพยากร (3) การจัดให้มีการรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว และ (4) การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์

ยุทธวิธีที่ 2.2 การส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการตลาด ควรมีการวิจัยด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับจังหวัดนครราชสีมาไม่ว่าจะเป็นเรื่องของขนบธรรมเนียม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี หรือแม้กระทั่งสภาพแวดล้อมของพื้นที่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดด้านการตลาด (Middleton, 1994 อ้างถึงใน เอกสารโครงการส่งเสริมสนับสนุนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว, 2543) ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยวว่าเป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวและการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมการตลาด (Market Mix) เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมสอดคล้องกัน โดย (1) การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาด การท่องเที่ยวของจังหวัด (2) การจัดการส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและบริการท่องเที่ยวของจังหวัด (3) การสร้างฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและจังหวัดทำเวปไซต์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัด (4) การวิจัยกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของจังหวัด (5) การสร้างจังหวัดให้เป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวของภูมิภาค และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของชลธรทิพย์สุวรรณ (2548) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์เพื่อจัดสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กรณีศึกษาหมู่บ้านม้งผานกกก ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า จุดแข็งทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคือ ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตชนเผ่า การประกอบอาชีพ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ และทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภคที่มีพร้อมและการเข้าถึงที่มีความสะดวกสบาย จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวคือการขาดความสามัคคีภายในชุมชนทำให้ขาดความเข้มแข็ง ประกอบกับสภาพแวดล้อมที่ดูเสื่อมโทรมไม่สะอาดมีเศษขยะเรี่ยราดอยู่ทั่วไป และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของชุมชนโอกาสทางการท่องเที่ยวคือ การได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน อุปสรรคทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคือ ปัญหาในการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงคู่แข่งทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหมู่บ้านชาวเขาเผ่าอื่น ๆ จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยวจึงสามารถทราบแนว

ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวได้โดยปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อน จัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ และมีความเป็นมาตรฐาน กำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านและการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวนั้นสามารถจัดเป็นรายการนำเที่ยวโดยชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและวิเคราะห์ร่วมกันจนได้รายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสมเป็นที่ยอมรับของคนในหมู่บ้านและสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างแท้จริง รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pamela Sy Ho, School of Hotel and Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University. กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรม ต้องสร้างความสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวและการจัดการด้านมรดกทางวัฒนธรรม การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องให้ความสำคัญในเรื่องการเข้าใจถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมมือพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว จังหวัดควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น พนักงานต้อนรับ มัคคุเทศก์ พนักงานบริการด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็น ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์ในการจัดงานระดับโลก/ภูมิภาค เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งแผนงานตลาดจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความพยายามของบุคลากรในองค์กรทุกคนและเพื่อใช้กำหนดลู่ทางในการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอะไรและเมื่อไหร่ แล้วจะใช้ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นให้ได้ ได้รับความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามที่กำหนดได้อย่างไร (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 129) โดย (1) กำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นไปทิศทางที่ยั่งยืน (2) การสร้างระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่สถานที่ท่องเที่ยว (3) การประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด (4) การจัดตั้งองค์กรกลางเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัด (5) การระดมทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนายุทธวิธีด้านการตลาด (6) การยกระดับมาตรฐานรีสอร์ทที่พักให้สู่ระดับสากล (7) สร้างตราสินค้าให้กับการตลาดของจังหวัด (8) สร้างเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย (9) สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในทุก ๆ กลุ่มการท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับงานวิจัย Luk (1997) ได้ทำการศึกษาเรื่อง An Examination of The Role of Marketing Culture in Service Quality ซึ่งในการวิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างภายในประเทศฮ่องกง เป็น 2 กลุ่มคือ พนักงานบริษัทนำเที่ยวและลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาจากการเดินทางพบว่า บริษัทนำเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการบริหารงานจะให้ความสำคัญกับการเข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้า และการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัทนำเที่ยว โดยฝึกฝนพนักงานให้สร้างความใกล้ชิดกับลูกค้าให้มากที่สุด การสังเกตวัฒนธรรม บุคลิกลักษณะเด่นของลูกค้า เพื่อนำมาประยุกต์ในการสร้าง

มาตรฐานในการบริการ ให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด พนักงานต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ พนักงานต้องสามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี โดยในการจัดการโปรแกรมนำเที่ยวต้องใส่ใจในคุณภาพ การบริการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ การสื่อสารที่ดี ความสามารถในการตอบคำถาม และการตอบสนองของลูกค้าได้ตลอดเวลา เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการเป็นหลัก

ยุทธวิธีที่ 2.4 การประสานงานสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาความเข้มแข็งในกับหน่วยงานการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวจะมีรายได้ต้องเกิดจากการได้รับการพัฒนา รวมถึงการรวมกลุ่มของคนในองค์กรเพื่อสร้างกลุ่มในการนำเสนอสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และองค์กรขาดความรู้ด้านการจัดการ ภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวการพัฒนาไกลในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางในการบูรณาการการทำงานร่วมกันกำหนดภารกิจ โดย (1) เริ่มด้วยการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ (2) การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและร่วมอนุรักษ์ทรัพยากร (3) การจัดให้มีการรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว และ (4) การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านบริหารภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่น ประกอบด้วย ยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการรักษาระบบนิเวศวิทยา วัฒนธรรม และประเพณี ยุทธวิธีที่ 3.2 การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น ยุทธวิธีที่ 3.3 การสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 3.4 การใช้ทรัพยากร และการดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ยุทธวิธีที่ 3.5 การให้บริการที่ดี และการรักษาความปลอดภัย

ยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการรักษาระบบนิเวศวิทยา วัฒนธรรม และประเพณี ขออภิปรายว่า โดยยุทธวิธีนี้เป็นการอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงการรักษา ระบบนิเวศวิทยาอีกด้วย ดังนั้น จังหวัดควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว โดย (1) ควรมีการจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิม (2) จัดให้มีการอนุรักษ์การแสดงละเล่นพื้นบ้าน (3) จัดตั้งศูนย์ฝึกอาชีพภูมิปัญญา ด้านการประกอบอาชีพ (4) จัดให้มีการสืบทอดวิถีชีวิตของท้องถิ่น (5) อนุรักษ์วิถีชีวิตและอาหารพื้นเมือง สุดท้ายคือ (6) มีการจัดถนนแห่งการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศมา ณ ระนอง (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยชุมชนท้องถิ่น: ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวง ในเรื่องของกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มีหน้าที่หลักในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนให้มีความอุดมสมบูรณ์ และควบคุมการใช้ทรัพยากรของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมไปถึงการปลูกจิตสำนึกให้คนภายในชุมชนรู้คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ ดูแลเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวง และกลุ่มตัวอย่างความคาดหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน การทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ความรู้สึกรักชุมชนเพิ่มขึ้น เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง ส่วนเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้คือ การมีส่วนร่วมในการประชุม มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ยุทธวิธีที่ 3.2 การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เพื่อให้การจัดการ ระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นมาตรฐานโดยการมีส่วนร่วมให้การพัฒนาท้องถิ่นเป็นไปอย่างมีประโยชน์ได้โดยเริ่มตั้งแต่ให้ทุกภาคส่วนขององค์กรท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น อีกทั้งการให้องค์กรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงอนุรักษ์ เนื่องจากคนในองค์กรย่อมรู้จักองค์กรของตนเองดี รวมถึงการจัดการแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องมีการจัดการอย่างมีระบบ รวมถึงการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเอาไว้ โดยมีการส่งเสริมให้มีการสืบสานและสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กรไว้ อีกทั้งท้องถิ่นควรมี ส่วนร่วมในการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการจัดระบบในการอนุรักษ์ โดยการปลูกจิตสำนึกให้กับคนในชุมชนรวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัด นครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับงาน วิจัยของ ศมา ณ ระนอง (2545) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการ ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น; ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวงมี 3 ลักษณะ คือ 1) กลุ่มทุน ที่เปิดให้สมาชิกกู้ยืมเงินนำไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการจัดสวัสดิการในส่วนของการรักษาพยาบาล การศึกษา และการพัฒนาชุมชนด้วย 2) กลุ่มอาชีพ ที่ให้การส่งเสริมอาชีพให้สมาชิกภายในชุมชนมีอาชีพเสริม นอกจากทำเกษตรเพียงอย่างเดียว เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชน กลุ่มอาชีพเองเป็นเสมือนแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งภายในชุมชนด้วย และ 3) กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน ให้มีความอุดมสมบูรณ์ และควบคุมการใช้ทรัพยากรของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมไปถึงการปลูกจิตสำนึกให้คนภายในชุมชนรู้คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ เป็นกลุ่มดูแลเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวงด้วย และกลุ่มตัวอย่างความคาดหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์

พื้นบ้าน การทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ความรู้สึกรักชุมชนเพิ่มขึ้น เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง ส่วนเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้ คือ การมีส่วนร่วมในการประชุม มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ยุทธวิธีที่ 3.3 การสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว ขออภิปรายว่าการปลูกจิตสำนึกและการพัฒนาจิตสำนึก จิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ขออภิปรายว่า การพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางที่จะอนุรักษ์ไว้ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้คงความสมบูรณ์สืบไปยังบุคคลรุ่นหลัง โดยการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายโดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) และเพื่อป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนให้มีคุณธรรม ความรู้ ทำให้เกิดภูมิคุ้มกัน โดยพัฒนาจิตใจควบคู่กับการพัฒนาการเรียนรู้ของคนทุกกลุ่มทุกวัยตลอดชีวิต เริ่มตั้งแต่วัยเด็กให้มีความรู้พื้นฐานเข้มแข็ง มีทักษะชีวิต พัฒนาสมรรถนะ ทักษะของกำลังแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการ พร้อมก้าวสู่โลกของการทำงานและการแข่งขันอย่างมีคุณภาพ สร้างและพัฒนากำลังคนให้มีเป็นเลิศ โดยเฉพาะในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์ความรู้ ส่งเสริมให้คนไทยเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตจัดการองค์ความรู้ทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้สมัยใหม่ตั้งแต่ระดับองค์กรถึงระดับประเทศสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยการปลูกจิตสำนึก (1) ควรจะมีจิตให้มีการอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม (2) การจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์และพิทักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัด (3) จัดการอบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่วนการพัฒนาจิตเจ้านั้นควรมี (1) อบรมฝึกปฏิบัติและพัฒนาจิตใจตามแนวพระพุทธศาสนา (2) การอบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (3) การอบรมความรู้เรื่องศาสนาและวัฒนธรรมสำหรับเยาวชน และ (4) การอบรมภาวะผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม

ยุทธวิธีที่ 3.4 การใช้ทรัพยากร และการดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน เป็นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นว่ายุทธวิธีดังกล่าวจะมีประสิทธิผลสูงสุด หากได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในท้องถิ่นการมีส่วนร่วมขององค์กรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากของการพัฒนาที่ยั่งยืน และเป็นส่วนที่ช่วยผลักดันให้การพัฒนาที่ยั่งยืนประสบความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้

จากการท่องเที่ยวในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีความเสื่อมโทรม ยุทธศาสตร์นี้จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่าง มีทิศทาง ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชาติ โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์มากเกินไปการกำหนด มาตรการในการแก้ไขกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถ เพื่อรองรับ ศักยภาพในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จจึง ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมขององค์กรเป็นหลักสำคัญ โดยส่วนสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ ต้องให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้าร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการ ตั้งแต่การมีส่วนร่วมคิด ร่วม ตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบในผลการพัฒนาที่เกิดขึ้น และร่วมได้รับผลประโยชน์ต่อการดำรง ชีวิตทางเศรษฐกิจและสังคม จะทำให้ประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และแสดงออกในรูปของการตัดสินใจ ในการกำหนดชีวิตและอนาคตของตน การที่ประชาชนหรือองค์กรพัฒนาขีดความสามารถของตนใน การควบคุมการใช้ และกระจายทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตทางเศรษฐกิจ และ สังคม จะทำให้ประชาชนได้พัฒนาการรับรู้ และแสดงออกในรูปของการตัดสินใจในการกำหนดชีวิต ของคน (ทวิทอง หงส์วิวัฒน์, 2527) โดยการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่ง ท่องเที่ยวสามารถทำได้ดังนี้ (1) การใช้พลังแสงอาทิตย์ในแหล่งท่องเที่ยว (2) การจัดการและฟื้นฟู บริเวณพื้นที่ป่าและบริเวณอุทยาน (3) บูรณะโบราณสถาน โบราณวัตถุ (4) มีการจัดการกับขยะใน แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำ (5) การจัดการคุณภาพของอากาศ และเสียงในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 3.5 การให้บริการที่ดีและการรักษาความปลอดภัย ยุทธวิธีนี้เป็นการให้บริการที่ดี รวมถึงการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ขออภิปรายว่า จังหวัดควรมีนโยบายในการพัฒนา บุคลากรในเรื่องของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น พนักงานต้อนรับ มัคคุเทศก์ พนักงานบริการ ด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็น ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมถึง การรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจสูงสุดเมื่อเดินทางมา ท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมา เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่น และส่งเสริมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของ ประเทศ สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการดำเนิน การตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์ในการจัดงานระดับโลก/ภูมิภาคเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่ง แผนงานตลาดจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความพยายามของบุคลากรในองค์กรทุกคนและ เพื่อใช้กำหนดคู่ทางในการพัฒนาสินค้า การท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยมี การดำเนินกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต้องการสินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยวอะไรและเมื่อไหร่ แล้วจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในการตอบ สอนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นให้ได้รับความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ของ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามที่กำหนดได้อย่างไร (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) โดย (1) กำหนดนโยบาย การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นไปทิศทางที่ยั่งยืน (2) การสร้างระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่สถานที่ท่องเที่ยว (3) การประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด (4) การจัดตั้งองค์กรกลางเพื่อ บริหารจัดการการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัด (5) การระดมทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนายุทธวิธี ด้านการตลาด (6) การยกระดับมาตรฐานรีสอร์ท ที่พักให้สู่ระดับสากล (7) สร้างตราสินค้าให้กับ การตลาดของจังหวัด (8) สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย (9) สร้างกิจกรรม การท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในทุก ๆ กลุ่ม การท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับงานวิจัย Luk (1997) ได้ทำการศึกษาเรื่อง An Examination of The Role of Marketing Culture in Service Quality ซึ่งในการวิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่าง ภายในประเทศออกเป็น 2 กลุ่มคือ พนักงานบริษัทนำเที่ยวและลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเดินทาง กลับมาจากการเดินทาง พบว่า บริษัทนำเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการบริหาร งานจะให้ความสำคัญกับการเข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้า และการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัทนำ เที่ยว โดยฝึกฝนพนักงานให้สร้างความใกล้ชิดกับลูกค้าให้มากที่สุด การสังเกตวัฒนธรรม บุคลิก ลักษณะเด่นของลูกค้า เพื่อนำมาประยุกต์ในการสร้างมาตรฐานในการบริการ ให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด พนักงานต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ พนักงานต้องสามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี โดยใน การจัดการโปรแกรมนำเที่ยวต้องใส่ใจในคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ การสื่อสารที่ดี ความสามารถในการตอบคำถาม และการตอบสนองลูกค้าได้ตลอดเวลา เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการเป็นหลัก

ยุทธวิธีที่ 4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและ องค์กรท้องถิ่น ประกอบไปด้วย 4 ยุทธวิธีด้วยกันคือ ยุทธวิธีที่ 4.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคม อนุรักษ์วัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและการปลูกจิตสำนึก ยุทธวิธีที่ 4.2 การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาองค์กร แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ยุทธวิธีที่ 4.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และยุทธวิธี ที่ 4.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ

ยุทธวิธีที่ 4.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคม อนุรักษ์วัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและ การปลูกจิตสำนึก ซึ่งประกอบไปด้วย 2 แนวทางดำเนินการด้วยกัน โดยแนวทางแรกเป็นการอนุรักษ์ และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ขออภิปรายว่า จังหวัดควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม เพื่อสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุก ฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดย ยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมี แนวทางที่ 2 คือ การปลูกจิตสำนึกและการพัฒนาจิตสำนึก จิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ขออภิปรายว่า การพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวเป็น สิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางที่จะอนุรักษ์ไว้ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติให้คงความสมบูรณ์สืบไปยังบุคคลรุ่นหลัง โดยการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์

ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายโดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) และเพื่อป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนให้มีคุณธรรม ความรู้ ทำให้เกิดภูมิคุ้มกัน โดยพัฒนาจิตใจ ควบคู่กับการพัฒนาการเรียนรู้ของคนทุกกลุ่มทุกวัยตลอดชีวิต เริ่มตั้งแต่วัยเด็กให้มีความรู้พื้นฐานเข้มแข็ง มีทักษะชีวิต พัฒนาสมรรถนะ ทักษะของกำลังแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการพร้อมก้าวสู่โลกของการทำงานและการแข่งขันอย่างมีคุณภาพ สร้างและพัฒนากำลังคนที่เป็นเลิศโดยเฉพาะในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์ความรู้ ส่งเสริมให้คนไทยเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตจัดการองค์ความรู้ทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้สมัยใหม่ ตั้งแต่ระดับองค์กรถึงประเทศสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

ยุทธวิธีที่ 4.2 การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาองค์กรแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ซึ่งมี 2 แนวทางดำเนินการด้วยกัน โดยประกอบด้วย แนวทางแรกเป็นเรื่องการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่องค์กรท้องถิ่น ซึ่งอาจทำได้โดยบริษัทนำเที่ยวจะเป็นผู้รวบรวมส่วนประกอบของสินค้าที่เป็นบริการต่าง ๆ จากผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ มารวบรวมทำเป็นรายการท่องเที่ยวเพื่อเสนอขายแก่ผู้ซื้อ โดยผู้จัดรายการจะต้องพิจารณาถึงคุณภาพของการบริการจากสถานประกอบการต่าง ๆ ต้องยึดหลักของการจําหน่ายเที่ยว คือนักท่องเที่ยวจะต้องได้กิน ได้เที่ยว ได้นอน และได้ซื้อของ ถือเป็นกระจายรายได้สู่องค์กร เป็นกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องครบวงจร ความพร้อมของภาคบริการและการท่องเที่ยว แม้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศ แต่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศประเทศไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและสปาที่มีมาตรฐานสูง บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีบทบาทมากขึ้นในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และส่งเสริมการลงทุนของไทยในต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ การปฏิรูปองค์กร การปรับปรุงกฎระเบียบ และพัฒนาระบบมาตรฐานในด้านต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิต โดย (1) การสร้างเว็บไซต์สินค้า OTOP ของจังหวัด เพื่อเป็นการเผยแพร่ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ (2) การเพิ่มมูลค่างานหัตถกรรมสินค้าพื้นเมืองเพื่อให้เป็นสินค้าส่งออก (3) จัดตั้งศูนย์สินค้าสมุนไพรในท้องถิ่น (4) จัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลธุรกิจขนาดกลางด้านที่พักและอาหาร (5) จัดตั้งศูนย์ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ได้จากท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

เพื่อการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดในด้านการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลให้ ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยลดลง โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ ได้แก่ ระบบโลจิสติกส์ที่ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานที่อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย แนวทางที่ 2 การสร้างเครือข่ายเพื่อ การสร้างความเข้มแข็งในองค์กร เนื่องจากการท่องเที่ยวจะมีรายได้ต้องเกิดจากการได้รับการพัฒนา รวมถึงการรวมกลุ่มของคนในองค์กรเพื่อสร้างกลุ่มในการนำเสนอสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของ ภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างขาดความเชื่อมโยงระหว่าง ท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และ การปกครอง ส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และองค์กรขาดความรู้ด้านการจัดการ ภูมิทัศน์ และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาโลก ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางในการบูรณาการการทำงาน ร่วมกันกำหนดภารกิจ โดย (1) เริ่มต้นด้วยการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบ บูรณาการ (2) การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและร่วมอนุรักษ์ทรัพยากร (3) การจัดทำให้มีการรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว และ (4) การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยว ชุมชนและโฮมสเตย์

ยุทธวิธีที่ 4.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประกอบไปด้วย 2 แนว ดำเนินการด้วยกันคือ แนวทางแรกเป็นเรื่องการใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ขอบิปรายว่า จังหวัดนครราชสีมาควรมีโครงการกำหนดพื้นที่ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยการพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน และแหล่ง ประวัติศาสตร์ การแบ่งพื้นที่เป็นเขต (Zoning) เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา เพื่อที่ นักท่องเที่ยวจะไม่เข้าไปในเขตพื้นที่ที่มีการอนุรักษ์ เพื่อพื้นที่ป่าจะได้คงความอุดมสมบูรณ์ตลอดไป และอีกโครงการที่สำคัญของจังหวัด คือ ควรมีการยกระดับการคมนาคมและการเข้าถึงแหล่ง การท่องเที่ยวสู่ระดับสากล ทั้งในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และกิจกรรมต่าง ๆ ควรมี การปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการคมนาคม และการปรับปรุง ซ่อมแซมถนนหนทางให้มีคุณภาพสามารถเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งจะ สอดคล้องกับแนวคิดของ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) กล่าวไว้ว่า การที่จะมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยม ชมทรัพยากรการท่องเที่ยวใด ๆ ก็ตาม ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมี เส้นทาง หรือเครือข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยง กันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียงซึ่งถ้าขาดเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแล้ว แม้ว่าแหล่ง ท่องเที่ยวจะมีความสวยงามประทับใจเพียงใดก็ตามย่อมจะไร้คุณค่าอย่างสิ้นเชิง เพราะไม่สามารถเดิน ทางเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรนั้นได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดในด้านการท่องเที่ยวที่อาจส่งผล

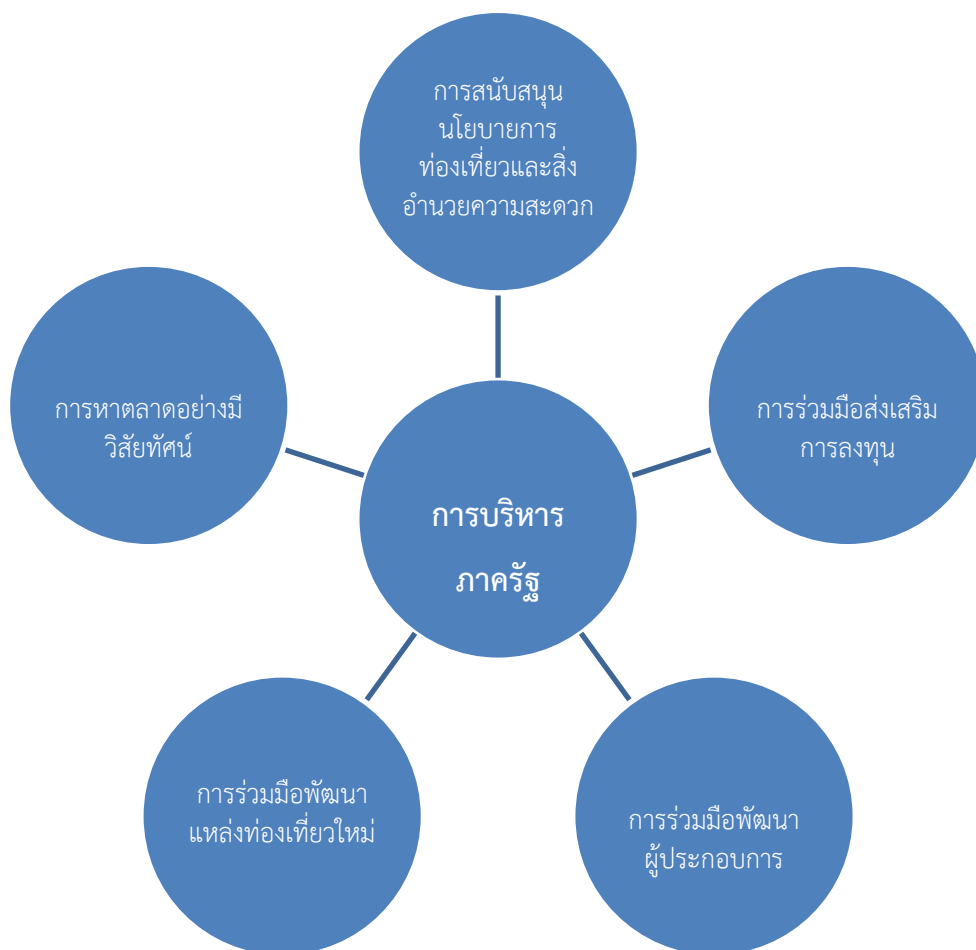
ให้ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยลดลง โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ ได้แก่ ระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยเริ่มจาก (1) การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงยุทธศาสตร์ของจังหวัด (2) การจัดการเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดให้สู่ระบบมาตรฐานสากล (3) จัดให้มีการปลูกป่าเพื่อเพิ่มโอโซนให้กับธรรมชาติ (4) การแบ่งพื้นที่เป็นเขต Zoning เพื่อใช้ในการท่องเที่ยว (5) กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัด และ (6) ปรับปรุงและพัฒนาระบบสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว แนวทางที่ 2 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นว่าแนวทางดังกล่าวจะมีประสิทธิผลสูงสุด หากได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมขององค์กรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากของการพัฒนาที่ยั่งยืน และเป็นส่วนที่ช่วยผลักดันให้การพัฒนาที่ยั่งยืนประสบความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยวในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีความเสื่อมโทรมยุทธศาสตร์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีทิศทาง ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชาติ โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์มากเกินไป การกำหนดมาตรการในการแก้ไขภาวะเบียด และข้อบังคับต่าง ๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถเพื่อรองรับศักยภาพในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนา การท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จจึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมขององค์กรเป็นหลักสำคัญ โดยส่วนสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนคือ ต้องให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้าร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการ ตั้งแต่การมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบในผลการพัฒนาที่เกิดขึ้น และร่วมได้รับผลประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตทางเศรษฐกิจและสังคม จะทำให้ประชาชนได้พัฒนาการรับรู้ และแสดงออกในรูปของการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตและอนาคตของตน การที่ประชาชนหรือองค์กรพัฒนาขีดความสามารถของตนในการควบคุมการใช้ และกระจายทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตทางเศรษฐกิจและสังคม จะทำให้ประชาชนได้พัฒนาการรับรู้ และแสดงออกในรูปของการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของคน (ทวิทอง หงส์วิวัฒน์, 2527) โดยการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวสามารถทำได้ดังนี้ (1) การใช้พลังแสงอาทิตย์ในแหล่งท่องเที่ยว (2) การจัดการและฟื้นฟูบริเวณพื้นที่ป่าและบริเวณอุทยาน (3) บูรณะโบราณสถาน โบราณวัตถุ (4) มีการจัดการกับขยะในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำ (5) การจัดการคุณภาพของอากาศและเสียงในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 4.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งมีแนวทางการดำเนินงาน 2 ด้าน ประกอบด้วย แนวทางที่ 1 การจัดการด้านการตลาด ขออภิปรายว่า ควรมีการวิจัยด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับจังหวัดนครราชสีมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้ได้รับความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดด้านการตลาด (Middleton, 1994 อ้างถึงใน

เอกสารโครงการส่งเสริมสนับสนุนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว, 2543) ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยวว่า เป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวและการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมการตลาด (Market Mix) เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมสอดคล้องกัน โดย (1) การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาด การท่องเที่ยวของจังหวัด (2) การจัดการส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและบริการท่องเที่ยวของจังหวัด (3) การสร้างฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและจังหวัดทำเว็บไซต์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัด (4) การวิจัยกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของจังหวัด (5) การสร้างจังหวัดให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค แนวทางที่ 2 การบริหารจัดการท่องเที่ยว ขออภิปรายว่า จังหวัดควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น พนักงานต้อนรับมัคคุเทศก์ พนักงานบริการด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็น ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์ในการจัดงานระดับโลก/ภูมิภาคเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งแผนงานตลาดจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความพยายามของบุคลากรในองค์กรทุกคนและเพื่อใช้กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอะไรและเมื่อไหร่ แล้วจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นให้ได้รับความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามที่กำหนดได้อย่างไร (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) โดย (1) กำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นไปทิศทางที่ยั่งยืน (2) การสร้างระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่สถานที่ท่องเที่ยว (3) การประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด (4) การจัดตั้งองค์กรกลางเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัด (5) การระดมทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด (6) การยกระดับมาตรฐานรีสอร์ท ที่พักให้สู่ระดับสากล (7) สร้างตราสินค้าให้กับการตลาดของจังหวัด (8) สร้างเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย (9) สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในทุก ๆ กลุ่มการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารภาครัฐแบ่งออกเป็น 5 ยุทธวิธี คือ

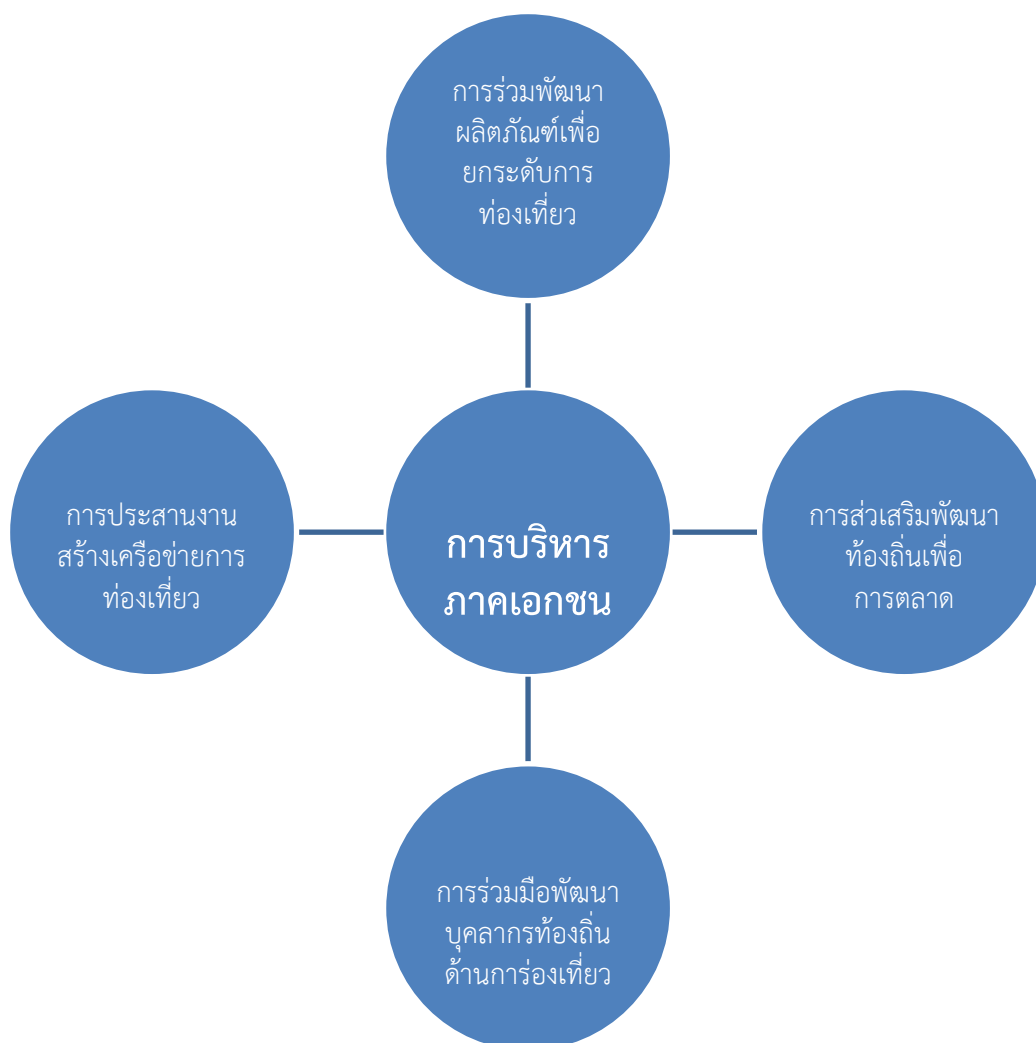
จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารภาครัฐ แบ่งเป็น 5 ยุทธวิธี โดยยุทธวิธีที่ 1.1 นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ยุทธวิธีที่ 1.2 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีที่ 1.3 การร่วมมือพัฒนาผู้ประกอบการ ยุทธวิธีที่ 1.4 การร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ยุทธวิธีที่ 1.5 การตลาดอย่างมีวิสัยทัศน์



ภาพที่ 5.1 แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารภาคเอกชน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารภาคเอกชน แบ่งเป็น 4 ยุทธวิธี โดยยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 2.2 การส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการตลาด ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมมือพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 2.4 การประสานงานสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว



ภาพที่ 5.2 แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารภาคเอกชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นแบ่งเป็น 5 ยุทธวิธี โดยยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการรักษาระบบนิเวศวิทยา วัฒนธรรม และประเพณี ยุทธวิธีที่ 3.2 การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น ยุทธวิธีที่ 3.3 การสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 3.4 การใช้ทรัพยากร และการดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ยุทธวิธีที่ 3.5 การให้บริการที่ดีและการรักษาความปลอดภัย



ภาพที่ 5.3 แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

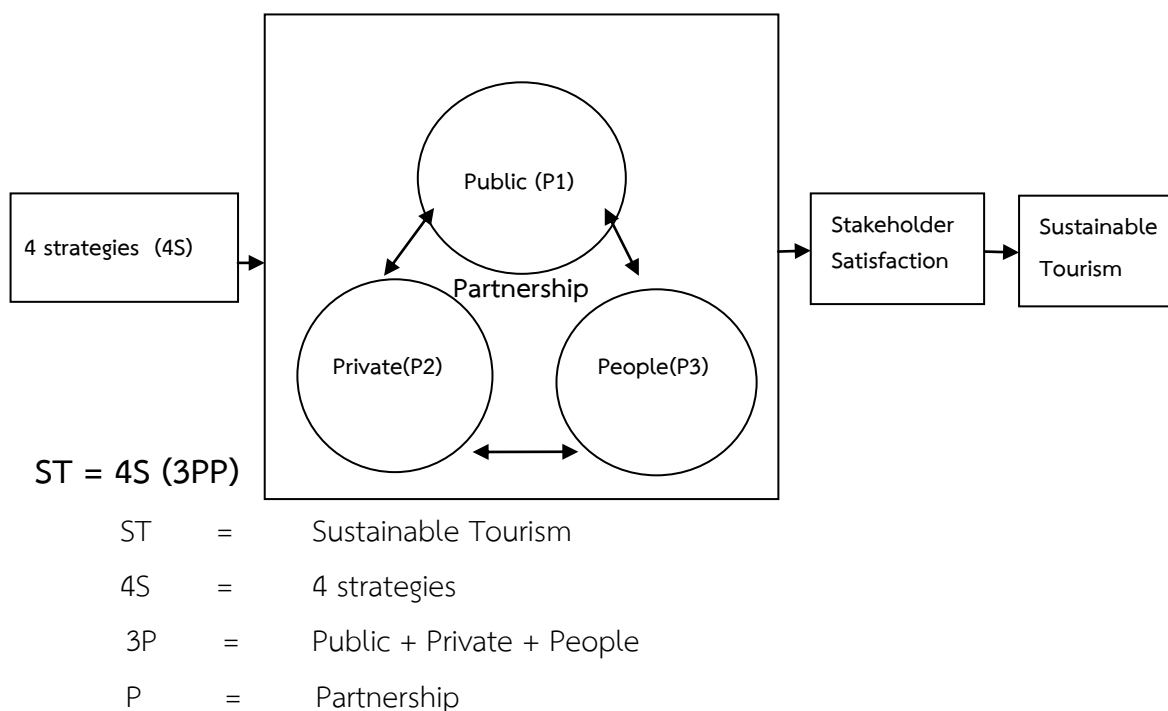
จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทำการสรุปจากยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์ที่ 2 และยุทธศาสตร์ที่ 3 จึงนำมาซึ่งยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งแบ่งเป็นยุทธวิธีต่าง ๆ ได้ดังนี้ ยุทธวิธีที่ 4.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคมอนุรักษ์วัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและการปลูกจิตสำนึก ยุทธวิธีที่ 4.2 การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาองค์กรแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ยุทธวิธีที่ 4.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ยุทธวิธีที่ 4.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ



ภาพที่ 5.4 แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

การสรุปการอภิปรายผลการวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา โดยนำข้อมูลในภาพรวมทั้งหมดมาเสนอเชิงบูรณาการ โดยเริ่มจากการกำหนดนโยบาย (Policy) ที่นำมาจากวิสัยทัศน์ซึ่งจะเป็นกรอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งจะสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) โดยบูรณาการแผนยุทธศาสตร์ (Strategy) หรือแผนงานหลัก (Plan) การบริหารภาครัฐ การบริหารภาคเอกชน การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้อง และให้ความสำคัญอย่างเท่าเทียมซึ่งกันและกัน ซึ่งสามารถนำมาสร้างตัวแบบ (Model) ใหม่ได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา
(Synthesis Model)



ภาพที่ 5.5 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา (Synthesis Mode)

จากภาพที่ 5.5 เป็นกรอบแนวคิดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา โดยแต่ละยุทธศาสตร์มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน

4 strategies (4S) หมายถึง ยุทธศาสตร์ทั้งสี่ด้าน ได้แก่ ยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ ยุทธศาสตร์การบริหาร ภาคเอกชน ยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรยุทธศาสตร์การร่วมมือภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

Public (P1) หมายถึง การบริหารภาครัฐ

Private (P2) หมายถึง การบริหารภาคเอกชน

People (P3) หมายถึง การบริหารภาคประชาชนและองค์กรปกครองท้องถิ่น

Partnership หมายถึง การร่วมมือแบบเป็นหุ้นส่วน

Stakeholder Satisfaction หมายถึง ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

Sustainable Tourism (ST) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอยุทธวิธีในการดำเนินการตามกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้ได้มาซึ่งผลสัมฤทธิ์สูงสุด ดังนี้

- ยุทธวิธีที่ 1 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
- ยุทธวิธีที่ 2 การปลูกจิตสำนึกและการพัฒนาจิตสำนึก
- ยุทธวิธีที่ 3 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่องค์กรท้องถิ่น
- ยุทธวิธีที่ 4 การสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างความเข้มแข็งในองค์กร
- ยุทธวิธีที่ 5 การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use)
- ยุทธวิธีที่ 6 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว
- ยุทธวิธีที่ 7 การจัดการด้านการตลาด
- ยุทธวิธีที่ 8 การบริหารจัดการท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ จากผลการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา พบว่า

1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรกำหนดแผนนโยบาย แผนงานและโครงการในยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาให้เป็นรูปธรรมและชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ โดยควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์หลักของการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา และมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อให้มีการไปวางแผน รวมถึงการดำเนินการประสานงาน อีกทั้งมีการกำกับดูแลและการติดตามผลงาน เพื่อประเมินผลงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการประเมินผลควรมีการแต่งตั้งคณะกรรมการที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อทำการประเมินรวมถึงติดตามในทุกขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อนำมาวิเคราะห์ปรับแก้ยุทธวิธีให้เหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์

2) ควรนำผลการวิจัยไปจัดทำประชาพิจารณ์ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อหาแนวทางในการวางแผนระยะยาว รวมถึงการตัดสินใจเรื่องของการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาในการเลือกและกำหนดยุทธศาสตร์ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาในการดำเนินงาน และเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม ซึ่งจะเป็นกลไกในการขับเคลื่อนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3) วิสัยทัศน์ที่มีความเหมาะสมที่สุด ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการในจังหวัดนครราชสีมา คือ จังหวัดนครราชสีมาจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมและโบราณสถาน เพื่อพัฒนาองค์กรแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ดังนั้น จังหวัดนครราชสีมาควรมีการให้ความสำคัญและส่งเสริมการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านวัฒนธรรมและโบราณสถานให้ชัดเจนขึ้น และ

มีระบบรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ รวมถึงโบราณสถานและวัฒนธรรมนั้นให้คงความสมบูรณ์มากที่สุด

4) ควรมีการให้ความสำคัญในด้านจุดอ่อนและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อหาแนวทางแก้ไขโดยการวางแผนบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดให้คงสภาพสมบูรณ์มากที่สุด

5) ควรอาศัยความร่วมมือและการเข้ามามีส่วนร่วมผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จากทุกภาคทุกส่วนเข้ามาระดมสมอง เพื่อหาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาวางแผนและปฏิบัติการ จึงจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

6) จากการทำการทบทวนวรรณกรรมทางทรัพยากรของจังหวัดนครราชสีมาพบว่า

6.1) ทรัพยากรธรรมชาติอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีปัญหาในเรื่องขาดสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งยังไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งบริการต่าง ๆ เช่น สถานที่พัก ร้านค้าองค์กร ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ ทั้งผลไม้ ของสด เป็นต้น ดังนั้น ควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าว พร้อมทั้งจัดตั้งกลุ่มองค์กรในพื้นที่ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่องค์กรอีกทางหนึ่ง อีกทั้งเพื่อให้ประชาชนในองค์กรร่วมมือกันในการดูแลอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติให้กับพื้นที่

6.2) แหล่งประวัติศาสตร์ไม้กลายเป็นหิน ซากช้างดึกดำบรรพ์ ดินด่านเกวียน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ดังนั้น ควรมีการประชาสัมพันธ์มากขึ้นให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหลักของจังหวัดต่อไป

7) ควรมีการวางแผนในการพัฒนาสินค้าและบริการ โดยการจัดทำมาตรฐานในของสินค้าและบริการให้มีมาตรฐานในระดับเดียวกัน เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด ซึ่งอาจทำการกำหนดมาตรฐานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรในท้องถิ่น รวมถึงจัดให้มีการอบรม เผยแพร่มาตรฐานของสินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย รวมถึงต้องมีการติดตามประเมินผลในการปฏิบัติว่าเป็นไปตามมาตรฐานที่วางไว้หรือไม่อย่างไร รวมถึงการหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขร่วมกัน

8) ภาครัฐควรมีการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขององค์กรในท้องถิ่นอย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดหาตลาดเพื่อกระจายสินค้า โดยอาจให้นักวิชาการเข้ามามีส่วนร่วมกับชาวชุมชนในองค์กร

9) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการนำผลที่ได้ไปปรับใช้จริงกับทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

10) ควรนำผลการวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ใช้จริงในการวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

11) ควรมีการวางแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว 10 ปี เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการกำหนดยุทธศาสตร์ และยุทธวิธีโดยให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเจาะลึกในส่วนของภาคเอกชน และภาคประชาชน ซึ่งถือเป็นผู้นำเสนอสินค้าและบริการในท้องถิ่น เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในท้องถิ่นโดยตรง และเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการในจังหวัดนครราชสีมาอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2) ควรมีการศึกษาถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นหลัก เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมามากที่สุด

3) ควรมีการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยว ในด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น โดยศึกษาถึงแหล่งในการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมามีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์ รวมถึงข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์อย่างขาดความครบถ้วนและไม่ครบทุกภาคส่วนของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งหากทำได้จะทำให้เกิดการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปอย่างทั่วถึง

4) ควรมีการศึกษาถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมามีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเชิงวัฒนธรรมเป็นจำนวนมากที่ควรอนุรักษ์ไว้ให้แก่คนรุ่นหลัง เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสืบไป

บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2550). ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2550 - 2554. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กล้า ทองขาว. (2548). ปัจจัยที่ส่งผลต่อขวัญของอาจารย์โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒบางแสน. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2544). แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2545). รายงานสถิติประจำปี 2545. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2546). การดำเนินเรื่อง ECOTOURISM ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- _____. (2547). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547 - 2551. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- _____. (2550). ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะ 5 ปี. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2551). สรุปแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2552. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2555). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2555 - 2559. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- _____. (2542). การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- กิ่งพร ทองใบ. (2547). กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กฤษมา สว่างพันธุ์. (2547). ความพร้อมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาชุมชนชาวเล เกาะลิเเห่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร มหาวิทยาลัยมหิดล.
- คณิง สายแก้ว. (2549). ข้อเสนอเชิงนโยบายการบริหารจัดการศึกษาปฐมวัยในจังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เฉลิมเผ่า อจละนันท์. (2547). รายงานการวิจัยเรื่องความพร้อมและความคาดหวังของประชาชนต่อการปฏิรูปอุดมศึกษาไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชลธร ทิพย์สุวรรณ. (2548). การศึกษาวิเคราะห์เพื่อจัดสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาหมู่บ้านมั่งผานกกก ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2547). **สำนักสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. สืบค้นจาก <http://www.stou.ac.th>.
- ทวีชัย บุญเติม. (2540). **การพัฒนาการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นสำหรับพุทธศักราช 2550**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). **บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนรัชต์ แจ็งสุวรรณ. (2540). **การนำนโยบายการพัฒนาสิ่งแวดล้อมไปปฏิบัติ: ศึกษาเฉพาะกรณีนโยบายรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นริศรา นงนุช. (2544). **รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุมณี. (2536). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- บุญจง ขาวสิทธิวงษ์. (2541). **การสอนกฎหมายสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ เย็นคงคา และคนอื่น ๆ. (2549). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: BK การพิมพ์.
- พจนา สวนศรี. (2546). **คู่มือการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พนิตดา สิงห์ครา. (2544). **ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์บ้านฮ้วยฮี ตำบลปูลึง อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน**. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พระธรรมปิฎก. (2539). **ธรรมกับการศึกษาไทย**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพุทธธรรม.
- _____. (2546). **พุทธธรรม ฉบับปรับปรุงและขยายความ: มัชฌิมธรรมเทศนา/มัชฌิมาปฏิปทา หรือ กฎธรรมชาติและคุณค่าสำหรับชีวิต**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พสุ เดชะรินทร์. (2546). **Balance Scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูรย์ พงศะบุตร. (2536). **คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษาต่อเนื่อง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนัส สุวรรณ. (2544). **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว (ฉบับสมบูรณ์)**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). **หลักการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**. สืบค้นจาก <http://www.stou.ac.th>.
- วรเดช จันทรศร. (2540). **การนำนโยบายไปปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: กราฟฟิคฟอร์แมท (ไทยแลนด์).
- วรรณมา ศิลปอาษา. (2547). **การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. สืบค้นจาก <http://www.stou.ac.th>.
- วัฒนา พัฒนพงศ์. (2546). **BSC และ KPI เพื่อการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: วีเอส.
- วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์. (2542). **การวางแผนกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2546). **การบริหารการศึกษา : นโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการบรรลุผล**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ์.
- ศมา ณ ระนอง. (2545). **การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช**. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภชัย ยาวะประภาส. (2540). **นโยบายสาธารณะ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภชัย สมน้อย. (2542). **การนำนโยบายการควบคุมและป้องกันโรคพิษสุนัขบ้าไปปฏิบัติ: ศึกษาเฉพาะกรณีกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศุภลักษณ์ วิริยะสุน. (2547). **การนำเสนอวาระปฏิบัติเพื่อพัฒนาวัฒนธรรมองค์การของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานีเป็นเลิศในการปฏิบัติงานในฐานะสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการอุดมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2535). **การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะพีพี**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- _____. (2542). **การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อการรักษาระบบนิเวศ**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- _____. (2542). **รายงานผลการดำเนินงานขั้นสุดท้าย การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2546). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- สมบัติ ชำรงธัญวงศ์. (2545). **นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ**. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- สมศักดิ์ เตชะเอราวัณ. (2544). **การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาบ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สำนักงาน ก.พ.ร. (2547). **ร่างแนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการสำหรับผู้ว่าราชการจังหวัด CEO**. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาระบบราชการ.
- สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. (2544). **PBB การวางแผนงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน...จากแนวคิดสู่แนวปฏิบัติระดับสถานศึกษา**. กรุงเทพฯ: การศึกษา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2539). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540- 2544)**. สืบค้นจาก <http://www.nesdb.go.th>.
- _____. (2544). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545- 2549)**. สืบค้นจาก www.nesdb.go.th.
- _____. (2549). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550- 2554)**. สืบค้นจาก <http://www.nesdb.go.th>.
- _____. (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559)**. สืบค้นจาก <http://www.nesdb.go.th>.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2549). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา. (2550). **สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา**. กรุงเทพฯ: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- สุดใจ ทูลพานิชย์กิจ. (2547). **หลักการพัฒนาเศรษฐกิจ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพัตรา กลับดี. (2545). **การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุภาณี ไถทองคำ. (2543). **นโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุภาภรณ์ หาญทอง. (2543). **ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง**. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุรชาติ บำรุงสุข. (2537, สิงหาคม 12). **ยุทธศาสตร์คืออะไร**. *มติชนสุดสัปดาห์*. หน้า 31-32.
- สุวิชัย สุภรานนท์. (2549). **ยุทธศาสตร์การแข่งขัน**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เสนาะ ตีเยาว์. (2546). **การบริหารกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ธรรมศาสตร์.
- เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่น ๆ. (2547). **โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2547). **การบริหารกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ธรรมศาสตร์.
- อรพิน สันติธีรากุล และคนอื่น ๆ. (2549). **การปรับปรุงแผนการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 15 จังหวัดภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อุดร วงษ์ทับทิมและคณะ. (2545). **ชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมชุมชนตำบลแม่ฮี้ อำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- อุทิศ ขาวเขียว. (2549). **การวางแผนยุทธศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุษาวดี พลพิพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย. **จตุรัสการท่องเที่ยว**. 21,(4): 38-48.
- เอกพงศ์ ไชคำ. (2552). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาสวนเฉลิมพระเกียรติราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เอมอร หนูทับ. (2553). **การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการในจังหวัดนครราชสีมา**. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Butler, R.W. (1980). **The Concept of a Tourist Area Cycle of Evaluation : Implications for Management of Resources, Canadian Geographer**.
- Butler, S. C., & Peter, J. P. (1991). **Strategic Management: Concept and Applications**. New York: Mc Graw-Hill.
- _____. (1991). **Strategic Management: Concept and Applications**. 2nd ed. New York: Mc Graw-Hill.
- Certo, S. C., & Peter, J. P. (1991). **Strategic Management : concept and Applications**. New York : Mc Graw-Hill.
- Chander, A. D. (1962). **Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise**. Cambridge: M.I.T. Press.
- Clement, H. G. (1961). **The Future of Tourism in the Pacific and Far East**. Washington: Cheechi & Co.
- David, F.R. (2000). **Strategic management: Concept and Case**. 8th ed. New York: Prentice hall, Inc.
- Elmore, R. (1977). **Technique of Attitude Scale Construction**. New York: Appleton Century Crofts.
- Josen, R.W. (1986). The Environment Context for Postsecondary Education. **New Directions for Institutions Research**. 52 (Winter): 5 – 19.
- Keller, G. (1983). **Academic Strategy : Baltimore: The John Hopkins University Press**. Lillinois: University of Illinois at Ubanan-Champaign.
- Klenosky, D. B. (1998). Travel agents' destinations. **Annals of Tournism Research**. 25(3): 661-674.
- Lam, T. & Zhang, H. Q. (1999). Service quality of travel agents: the case of travel agents in Hong Kong. **Tournism Management**. 20(4): 341–349.
- Luk, T.K. (1997). An examination of the role of marketing culture in service quality. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. 9(1): 13 – 20.

- McCarthy, D.J., Minichiello, R.J. & Curran, J.R. (1987). **Business Policy and Strategy: Concepts and Readings**. Illinois: Irwin.
- Mintzberg, H. (1994). The Fall and Rise of Strategic Planning. **Harvard Business Review**. 1(2): 107-114.
- Morison, J. L., Renfro, W. L., & Boucher, W. I. (1987). **Future Research and the strategic planning process: Implementations for Higher Education**. Washington: ASHE.
- Murphy, P. E. (1994). Tourism and Sustainable Development. **Global Tourism: The Next Decade**. Oxford: Butterwoth-Hwinemann.
- Plog, S. C. (1973). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. 4(2): 13-16.
- _____. (1974). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. **The Cornell Hotel and Restaurant Administrative Quarterly**. 14(5): 55-58.
- Rogers, A., & Slinn, J. (1993). **Tourism : Management of Facilities**. Singapore: Longman Group UK.
- Smith, T. E., Dowdy, C. A., Pollowan, E. A., & Blalock, G. E. (1997). **Children and Adults with Learning Disabilities**. Boston: Allyn & Bacon.
- Swarbrooke, J., & Susan, H. (1998). **Consumer Behavior in Tourism**. Great Britain : Butterworth-Heinemann.
- World Tourism Organization. (1998). **Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism**. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- _____. (2003). **World Tourism Trends and Forecasts**. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- _____. (2003). **Tourism 2020 Vision**. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
พระบรมราชูปถัมภ์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง

ให้ผู้เชี่ยวชาญเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความเหมาะสมหลังข้อความที่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาตามเกณฑ์ ดังนี้

กา ✓ ในช่อง +1 ถ้าท่านแน่ใจว่าข้อความหรือข้อความนั้นใช้ได้แล้ว

กา ✓ ในช่อง 0 ถ้าท่านไม่แน่ใจว่าข้อความหรือข้อความนั้นใช้ได้แล้ว

กา ✓ ในช่อง -1 ถ้าท่านแน่ใจว่าข้อความหรือข้อความนั้นไม่ตรงเนื้อหาและกรรณา

เสนอแนะ

ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวใน จ.นครราชสีมา

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	\bar{X}	S.D.
		1	2	3	4	5			
1	ปัจจัยการบริหารภาครัฐ มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
2	มีความสะดวกในการเดินทางไปยัง แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	1	1	0	0	1	3	0.60	0.55
3	สามารถหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของ จ.นครราชสีมาได้โดยสะดวก	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
4	มีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย เมื่อมา ท่องเที่ยวใน จ.นครราชสีมา	0	1	0	1	1	3	0.60	0.55
5	มีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เช่น เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสาร	1	1	0	1	1	4	0.80	0.45
6	กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของแหล่ง ท่องเที่ยว มีความยืดหยุ่นและอำนวยความสะดวก สะดวกต่อนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
7	รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างชัดเจน	1	1	0	0	1	3	0.60	0.55
8	มีการส่งเสริมการลงทุนในด้าน การท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
9	ผู้ประกอบการมีมาตรฐานใน การให้บริการสูง	0	0	1	1	1	3	0.60	0.55

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	\bar{X}	S.D.
		1	2	3	4	5			
10	มีการส่งเสริมการทัศนศึกษา ศึกษาน ใน จ.นครราชสีมา	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
11	มีการจัดมาตรฐานการให้บริการกับ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น	0	0	1	1	1	3	0.60	0.55
12	มีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรม การท่องเที่ยวในเทศกาลต่างๆ	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
13	มีการพัฒนาและเปิดแหล่งท่องเที่ยว ใหม่	0	0	1	1	1	3	0.60	0.55
14	มีการให้ข้อมูลข่าวสารของแหล่ง ท่องเที่ยวใหม่	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
15	มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ใหม่อย่างต่อเนื่อง	1	1	0	1	0	3	0.60	0.55
16	แนวโน้มของการท่องเที่ยวในจังหวัด นครราชสีมา จะมีการพัฒนามากยิ่งขึ้น	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
17	ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน สถานประกอบการมีความร่มรื่น สวยงาม	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
18	สถานประกอบการมีความสะอาดเป็น ระเบียบ เรียบร้อย	0	0	1	1	1	3	0.60	0.55
19	สถานประกอบการมีความแข็งแรง ปลอดภัย	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
20	มีร้านค้าให้บริการอย่างเพียงพอ	1	1	0	1	1	4	0.80	0.45
21	มีการจัดการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
22	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของชุมชนท้องถิ่น มีความหลากหลายหลายรูปแบบ	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
23	มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ เช่น เดินป่า,ชมธรรมชาติ,น้ำเที่ยว ชุมชน,ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
24	มีร้านอาหารให้บริการอย่างเพียงพอ	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	\bar{X}	S.D.
		1	2	3	4	5			
25	มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการ ท่องเที่ยวของภาคประชาชนและ องค์กรท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว	1	1	0	1	1	4	0.80	0.45
26	สถานที่เข้าพักมีความปลอดภัย	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
27	มีการรักษาระบบนิเวศวิทยาของ สถานที่ท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
28	มีการจ้างงานบุคลากรในท้องถิ่น	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
29	มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชุมชน	1	0	1	1	0	4	0.60	0.45
30	มีการแนะนำที่พักและสถานที่ท่องเที่ยว อื่นๆ ในลักษณะเครือข่ายการท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
31	การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของเจ้าหน้าที่ หรือพนักงานเป็นไปอย่างถูกต้อง ชัดเจน	0	0	1	1	1	3	0.60	0.55
32	ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและ องค์กรท้องถิ่น ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วม ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
33	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการ รักษาระบบนิเวศวิทยาวัฒนธรรม และ ประเพณี	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
34	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	1	1	0	1	1	4	0.80	0.45
35	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการ สร้างจิตสำนึกในการปกป้องแหล่ง ท่องเที่ยว	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
36	เจ้าหน้าที่ในชุมชนท้องถิ่นมีการให้ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ ท่องเที่ยว	1	1	0	1	1	4	0.80	0.45
37	บุคลากรในท้องถิ่นมีจิตอาสาใน การ ให้บริการช่วยเหลือ	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
38	มีระบบการปกป้องระบบนิเวศวิทยา ของแหล่งท่องเที่ยว	1	1	0	1	1	4	0.80	0.45

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	\bar{X}	S.D.
		1	2	3	4	5			
39	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีอัตราศรัทธาไม่ตรี เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
40	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น เดินป่า, ล่องแก่ง และชมธรรมชาติ ในพื้นที่ของตัวเอง	0	0	1	1	1	3	0.60	0.55
41	มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
42	มีการประสานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น	1	1	0	1	1	4	0.80	0.45
43	มีการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น งานประเพณี และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้ดีขึ้น	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
44	มีการรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
45	รูปแบบการท่องเที่ยวของจ. นครราชสีมา สามารถดำรงคุณค่าและเป็นประโยชน์อย่างยาวนาน	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
46	มีข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยวโดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	0	0	1	1	1	3	0.60	0.55
47	มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเกษตร เพื่อส่งเสริมรายได้ให้ชุมชน (เช่นงานน้อยหน้า เป็นต้น)	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00
48	มีการเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	0.00

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	\bar{X}	S.D.
		1	2	3	4	5			
49	มีการประสานงานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชน ท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง	1	1	1	1	0	4	0.80	0.45
50	มีการตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่ในแนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย	0	1	0	1	1	3	0.60	0.55

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ด้านปัจจัยการบริหารภาครัฐ

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	15

ด้านปัจจัยการบริหารภาคเอกชน

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	13

รวมในพระบรมราชูปถัมภ์

ด้านปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	13

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือ

- | | |
|---|---|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา ความคุ่นเคย | คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภดล พูลสวัสดิ์ | ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| 3. อาจารย์ ดร.ภิกษุศักดิ์ กัลยาณมิตร | อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
จังหวัดปทุมธานี |
| 4. นาวาอากาศเอก ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.สรายุทธ กันหลง | โรงเรียนนายเรืออากาศ |
| 5. อาจารย์ ดร.อิทธิวัตร ศรีสมบัติ | รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการ
การศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

แบบสอบถาม 1 (สำหรับนักท่องเที่ยง)
เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

.....

คำชี้แจง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา และศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา โดยนำเสนอข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อหากรอบแนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา แบบสอบถามนี้มีจำนวน 1 ฉบับ จำนวน 8 หน้า แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจ.นครราชสีมา

โปรดกรอกแบบสอบถามตามที่ได้ระบุไว้ในแต่ละตอนให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริงให้มากที่สุด เพราะข้อมูลที่ถูกต้องตามความเป็นจริงจะช่วยให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลที่ระบุไว้ในแบบสอบถามทั้งหมดนี้ถือเป็นความลับ และนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น และขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อการวิจัยของผู้วิจัยในครั้งนี้

นายภูมิชัย มั่งเรืองสกุล

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ

ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 13180

99 หมู่ 17 ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 30130

08 1847 3516 Fax 0 4499 3784

e-mail Toi.Phomechai@gmail.com

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ตามความเป็นจริง

1. เพศ
 1. ชาย
 2. หญิง
2. อายุ ปี
3. ภูมิลำเนาของท่าน
 1. ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
 2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน)
 3. ภาคกลาง
 4. ภาคเหนือ
 5. ภาคใต้
 6. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. ศาสนา
 1. พุทธ
 2. คริสต์
 3. อิสลาม
 4. ฮินดู
 5. อื่นๆ ระบุ
5. ระดับการศึกษา
 1. ประถมศึกษา
 2. มัธยมศึกษา
 3. ประกาศนียบัตรวิชาชีพ
 4. ปริญญาตรี
 5. สูงกว่าปริญญาตรี
6. อาชีพ
 1. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
 2. ข้าราชการ
 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 4. พนักงานบริษัทเอกชน
 5. ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว

6. อื่นๆ (ระบุ)
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน บาท
8. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของท่านส่วนใหญ่
1. มาคนเดียว
 2. มากับครอบครัว /ญาติ
 3. มากับเพื่อน
 3. มากับแฟน
 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)
9. ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาจังหวัดนครราชสีมาโดยวิธี
1. รถไฟ
 2. รถยนต์ส่วนตัว
 3. รถยนต์โดยสารประจำทาง
 4. รถจักรยานยนต์
 5. เครื่องบิน
 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)
10. การมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาของท่านส่วนใหญ่เป็นลักษณะใด
1. ไปเช้าเย็นกลับ
 2. พักค้างคืน (ระบุ)..... คืน
11. จำนวนครั้งต่อปีที่ท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา
1. 1-3 ครั้ง
 2. 4-6 ครั้ง
 3. 7-9 ครั้ง
 4. 10 ครั้งขึ้นไป
12. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาต่อครั้งประมาณ บาท

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางพฤติกรรมศาสตร์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวใน
จ.นครราชสีมา

1. ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด 3 ลำดับแรก
ระบุหมายเลขกำกับ
- | | |
|---------|----------|
| () | 1. น้ำตก |
| () | 2. ถ้ำ |
| () | 3. ภูเขา |

- () 4. อุทยานแห่งชาติ
- () 5. เขื่อน
- () 6. สวนผสม
- () 7. ป่าไม้
- () 8. เศรษฐกิจชุมชน
- () 9. เขตรักษาพันธุ์สัตว์
- () 10. อื่นๆ ระบุ
2. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด 3 ลำดับแรก ระบุหมายเลขกำกับ
- () 1. อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
- () 2. น้ำตกมวกเหล็ก
- () 3. อ่างเก็บน้ำลำตะคอง
- () 4. สวนสัตว์นครราชสีมา
- () 5. ฟาร์มโชคชัย
- () 6. บ้านด่านเกวียน
- () 7. ปราสาทหินพิมาย
- () 8. อุทยานไม้กลายเป็นหิน
- () 9. อื่นๆ ระบุ
3. กิจกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด
- () 1. เดินป่า / ส่องสัตว์ / ดูนก
- () 2. พักแรมวิถีชาวบ้าน (โฮมสเตย์)
- () 3. เที่ยวน้ำตก
- () 4. เล่นกีฬา เช่น ติกอล์ฟ
- () 5. อื่นๆ ระบุ
4. ฤดูใดที่ท่านท่านชื่นชอบมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมามากที่สุด
- () 1. ฤดูหนาว (พ.ย. – ก.พ.)
- () 2. ฤดูร้อน (มี.ค – มิ.ย.)
- () 3. ฤดูฝน (ก.ค – ต.ค.)
5. สถานที่พักแรมที่ท่านนิยมมาพักแรมเมื่อมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมามากที่สุด
- () 1. โรงแรม
- () 2. รีสอร์ท / เกสต์เฮ้าส์
- () 3. เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์

- () 4. ที่ตั้งแคมป์
- () 5. บ้านพักรับรองของกรมอุทยาน
- () 6. โฮมสเตย์
- () 7. บ้านพักตากอากาศ
- () 8. บ้านญาติ / เพื่อน
- () 9. อื่นๆ ระบุ
6. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่
- () 1. ท่องเที่ยว
- () 2. ทัศนศึกษา / ดูงาน
- () 3. ประชุม / สัมมนา
- () 4. อื่นๆ ระบุ
7. การหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ท่านใช้วิธี
- () 1. หนังสือพิมพ์
- () 2. โทรทัศน์
- () 3. วิทยุ
- () 4. นิตยสาร
- () 5. อินเทอร์เน็ต
- () 6. เคเบิลทีวี
- () 7. อื่นๆ ระบุ
8. เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา
- () 1. ระยะทางใกล้
- () 2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย
- () 3. สิ่งอำนวยความสะดวก
- () 4. กิจกรรมการท่องเที่ยว
- () 5. ศิลปวัฒนธรรม
- () 6. ค่าใช้จ่ายถูก
- () 7. อื่นๆ ระบุ
9. ท่านคิดว่าภายใน 1-2 ปี ท่านจะมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาอีกหรือไม่ โปรดระบุ
-
-
-

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวใน จ.นครราชสีมา
คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ต้องการทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา เกี่ยวกับปัจจัยการบริหารภาครัฐ ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ว่ามีความคิดเห็นในแต่ละปัจจัยมากน้อยเพียงใด

2. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขีดเครื่องหมาย ✓ ให้ตรงกับตัวเลขที่เป็นคำตอบของท่านเพียงคำตอบเดียว

3. เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

สำหรับผู้วิจัย

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ปัจจัยการบริหารภาครัฐ มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์					
2	มีความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ					
3	สามารถหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของ จ.นครราชสีมาได้โดยสะดวก					
4	มีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย เมื่อมาท่องเที่ยวใน จ.นครราชสีมา					
5	มีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เช่น เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสาร					
6	กฎระเบียบ ข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยว มีความยืดหยุ่นและอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว					
7	รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน					
8	มีการส่งเสริมการลงทุนในด้านการท่องเที่ยวในทุก					

ภาคส่วน						
---------	--	--	--	--	--	--

สำหรับผู้วิจัย

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
		5	4	3	2	1	
9	ผู้ประกอบการมีมาตรฐานในการให้บริการสูง						<input type="checkbox"/>
10	มีการส่งเสริมการทัศนศึกษา ดูงาน ใน จ.นครราชสีมา						<input type="checkbox"/>
11	มีการจัดมาตรฐานการให้บริการกับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น						<input type="checkbox"/>
12	มีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ						<input type="checkbox"/>
13	มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนโดยการขยายฐานลูกค้า และนักท่องเที่ยวใหม่						<input type="checkbox"/>
14	มีการพัฒนาและเปิดตลาดแหล่งท่องเที่ยวใหม่						<input type="checkbox"/>
15	มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่อย่างต่อเนื่อง						<input type="checkbox"/>
16	ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน สถานประกอบการมีความร่มรื่น สวยงาม						<input type="checkbox"/>
17	สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย						<input type="checkbox"/>
18	สถานประกอบการมีความแข็งแรงปลอดภัย						<input type="checkbox"/>
19	มีการจัดการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม						<input type="checkbox"/>
20	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของชุมชนท้องถิ่นมีความหลากหลายหลายรูปแบบ						<input type="checkbox"/>
21	มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ เช่น เดินป่า, ชมธรรมชาติ, นำเที่ยวชุมชน, ท่องเที่ยวเชิงเกษตร						<input type="checkbox"/>
22	มีร้านอาหารให้บริการอย่างเพียงพอ						<input type="checkbox"/>
23	มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/>
24	สถานที่เข้าพักมีความปลอดภัย						<input type="checkbox"/>
25	มีการรักษาระบบนิเวศวิทยาของสถานที่ท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/>
26	มีการจ้างงานบุคลากรในท้องถิ่น						<input type="checkbox"/>
27	มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชุมชน						<input type="checkbox"/>
28	มีการแนะนำที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ใน						<input type="checkbox"/>

ลักษณะเครือข่ายการท่องเที่ยว						
------------------------------	--	--	--	--	--	--

สำหรับผู้วิจัย

ลำดับ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
		5	4	3	2	1	
29	ปัจจัยการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/>
30	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการรักษาระบบนิเวศวิทยา						<input type="checkbox"/>
31	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น						<input type="checkbox"/>
32	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องแหล่งท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/>
33	เจ้าหน้าที่ในชุมชนท้องถิ่นมีการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/>
34	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีอัยยาศัยมิตร เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/>
35	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น เดินป่า, ล่องแก่ง และชมธรรมชาติ ในพื้นที่ของตนเอง						<input type="checkbox"/>
36	มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนโดยมีการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี						<input type="checkbox"/>
37	มีการประสานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น						<input type="checkbox"/>
38	มีการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น งานประเพณี และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้ดีขึ้น						<input type="checkbox"/>
39	มีข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/>
40	มีการเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/>
41	มีการประสานงานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชน ท้องถิ่น องค์กรและ						<input type="checkbox"/>

สถาบันที่เกี่ยวข้อง					
---------------------	--	--	--	--	--

แบบสัมภาษณ์ 2 สัมภาษณ์ (บุคลากรผู้เชี่ยวชาญภาครัฐ)
เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสัมภาษณ์บุคลากรผู้เชี่ยวชาญภาครัฐเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา และศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. วันที่สัมภาษณ์

.....

2. ชื่อ - นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์

.....

3. ตำแหน่งปัจจุบัน

.....

4. การศึกษา

.....

5. ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ

1. ท่านเกี่ยวข้องกับนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างไร
.....
.....
.....
2. ท่านทราบวัตถุประสงค์ของนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกหรือไม่
อย่างไร
.....
.....
.....
3. นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกมีผลกระทบต่อชุมชนของท่านหรือไม่
อย่างไร
.....
.....
.....
4. ท่านมีการเตรียมพร้อมให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นรับทราบเกี่ยวกับนโยบายสนับสนุนการ
ท่องเที่ยวและ สิ่งอำนวยความสะดวกหรือไม่ อย่างไร
.....
.....
.....
5. ในจังหวัดของท่านมีการร่วมมือส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างไร
.....
.....
.....
6. ท่านคิดว่ามาตรการการร่วมมือส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีความ
เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
.....
.....
.....

7. การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของภาครัฐในระดับต่าง ๆ มีความชัดเจน สอดคล้องกัน สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้มากน้อยเพียงใด

.....

.....

.....

.....

8. มาตรฐานในปัจจุบันด้านพื้นฐานการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาในปัจจุบันเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

9. มาตรฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาปัจจุบันอยู่ในระดับใด

.....

.....

.....

.....

10. ท่านคิดว่าจังหวัดนครราชสีมาควรมีการสนับสนุนส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการเก่าและผู้ประกอบการใหม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

11. ท่านคิดว่าเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาคืออะไร

.....

.....

.....

.....

12. ท่านคิดว่าจังหวัดนครราชสีมาควรมีการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวไปในด้านใดบ้าง อย่างไร

12.1 ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

12.2 ด้านราคา (ค่าที่พัก ค่าอาหาร ราคาสินค้า ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ)

.....

.....

.....

.....

12.3 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

.....

.....

.....

.....

12.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

.....

13. ท่านคิดว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาควรเน้นในเรื่องใด อย่างไร

.....

.....

.....

.....

14. การพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเช่น การคมนาคมขนส่ง ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต มีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

18.3 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

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

18.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

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

19. ความคิดเห็นเพิ่มเติม

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

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

แบบสัมภาษณ์ 3 สัมภาษณ์ (ผู้เชี่ยวชาญจากภาคเอกชน)
เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสัมภาษณ์บุคลากรผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชนเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา และศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. วันที่สัมภาษณ์
2. ชื่อ-นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์
3. ชื่อสถานประกอบการ
4. ที่ตั้งของสถานประกอบการ
5. ตำแหน่งปัจจุบัน
6. การศึกษา
7. สถานประกอบการของท่านตั้งอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา เป็นเวลา ปี เดือน
8. จำนวนพนักงาน คน
9. ประวัติความเป็นมาของสถานประกอบการ

10. ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของผู้ให้สัมภาษณ์

.....
.....
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ

1. นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และเสถียรภาพทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อสถานประกอบการของท่านอย่างไรบ้าง

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

2. สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาคืออะไร

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

3. ปัจจัยที่สนับสนุนให้ภาคเอกชนประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวคืออะไร

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

4. การวางแผนจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

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

5. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในส่วนของภาคเอกชนควรมีการดำเนินการอย่างไร

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

6. จังหวัดนครราชสีมาควรมีการวางแผนการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างไรเพื่อควมมีประสิทธิภาพ

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

.....
.....
7. วิธีการสร้างจุดยืนของแหล่งท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ และน่าประทับใจสามารถดำเนินการได้อย่างไร

.....
.....
8. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาควรเป็นอย่างไร จึงจะเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....
.....
9. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายการท่องเที่ยวและการตลาดของจังหวัดนครราชสีมาควรมีการพัฒนาไปในรูปแบบใด

.....
.....
10. จังหวัดนครราชสีมาควรมีการส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นอย่างไรเพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....
.....
11. ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชน และท้องถิ่นให้มีความรู้ ความเข้าใจในการอนุรักษ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างไร

12. ในฐานะผู้ประกอบการท่านได้ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้างในการพัฒนาบุคลากรของ
ท้องถิ่นและพัฒนาอย่างไร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

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

13. ท่านมีเครือข่ายการท่องเที่ยวด้านใดบ้าง อย่างไร และมีการประสานงานด้านการท่องเที่ยว
อย่างไร

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

14. ท่านคิดว่าเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวคืออะไร

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

15. หน่วยงานภาครัฐควรจะมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมในด้านใด อย่างไร เพื่อเป็นการส่งเสริม
การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

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

16. หน่วยงานภาคประชาชนท้องถิ่นควรมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมในด้านใด อย่างไร เพื่อเป็น
การส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

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

17. ท่านคิดว่าใน 5-10 ปี ต่อไป แนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จะเป็นอย่างไร

17.1 ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

17.2 ด้านราคา (ค่าที่พัก ค่าอาหาร ราคาสินค้า ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ)

.....

.....

.....

.....

17.3 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

.....

.....

.....

.....

17.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

.....

18. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

แบบสัมภาษณ์ 4 สัมภาษณ์ (ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น)
เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสัมภาษณ์บุคลากรภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมาและศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. วันที่สัมภาษณ์
 2. ชื่อ-นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์
 3. ตำแหน่งปัจจุบัน
 4. การศึกษา
 5. ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว
-
-
-

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยชุมชนท้องถิ่น จะเกิดขึ้นได้โดยมีปัจจัยใดสนับสนุน

2. ท่านคิดว่าจังหวัดนครราชสีมามีข้อได้เปรียบในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านไหน อย่างไร

3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เอกลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสามารถทำได้โดยวิธีการใด อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

4. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นมาตรฐาน จะมีส่วนช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

5. ชุมชนท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการปรับปรุง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

6. ชุมชนท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ให้มีประสิทธิภาพได้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

7. ผู้บริหารองค์กรท้องถิ่นควรมีแนวทางใดในการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

8. ผู้บริหารองค์กรท้องถิ่นควรมีแนวทางส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แห่งท้องถิ่นแก่ชุมชนท้องถิ่นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

9. ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสามารถทำให้ชุมชนพ้นจากความยากจนได้หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

10. จังหวัดนครราชสีมาควรร่วมมือกันสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้โดยวิธีใด

.....

.....

.....

.....

.....

11. ท่านมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และมีการดูแลผลประโยชน์แหล่งชุมชนท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

12. ท่านคิดว่าผู้นำท้องถิ่นควรมีวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อที่จะสามารถยกระดับภาพลักษณ์ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวได้

.....

.....

.....

.....

.....

13. จังหวัดนครราชสีมา มีความสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่นได้อย่างไร
-
-
-
-
-
14. จังหวัดนครราชสีมา มีจุดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดึงดูดใจอย่างไร
-
-
-
-
-
15. ปัจจัยใดที่ทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นจะประสบความสำเร็จได้อย่างไร
-
-
-
-
-
-
16. จังหวัดนครราชสีมา มีการสร้างเครือข่ายเรื่องระบบป้องกันรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวอย่างไร
-
-
-
-
-
-
17. ชุมชนท้องถิ่นควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการอย่างไร
-
-
-
-
-
-
18. หน่วยงานภาครัฐควรมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมในด้านใด เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
-
-
-
-
-
-

19. หน่วยงานภาคเอกชนควรมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมในด้านใด เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

20. ท่านคิดว่าใน 5-10 ปี ต่อไป แนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จะเป็นอย่างไร

20.1 ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

.....

.....

.....

20.2 ด้านราคา (ค่าที่พัก ค่าอาหาร ราคาสินค้า ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ)

.....

.....

.....

20.3 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

.....

.....

.....

20.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

21. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
รายนามผู้ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์พระบรมราชูปถัมภ์

รายนามผู้ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย
การสัมภาษณ์เชิงลึก
เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

รายนามผู้ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึกรายชื่อผู้เชี่ยวชาญภาครัฐ

ชื่อ-สกุล	ชื่อสถานประกอบการ	ตำแหน่ง
1. นายเพิ่มยศ เคหา	การศึกษานอกโรงเรียน อำเภอหนองบุญมาก	ผู้อำนวยการการศึกษาพิเศษ
2. นายจรินทร์ สุหู่	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน นครราชสีมา	ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว
3. นายสุวิทย์ เพียนอก	การศึกษาและพัฒนาชุมชน นครราชสีมา	ผู้อำนวยการศึกษาและพัฒนา ชุมชนนครราชสีมา
4. นายจิตวัฒน์ หมอดี	อุทยานประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร	หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร
5. นายณรงค์ชัย กล่อมวัฒนกุล	สำนักงานกลุ่มงานวิชาการ สำนักงานบริการพื้นที่ 7	หัวหน้าในส่วนป่าท่องเที่ยวเขา ภูหลวง
6. นายประดับ พิมพ์เสน	ที่ว่าการอำเภอหนองบุญมาก	ปลัดอำเภอฝ่ายส่งเสริมการ ปกครองชำนาญพิเศษ
7. นายเจษฎา นาคบำรุงศรี	ธนาคารออมสิน สาขา หนองบุญมาก	ผู้จัดการธนาคาร สาขา หนองบุญมาก นครราชสีมา

รายนามผู้ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึกรายชื่อผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน

ชื่อ-สกุล	ชื่อสถานประกอบการ	ตำแหน่ง
1. คุณปานจิตต์ เกษโกศล	โรงแรมคลองทรายรีสอร์ท อ.ปากช่อง	กรรมการผู้จัดการ
2. คุณวันเพ็ญ สุวัฒน์นอม	โรงแรมโกลเด้นแลนด์รีสอร์ท อ.เมือง	กรรมการผู้จัดการ
3. คุณวารุณี แดงแก้ว	สำนักงานหนังสือพิมพ์ “บ้านเองพัฒนา”	ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์
4. นายกรกิจ วรวงศ์	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว	เลขาธิการสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว นครราชสีมา
5. พอ.สุรินทร์ จันทรเทศ	บ้านไร่สุจิรา อำเภอวังน้ำเขียว	กรรมการผู้จัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

รายนามผู้ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึกรายชื่อผู้เชี่ยวชาญภาคประชาชน
และองค์กรส่วนท้องถิ่น

ชื่อ-สกุล	ชื่อสถานประกอบการ	ตำแหน่ง
1. นายประถม พบกระโทก	องค์การบริการส่วนตำบลหนอง ไม้ไผ่ จ.นครราชสีมา	ประธานองค์การบริการส่วน ตำบลหนองไม้ไผ่ จ.นครราชสีมา
2. นายณัฐวัฒน์ บางนอก	ประธานชุมชนชาวบ้านอำเภอ หนองบุญมาก	หมอดินอาสา อำเภอหนองบุญมาก
3. นายเพ็ญศ เคหา	การศึกษานอกโรงเรียน อำเภอ หนองบุญมาก	ผู้อำนวยการการศึกษาพิเศษ
4. นายมหิตมพล สุขสถิตย์	ที่ว่าการอำเภอหนองบุญมาก	พัฒนาอำเภอหนองบุญมาก
5. คุณสุมาลี พันธุ์พงศ์	ที่ว่าการชุมชน ตำบลหนองหัวแรด	ประธานสวัสดิการชุมชน ตำบลหนองหัวแรด
6. คุณสืบสุข วิสุทธิกุล	-	อดีตนายกเทศมนตรี

ภาคผนวก ค

พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

พระราชบัญญัติ
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
พ.ศ. ๒๕๔๔

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.
ให้ไว้ ณ วันที่ ๒ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๔
เป็นปีที่ ๕๖ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับมาตรา ๓๕ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๔๔”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้

“อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” หมายความว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามกฎหมายว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” หมายความว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามกฎหมายว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“สินค้าหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว” หมายความว่า สินค้าเฉพาะที่จำหน่ายหรือบริการที่เกี่ยวกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการตามกฎหมายว่าด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

“สภา” หมายความว่า สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“สมาชิก” หมายความว่า สมาชิกสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 “ข้อบังคับ” หมายความว่า ข้อบังคับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 “คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“กรรมการ” หมายความว่า กรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 “ผู้อำนวยการ” หมายความว่า ผู้อำนวยการสำนักงานใหญ่ของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“พนักงาน” หมายความว่า พนักงานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 “ลูกจ้าง” หมายความว่า ลูกจ้างสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 “พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา* แต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๔ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา* รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และมีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ รวมทั้งออกประกาศเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

ประกาศนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

หมวด ๑

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

มาตรา ๕ ให้จัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ตามบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้
 ให้สภาเป็นนิติบุคคล

มาตรา ๖ สภามีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

(๑) เป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในด้านการประสานงานอย่างมีระบบระหว่างรัฐกับเอกชนและเอกชนกับเอกชนด้วยกัน

(๒) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๓) ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว โบราณสถาน และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

(๔) ส่งเสริมให้มีจรรยาบรรณในการท่องเที่ยว

(๕) ส่งเสริมให้มีระบบการรับรองคุณภาพ ระบบมาตรฐานและระบบประกันคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

(๖) ควบคุมดูแลให้สมาชิกผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดำเนินการอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรมและมีจรรยาบรรณ

(๓) ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ทดลอง อบรม และเผยแพร่วิชาการและเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้แก่สมาชิก หรือจัดเป็นบริการแก่บุคคลทั่วไป

(๔) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสมาชิก และบุคคลทั่วไปทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

(๕) เสนอความเห็นหรือให้คำปรึกษาต่อคณะรัฐมนตรีในเรื่องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๑๐) ให้ความร่วมมือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจการด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

(๑๑) คุ้มครองและรักษามูลประโยชน์ของสมาชิกเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๑๒) ส่งเสริมให้มีการช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างสมาชิกด้วยกัน

(๑๓) ศึกษาและหาทางแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๑๔) ดำเนินกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๑๕) ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

มาตรา ๗ ภายใต้บังคับมาตรา ๖ ห้ามสมาชิกกระทำการใดๆ ดังต่อไปนี้

(๑) แข่งขันทางการค้าไม่เป็นธรรมหรือเป็นการจำกัดทางการค้าเพื่อการผูกขาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เว้นแต่เป็นการปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อเป็นการคุ้มครองอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ

(๒) ลิดรอนสิทธิของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๓) ดำเนินการอันอาจเป็นภัยต่อเศรษฐกิจ ความมั่นคงของประเทศหรือความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

(๔) กดราคาสินค้าหรือบริการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ตกต่ำหรือทำให้สูงเกินสมควรหรือทำให้ปั่นป่วนเกี่ยวกับราคาสินค้าหรือค่าบริการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๕) ให้กู้ยืมเงินหรือให้เงินแก่สมาชิกหรือบุคคลอื่นใด เว้นแต่เป็นการให้กู้ยืมเพื่อเป็นการสงเคราะห์พนักงานและลูกจ้างหรือครอบครัวของพนักงานและลูกจ้าง หรือเป็นการให้เพื่อการกุศลสาธารณะตามข้อบังคับ

(๖) แบ่งปันรายได้ให้แก่สมาชิก

มาตรา ๘ ให้สภามีสำนักงานใหญ่หนึ่งแห่งในท้องที่ที่สภากำหนด และมีสำนักงานสาขาได้ตามความจำเป็น

การจัดตั้งสำนักงานสาขาทามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามข้อบังคับ

มาตรา ๙ สภาอาจมีรายได้ดังนี้

(๑) ค่าลงทะเบียน ค่าบำรุง ค่าบำรุงพิเศษ ค่าธรรมเนียมและค่าบริการที่เรียกเก็บจากสมาชิก

- (๒) เงินและทรัพย์สินที่มีผู้บริจาคให้
- (๓) ผลประโยชน์จากการจัดการเงินและทรัพย์สินและการดำเนินกิจการของสภา
- (๔) เงินรายได้อื่น
- (๕) ดอกผลของเงินและทรัพย์สินตาม (๑) (๒) (๓) และ (๔)

มาตรา ๑๐ ห้ามบุคคลใดนอกจากสภาใช้ชื่อที่เป็นภาษาไทยว่า “สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” หรือภาษาต่างประเทศที่มีความหมายในทำนองเดียวกันหรืออ่านออกเสียงว่า “สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” หรือใช้ชื่อในทำนองเดียวกันจนเป็นเหตุให้บุคคลอื่นหลงเชื่อว่าเป็นส่วนหนึ่งของสภา

หมวด ๒

สมาชิก

มาตรา ๑๑ สมาชิกสภามีสามประเภท

- (๑) สมาชิกสามัญ
- (๒) สมาชิกวิสามัญ
- (๓) สมาชิกกิตติมศักดิ์

สมาชิกทั้งสามประเภทมีสิทธิและหน้าที่ตามที่กำหนดในข้อบังคับ

มาตรา ๑๒ สมาชิกสามัญ ได้แก่ สมาคมที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์และดำเนินกิจการเพื่อส่งเสริมการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยกรรมการสมาคมทั้งหมดจำนวนเกินกึ่งหนึ่ง และสมาชิกของสมาคมทั้งหมดจำนวนเกินกึ่งหนึ่งมีสัญชาติไทย

มาตรา ๑๓ สมาชิกวิสามัญ ได้แก่

(๑) สมาคมที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งมีวัตถุประสงค์และดำเนินกิจการเพื่อส่งเสริมการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีใช้สมาคมตามมาตรา ๑๒ หรือสมาคมที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งมีวัตถุประสงค์และดำเนินกิจการเพื่อส่งเสริมการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หรือ

(๒) นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายซึ่งประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หรือ

(๓) บุคคลซึ่งมีผลงานทางวิชาการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือมีคุณสมบัติตามที่กำหนดในข้อบังคับ

มาตรา ๑๔ สมาชิกกิตติมศักดิ์ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือผู้ซึ่งทำประโยชน์ให้แก่สภาหรือการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งคณะกรรมการเชิญมาเป็นสมาชิกกิตติมศักดิ์

หมวด ๓
คณะกรรมการ

มาตรา ๑๕ ให้มีคณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย

(๑) กรรมการโดยตำแหน่ง ได้แก่ ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหนึ่งคน

(๒) กรรมการประเภทเลือกตั้งจำนวนสามในสี่ของจำนวนกรรมการประเภทเลือกตั้งและกรรมการประเภทแต่งตั้งรวมกัน ซึ่งที่ประชุมสมาชิกสามัญเลือกตั้งจากผู้แทนสมาชิกสามัญ และ

(๓) กรรมการประเภทแต่งตั้งจำนวนหนึ่งในสี่ของจำนวนกรรมการประเภทเลือกตั้งและกรรมการประเภทแต่งตั้งรวมกัน ซึ่งกรรมการประเภทเลือกตั้งตาม (๒) แต่งตั้งจากสมาชิกวิสามัญ หรือผู้แทนสมาชิกวิสามัญ หรือสมาชิกกิตติมศักดิ์

ให้กรรมการตาม (๑) (๒) และ (๓) เลือกกรรมการตาม (๒) หรือ (๓) เป็นประธานสภา รองประธานสภา และตำแหน่งอื่น ๆ ตามความจำเป็น

ผู้ดำรงตำแหน่งประธานสภาและรองประธานสภาต้องมีสัญชาติไทยโดยการเกิด

ให้ผู้อำนวยการเป็นเลขานุการของคณะกรรมการ

จำนวนรวมกันของกรรมการประเภทเลือกตั้งและกรรมการประเภทแต่งตั้ง สัดส่วนกรรมการของสมาชิกแต่ละประเภท วิธีการเลือกตั้งและแต่งตั้งกรรมการตามวรรคหนึ่ง (๒) และ (๓) และวิธีการเลือกประธานสภา รองประธานสภา และตำแหน่งอื่นๆ ตามวรรคสอง ให้เป็นไปตามข้อบังคับ

มาตรา ๑๖ คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่วางนโยบายและดำเนินกิจการของสภาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของสภาตามมาตรา ๖ รวมทั้งให้มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) เสนอความเห็นและให้คำปรึกษาต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา* ในเรื่องเกี่ยวกับการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๒) กำหนดเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์เพื่อรับรองคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

(๓) ออกข้อบังคับว่าด้วย

(ก) การกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการรับสมัครสมาชิก สิทธิหน้าที่ของสมาชิก คุณสมบัติอื่นของสมาชิกวิสามัญตามมาตรา ๑๓ (๓) วินัยและการลงโทษสมาชิก และการพ้นจากสมาชิกภาพรวมทั้งการอุทธรณ์

(ข) การกำหนดจำนวนรวมกันของกรรมการประเภทเลือกตั้งและกรรมการประเภทแต่งตั้ง สัดส่วนกรรมการของสมาชิกแต่ละประเภท วิธีการเลือกตั้งและแต่งตั้งกรรมการตามมาตรา ๑๕ (๒) และ (๓) และวิธีการเลือกประธานสภา รองประธานสภา และตำแหน่งอื่นๆ

(ค) การกำหนดค่าลงทะเบียน ค่าบำรุง ค่าบำรุงพิเศษ ค่าธรรมเนียม และค่าบริการที่เรียกเก็บจากสมาชิก

(ง) การบัญชี การเงิน และทรัพย์สินของสภา

- (จ) จรรยาบรรณของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- (ฉ) วิธีปฏิบัติเพื่อให้มีการรับรองคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว
- (ช) การจัดตั้งสำนักงานสาขาของสภา
- (ซ) การประชุมและการดำเนินงานของคณะกรรมการ และการประชุมของที่ประชุมสภา

(ณ) การดำเนินกิจการที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก

(ญ) การบรรจุ การแต่งตั้ง การถอดถอน การกำหนดตำแหน่ง อัตราเงินเดือน ค่าจ้าง และเงินบำเหน็จรางวัลของพนักงานและลูกจ้าง รวมทั้งวินัย การลงโทษ และการร้องทุกข์ของพนักงานและลูกจ้าง

(ฎ) การสงเคราะห์พนักงานและลูกจ้าง ตลอดจนครอบครัวของบุคคลดังกล่าว หรือผู้ซึ่งพ้นจากการเป็นพนักงานหรือลูกจ้าง

- (๔) ให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำแก่สมาชิกในการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- (๕) พิจารณาคณะบุคคลเพื่อเสนอประธานสภาแต่งตั้งเป็นผู้อำนวยการ รวมทั้งกำหนดอัตราเงินเดือนและเงินสวัสดิการของผู้อำนวยการ

(๖) แต่งตั้งที่ปรึกษาและคณะอนุกรรมการ เพื่อดำเนินกิจการอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

(๗) ออกระเบียบหรือข้อบังคับในเรื่องอื่นใดที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจการของสภา การกำหนดหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ตาม (๒) ข้อบังคับตาม (๓) (ก) (ข) (ค) (ง) (จ) (ฉ) (ช) และ (ณ) และระเบียบหรือข้อบังคับตาม (๗) ต้องได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมสภาก่อน จึงจะใช้บังคับได้

การกำหนดหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อบังคับตาม (๓) (จ) และ (ฉ) เมื่อที่ประชุมสภาให้ความเห็นชอบแล้ว ให้เสนอรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*ประกาศในราชกิจจานุเบกษาจึงจะใช้บังคับได้ แต่ถ้ารัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*ไม่เห็นชอบด้วยก็ให้เป็นอันตกไป

มาตรา ๑๗ กรรมการประเภทเลือกตั้งและกรรมการประเภทแต่งตั้ง ต้องไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) เป็นพนักงานหรือลูกจ้างของสภา
- (๒) เป็นบุคคลที่ถูกศาลสั่งให้เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๓) เป็นข้าราชการประจำ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานอื่นของรัฐ หรือข้าราชการการเมือง ยกเว้นกรณีตามมาตรา ๑๕ (๓) หรือมาตรา ๓๙
- (๔) เป็นบุคคลวิกลจริตหรือจิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ
- (๕) เป็นบุคคลที่ถูกศาลสั่งให้เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (๖) เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

(๗) เป็นบุคคลหรือผู้แทนของนิติบุคคลที่เคยถูกสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เพิกถอนการประกอบวิชาชีพหรือการประกอบธุรกิจ หรือถูกเพิกถอนใบอนุญาตโดยหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

มาตรา ๑๘ กรรมการประเภทเลือกตั้งมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสองปี และอาจได้รับเลือกตั้งใหม่ได้ แต่จะดำรงตำแหน่งเกินสองวาระติดต่อกันไม่ได้

ให้กรรมการประเภทแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งพร้อมกับวาระของกรรมการประเภทเลือกตั้งตามวาระหนึ่ง และอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้

ประธานสภาจะดำรงตำแหน่งเกินสองวาระติดต่อกันไม่ได้

นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง กรรมการประเภทเลือกตั้งและกรรมการประเภทแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- (๑) ตาย
- (๒) ลาออก
- (๓) ที่ประชุมสภามีมติให้ออกด้วยคะแนนเสียงเกินกึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกสามัญ
- (๔) พ้นจากการเป็นผู้แทนสมาชิกสามัญหรือผู้แทนสมาชิกวิสามัญนั้น หรือสมาชิกสามัญหรือสมาชิกวิสามัญหรือสมาชิกกิตติมศักดิ์นั้นพ้นจากสมาชิกภาพ
- (๕) มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๑๗
- (๖) ถูกจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่ในความผิดอันได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ
- (๗) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*สั่งให้พ้นจากตำแหน่งตามมาตรา ๓๘

มาตรา ๑๙ เมื่อกรรมการประเภทเลือกตั้งพ้นจากตำแหน่งก่อนครบวาระ ให้คณะกรรมการจัดให้มีการเลือกตั้งกรรมการประเภทนั้นแทนภายในสามสิบวันนับแต่วันที่กรรมการผู้นั้นพ้นจากตำแหน่ง แต่ถ้าวาระของกรรมการผู้นั้นเหลืออยู่ไม่ถึงเก้าสิบวัน คณะกรรมการจะจัดให้มีการเลือกตั้งกรรมการแทนหรือไม่ก็ได้

เมื่อกรรมการประเภทแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งก่อนครบวาระ ให้กรรมการประเภทเลือกตั้งแต่งตั้งกรรมการประเภทนั้นแทนภายในสามสิบวันนับแต่วันที่กรรมการผู้นั้นพ้นจากตำแหน่ง แต่ถ้าวาระของกรรมการผู้นั้นเหลืออยู่ไม่ถึงเก้าสิบวัน กรรมการประเภทเลือกตั้งจะดำเนินการแต่งตั้งกรรมการแทนหรือไม่ก็ได้

ให้ผู้ซึ่งได้รับเลือกตั้งหรือแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง อยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของผู้ซึ่งตนแทน

มาตรา ๒๐ เมื่อกรรมการประเภทเลือกตั้งและกรรมการประเภทแต่งตั้งทั้งหมดพ้นจากตำแหน่งตามวาระ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามมาตรา ๓๘ ให้กรรมการที่พ้นจากตำแหน่งยังคง

ปฏิบัติหน้าที่เพียงเท่าที่จำเป็นไปพลางก่อนจนกว่ากรรมการซึ่งได้รับเลือกตั้งและแต่งตั้งใหม่เข้ารับหน้าที่

คณะกรรมการต้องจัดให้มีการประชุมสมาชิกสามัญเพื่อจัดให้มีการเลือกตั้งกรรมการตามมาตรา ๑๕ (๒) ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่กรรมการพ้นจากตำแหน่งตามวรรคหนึ่ง และให้กรรมการชุดที่ได้รับเลือกตั้งนั้นแต่งตั้งกรรมการตามมาตรา ๑๕ (๓) ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่รับเลือกตั้ง

ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการว่างลงรวมกันเกินกึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการประเภทเลือกตั้งและกรรมการประเภทแต่งตั้งรวมกัน ให้กรรมการที่เหลืออยู่กระทำการในนามของคณะกรรมการต่อไปได้แต่เฉพาะการจัดให้มีการประชุมสมาชิกสามัญเพื่อดำเนินการตามวรรคสอง

ในกรณีที่กรรมการประเภทเลือกตั้งและกรรมการประเภทแต่งตั้งทั้งหมดพ้นจากตำแหน่งพร้อมกันในกรณีอื่นให้นำมาตรา ๓๙ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา ๒๑ ให้คณะกรรมการจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการอย่างน้อยสามเดือนต่อหนึ่งครั้ง

การประชุมคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุมเกินกึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม

ในการประชุมคณะกรรมการ ให้ประธานสภาเป็นประธานในที่ประชุม ถ้าประธานสภาไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้รองประธานสภาเป็นประธานในที่ประชุม ถ้ารองประธานสภาไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้ที่ประชุมเลือกกรรมการซึ่งเป็นผู้แทนของสมาชิกสามัญคนหนึ่ง เป็นประธานในที่ประชุม

มติของที่ประชุมให้ถือตามเสียงข้างมากของจำนวนกรรมการที่มาประชุม ให้กรรมการคนหนึ่งมีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

ในการประชุมคณะกรรมการ ถ้ามีการพิจารณาเรื่องใดที่เกี่ยวกับตัวกรรมการ หรือส่วนได้เสียของกรรมการผู้ใด ให้กรรมการผู้นั้นมีสิทธิชี้แจงในเรื่องนั้นแต่ไม่มีสิทธิออกเสียง

มาตรา ๒๒ ให้ประธานสภา รองประธานสภา และกรรมการได้รับประโยชน์ตอบแทนตามที่ประชุมสภากำหนด

ให้ที่ปรึกษาและอนุกรรมการได้รับประโยชน์ตอบแทนตามที่คณะกรรมการกำหนด โดยได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมสภา

มาตรา ๒๓ ให้ประธานสภาแต่งตั้งผู้อำนวยการสำนักงานใหญ่ของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามมติของคณะกรรมการจากบุคคลซึ่งมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีสัญชาติไทยโดยการเกิด
- (๒) มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- (๓) สามารถทำงานให้แก่สภาได้เต็มเวลา
- (๔) ไม่เป็นบุคคลที่ถูกศาลสั่งให้เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๕) ไม่เป็นบุคคลวิกลจริตหรือจิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ
- (๖) ไม่เป็นบุคคลที่ถูกศาลสั่งให้เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (๗) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุด เว้นแต่ความผิดที่กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ
- (๘) ไม่เป็นข้าราชการประจำ ข้าราชการการเมือง พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานอื่นของรัฐหรือกรรมการ
- (๙) ไม่เป็นบุคคลที่มีความประพฤติเสื่อมเสียอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่สภา

มาตรา ๒๔ ให้ผู้อำนวยการมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสามปีและอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้

มาตรา ๒๕ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามมาตรา ๒๔ ผู้อำนวยการพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- (๑) ตาย
- (๒) ลาออก
- (๓) คณะกรรมการมีมติให้ออกด้วยคะแนนเสียงเกินกึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด
- (๔) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๒๓

มาตรา ๒๖ ผู้อำนวยการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- (๑) ควบคุมและรับผิดชอบในการบริหารกิจการของสภา และมีอำนาจบังคับบัญชาพนักงานและลูกจ้างของสภา
- (๒) ดูแลรักษาทะเบียนสมาชิกและทะเบียนอื่นๆ ของสภา
- (๓) ควบคุมดูแลทรัพย์สินของสภา
- (๔) รวบรวมข้อมูล สถิติ และศึกษาวิจัยเรื่องอันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- (๕) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่ประธานสภาและคณะกรรมการมอบหมาย

ผู้อำนวยการต้องรับผิดชอบต่อสภาและคณะกรรมการในการบริหารกิจการของสภา

มาตรา ๒๗ เมื่อผู้อำนวยการไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ หรือในกรณีที่ตำแหน่งผู้อำนวยการว่างลงให้ประธานสภาแต่งตั้งพนักงานคนหนึ่งตามมติของคณะกรรมการเป็นผู้รักษาการชั่วคราว ในกรณีเช่นนี้ให้ผู้รักษาการมีอำนาจหน้าที่เช่นเดียวกับผู้อำนวยการ

ในกรณีที่ตำแหน่งผู้อำนวยการว่างลง ให้ประธานสภาดำเนินการแต่งตั้งผู้อำนวยการตามมาตรา ๒๓ ภายในสามเดือนนับแต่วันที่ตำแหน่งดังกล่าวว่างลง

มาตรา ๒๘ ในกิจการที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ให้ประธานสภาเป็นผู้แทนของสภา และเพื่อการนี้ ประธานสภาจะมอบหมายเป็นหนังสือให้กรรมการ ผู้อำนวยการ หรือพนักงานดำเนินการบางอย่างแทนก็ได้ ในเมื่อกิจการนั้นไม่ขัดต่อระเบียบหรือข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนดไว้ การดำเนินการกิจการที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ให้เป็นไปตามที่กำหนดในข้อบังคับ

หมวด ๔

การดำเนินการสภา

มาตรา ๒๙ ให้คณะกรรมการจัดให้มีการประชุมสภาอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง การประชุมเช่นนี้เรียกว่าประชุมสามัญ และอย่างน้อยต้องกำหนดให้มีวาระการประชุมในเรื่องดังต่อไปนี้

(๑) ให้ความเห็นชอบแผนการดำเนินงานประจำปีตามมาตรา ๓๓ วรรคหนึ่ง

(๒) รับรองรายงานประจำปีแสดงผลงานของคณะกรรมการในปีที่ล่วงมา และคำชี้แจงเกี่ยวกับนโยบาย พร้อมด้วยวงศและบัญชีรายรับและรายจ่ายประจำปี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีรับรองตามมาตรา ๓๓ วรรคสอง

การประชุมสภาคราวอื่นนอกจากการประชุมตามวรรคหนึ่ง เรียกว่าประชุมวิสามัญ

มาตรา ๓๐ เมื่อมีเหตุจำเป็น คณะกรรมการจะเรียกประชุมวิสามัญเมื่อใดก็ได้

สมาชิกสามัญจำนวนไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของจำนวนสมาชิกสามัญจะทำหนังสือร้องขอต่อคณะกรรมการให้เรียกประชุมวิสามัญก็ได้ ในหนังสือร้องขอนั้นต้องระบุว่าประสงค์ให้เรียกประชุมเพื่อการใด

ในกรณีที่สมาชิกสามัญเป็นผู้ร้องขอให้เรียกประชุมวิสามัญตามวรรคสอง ให้คณะกรรมการเรียกประชุมวิสามัญภายในสามสิบวันนับแต่วันที่รับหนังสือร้องขอ หากคณะกรรมการไม่เรียกประชุมภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้สมาชิกสามัญจำนวนไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของจำนวนสมาชิกสามัญมีสิทธิเรียกประชุมวิสามัญได้

มาตรา ๓๑ ในการประชุมสามัญและการประชุมวิสามัญต้องมีสมาชิกสามัญมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกสามัญทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม

มติของที่ประชุมให้ถือตามเสียงข้างมากของสมาชิกสามัญที่มาประชุม

สมาชิกสามัญคนหนึ่งมีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

ในการประชุมสามัญและการประชุมวิสามัญ ให้ประธานสภาเป็นประธานในที่ประชุม และให้นำความในมาตรา ๒๑ วรรคสาม มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา ๓๒ สมาชิกวิสามัญและสมาชิกกิตติมศักดิ์มีสิทธิเข้าร่วมประชุมในการประชุมสามัญและการประชุมวิสามัญได้ แต่ไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

มาตรา ๓๓ ในการดำเนินการของคณะกรรมการ ให้คณะกรรมการจัดทำแผนการดำเนินงานประจำปีเสนอต่อที่ประชุมสามัญ เมื่อที่ประชุมสามัญเห็นชอบแล้วจึงจะดำเนินการได้

ให้คณะกรรมการจัดทำรายงานประจำปีแสดงผลงานของคณะกรรมการในปีที่ล่วงมา และคำชี้แจงเกี่ยวกับนโยบาย พร้อมด้วยงบดุลและบัญชีรายรับและรายจ่ายประจำปีซึ่งมีผู้สอบบัญชีรับรอง เสนอต่อที่ประชุมสามัญภายในหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันสิ้นปีปฏิทิน และให้ส่งสำเนาเอกสารดังกล่าวไปยังรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา* ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ที่ประชุมสามัญรับรองแล้ว

มาตรา ๓๔ ผู้สอบบัญชีตามมาตรา ๓๓ วรรคสอง ให้ที่ประชุมสามัญแต่งตั้งจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยผู้สอบบัญชี และต้องไม่เป็นกรรมการ ผู้อำนวยการ พนักงานลูกจ้าง หรือพนักงานเจ้าหน้าที่

ผู้สอบบัญชีมีอำนาจตรวจสอบสรรพสมุดบัญชี และเอกสารหลักฐานของสภาและขอคำชี้แจงจากประธานสภา กรรมการ ผู้อำนวยการ พนักงานลูกจ้าง หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ได้ ให้ผู้สอบบัญชีได้รับประโยชน์ตอบแทนตามที่ที่ประชุมสามัญกำหนด

หมวด ๕

การควบคุมของรัฐ

มาตรา ๓๕ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา* มีอำนาจดังต่อไปนี้

(๑) กำกับดูแลให้คณะกรรมการดำเนินการตามมาตรา ๑๖

(๒) ส่งเป็นหนังสือให้พนักงานเจ้าหน้าที่สอบสวนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินงานของสภา

(๓) ส่งเป็นหนังสือให้กรรมการชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกิจการของสภาและจะให้ส่งเอกสารเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือรายงานการประชุมของสภาหรือคณะกรรมการด้วยก็ได้

(๔) ส่งเป็นหนังสือให้สภาหรือกรรมการระงับหรือแก้ไขการกระทำใด ๆ ที่ขัดต่อกฎหมายนโยบายของรัฐบาล มติของคณะรัฐมนตรี ข้อบังคับ หรือวัตถุประสงค์ของสภา

มาตรา ๓๖ ในการปฏิบัติการตามคำสั่งของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา* ตามมาตรา ๓๕ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจเข้าไปตรวจสอบเอกสารหรือหลักฐานในสำนักงานของสภาได้ในระหว่างเวลาทำการหรือให้บุคคลซึ่งเกี่ยวข้องชี้แจงแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ตามที่ร้องขอ

ในการปฏิบัติการของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ให้บุคคลซึ่งเกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

มาตรา ๓๗ ในการปฏิบัติการตามมาตรา ๓๖ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่แสดงบัตรประจำตัวต่อบุคคลซึ่งเกี่ยวข้อง

บัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการ
ท่องเที่ยวและกีฬา*ประกาศกำหนด

มาตรา ๓๘ เมื่อปรากฏว่าสภาหรือกรรมการไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของรัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*ตามมาตรา ๓๕ หรือกระทำการใดๆ อันเป็นการผิดวัตถุประสงค์ของ
สภาหรือเป็นภัยต่อระบบเศรษฐกิจ ความมั่นคงของประเทศ หรือความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอัน
ดีของประชาชน ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*มีอำนาจสั่งให้กรรมการทั้งคณะ
หรือกรรมการคนใดคนหนึ่งพ้นจากตำแหน่ง

กรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามวรรคหนึ่งไม่มีสิทธิเป็นกรรมการอีก เว้นแต่จะพ้นกำหนด
หกปีนับแต่วันที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*มีคำสั่งให้พ้นจากตำแหน่ง

มาตรา ๓๙ ในกรณีที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*มีคำสั่งให้กรรมการ
ทั้งคณะพ้นจากตำแหน่งตามมาตรา ๓๘ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*แต่งตั้ง
บุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของสมาชิกสามัญและสมาชิกวิสามัญหรือผู้แทนสมาชิกวิสามัญตามจำนวน
อัตราส่วนที่กำหนดไว้ในมาตรา ๑๕ วรรคหนึ่ง เป็นคณะกรรมการชั่วคราวภายในสามสิบวันนับแต่
วันที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*มีคำสั่งให้กรรมการทั้งคณะพ้นจากตำแหน่ง และ
ให้นำความในมาตรา ๑๕ วรรคสอง มาใช้บังคับโดยอนุโลม

ให้คณะกรรมการชั่วคราวตามวรรคหนึ่ง มีอำนาจหน้าที่ดำเนินกิจการของสภาเพียงเท่าที่
จำเป็นและจัดให้มีการประชุมสมาชิกสามัญเพื่อเลือกตั้งกรรมการตามมาตรา ๑๕ (๒) ภายในสามสิบ
วันนับแต่วันที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการชั่วคราว
และให้นำความในมาตรา ๒๐ วรรคสอง มาใช้บังคับโดยอนุโลม

เมื่อคณะกรรมการคณะใหม่เข้ารับหน้าที่แล้ว ให้คณะกรรมการชั่วคราว ซึ่งรัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*แต่งตั้งตามวรรคหนึ่งพ้นจากหน้าที่

หมวด ๖

บทกำหนดโทษ

มาตรา ๔๐ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๑๐ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับตั้งแต่หนึ่ง
แสนบาทถึงห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๔๑ ผู้ใดขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกตามสมควรแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่ง
ปฏิบัติกรตามมาตรา ๓๖ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

บทเฉพาะกาล

มาตรา ๔๒ ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*แต่งตั้งผู้แทนสมาคมโรงแรมไทย จำนวนสี่คน สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย จำนวนสี่คน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สมาคมรถโดยสารไม่ประจำทาง สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย สมาคมพาท้า (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมภัตตาคารไทย สมาคมสวนสนุกและสวนพักผ่อนหย่อนใจ และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ แห่งละหนึ่งคน เป็นคณะกรรมการก่อตั้งเพื่อทำหน้าที่ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา ๔๓

มาตรา ๔๓ ให้คณะกรรมการก่อตั้งตามมาตรา ๔๒ มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) ออกระเบียบชั่วคราวว่าด้วยการรับสมัครสมาชิกและค่าลงทะเบียนสมาชิกและดำเนินการรับสมัครสมาชิกภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับแต่งตั้ง

(๒) จัดทำระเบียบชั่วคราวว่าด้วยจำนวนกรรมการ สัดส่วนของผู้แทนสมาชิกสามัญที่จะได้รับเลือกตั้งเป็นกรรมการตามมาตรา ๑๕ (๒) และการแต่งตั้งกรรมการตามมาตรา ๑๕ (๓)

(๓) จัดให้มีการประชุมสมาชิกภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่ครบกำหนดระยะเวลาหนึ่งร้อยห้าสิบวันตาม (๑) เพื่ออนุมัติระเบียบชั่วคราวตาม (๒)

(๔) เลือกตั้งกรรมการตามมาตรา ๑๕ (๒) ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ประชุมสมาชิกอนุมัติระเบียบชั่วคราวตาม (๓)

(๕) ปฏิบัติการอื่นเพียงเท่าที่จำเป็นเพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ให้คณะกรรมการก่อตั้งพ้นจากหน้าที่ เมื่อได้มีการเลือกตั้งกรรมการตาม (๔) แล้ว เพื่อให้กรรมการประเภทเลือกตั้งชุดใหม่ดำเนินการตามมาตรา ๔๔ ต่อไป

มาตรา ๔๔ ให้กรรมการซึ่งได้รับเลือกตั้งตามมาตรา ๔๓ (๔) แต่งตั้งกรรมการตามมาตรา ๑๕ (๓) และจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับเลือกตั้ง เพื่อให้มีการเลือกประธานสภา รองประธานสภา และตำแหน่งอื่นๆ ตามมาตรา ๑๕ วรคสอง และจัดให้มีการประชุมสามัญครั้งแรกภายในหกสิบวัน นับแต่วันเลือกประธานสภา รองประธานสภา และตำแหน่งอื่น ๆ

ในการประชุมสามัญตามวรรคหนึ่ง ให้พิจารณาค่าใช้จ่ายตามมาตรา ๔๓ และให้ความเห็นชอบแผนการดำเนินงานประจำปีสำหรับปีแรกด้วย

มาตรา ๔๕ ให้ผู้ที่ใช้ชื่อซึ่งต้องห้ามตามมาตรา ๑๐ อยู่แล้วในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ เลิกใช้ชื่อดังกล่าวนั้นภายในสามสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ และในระหว่างเวลาดังกล่าวมิให้นำมาตรา ๔๐ มาใช้บังคับ

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร
นายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศ จึงสมควรให้มีการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งหลาย อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการประสานงานอย่างมีระบบกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าภาครัฐหรือภาคเอกชน เสนอแนะแนวนโยบายที่สำคัญส่งเสริมให้มีระบบการรับรองคุณภาพ ระบบมาตรฐาน และระบบประกันคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว และส่งเสริมผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ดำเนินการอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรม และมีจรรยาบรรณเพื่อสร้างเสริมประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมประเภทนี้ให้มีการพัฒนาก้าวหน้า จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

*พระราชกฤษฎีกาแก้ไขบทบัญญัติให้สอดคล้องกับการโอนอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕ พ.ศ. ๒๕๔๕

มาตรา ๑๒๐ ในพระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๔๔ ให้แก้ไขคำว่า “นายกรัฐมนตรี” เป็น “รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา”

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาฉบับนี้ คือ โดยที่พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕ ได้บัญญัติให้จัดตั้งส่วนราชการขึ้นใหม่โดยมีภารกิจใหม่ ซึ่งได้มีการตราพระราชกฤษฎีกาโอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม นั้นแล้ว และเนื่องจากพระราชบัญญัติดังกล่าวได้บัญญัติให้โอนอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ รัฐมนตรีผู้ดำรงตำแหน่งหรือผู้ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ในส่วนราชการเดิมมาเป็นของส่วนราชการใหม่ โดยให้มีการแก้ไขบทบัญญัติต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ที่โอนไปด้วย ฉะนั้น เพื่ออนุวัติให้เป็นไปตามหลักการที่ปรากฏในพระราชบัญญัติและพระราชกฤษฎีกาดังกล่าว จึงสมควรแก้ไขบทบัญญัติของกฎหมายให้สอดคล้องกับการโอนส่วนราชการ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องมีความชัดเจนในการใช้กฎหมายโดยไม่ต้องไปค้นหาในกฎหมายโอนอำนาจหน้าที่ว่าตามกฎหมายใดได้มีการโอนภารกิจของส่วนราชการหรือผู้รับผิดชอบตามกฎหมายนั้นไปเป็นของหน่วยงานใดหรือผู้ใดแล้ว โดยแก้ไขบทบัญญัติของกฎหมายให้มีการเปลี่ยนชื่อส่วนราชการ รัฐมนตรีผู้ดำรงตำแหน่งหรือผู้ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ของส่วนราชการให้ตรงกับการโอนอำนาจหน้าที่ และเพิ่มผู้แทนส่วนราชการในคณะกรรมการให้ตรงตามภารกิจที่มีการตัดโอนจากส่วนราชการเดิมมาเป็นของส่วนราชการใหม่รวมทั้งตัดส่วนราชการเดิมที่มีการยุบเลิกแล้ว ซึ่งเป็นการแก้ไขให้ตรงตามพระราชบัญญัติและพระราชกฤษฎีกาดังกล่าว จึงจำเป็นต้องตราพระราชกฤษฎีกานี้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นายภูมิชัย มั่งเรืองสกุล
วัน เดือน ปี ที่เกิด	28 กุมภาพันธ์ 2505
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	99 หมู่ 17 ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 30130
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2527	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ (บริหารรัฐกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2547	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2522	โรงแรมดิอิมพีเรียล
พ.ศ. 2528	บจก.ชาเตอร์ดิส
พ.ศ. 2530	ดิเอ็คเซ็คคิวทีฟเฮ้าส์
พ.ศ. 2531 - ปัจจุบัน	ธุรกิจส่วนตัว (ฟาร์มโคนม)
พ.ศ. 2532	บจก.เวิลด์แอดวานซ์
พ.ศ. 2538 - ปัจจุบัน	บจก.ฟ้าสวย-น้ำใส