

## บทคัดย่อ

เนื่องด้วยสถานการณ์ในปัจจุบันประเทศไทยยังขาดการกำหนดแผนงานในการผลักดันยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างเป็นเอกภาพในความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการวางแผนการพัฒนาในหลายๆ เรื่องที่ผ่านมายังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในประเทศ เช่น ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งการตลาดการท่องเที่ยวในภูมิภาค รวมทั้งไม่สามารถดึงดูดและเพิ่มพูนรายได้จากการท่องเที่ยวได้ ทั้งที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยสามารถสร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งของภาคการบริการ

อย่างไรก็ตามการสร้างทิศทางยุทธศาสตร์ให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนั้นก็เพื่อผลประโยชน์ของทุกๆ ฝ่าย ซึ่งต้องมาจากความร่วมมือกันของภาครัฐ และเอกชน โดยเริ่มจากการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงหนึ่งในนั้น คือ กลุ่มพื้นที่หลัก 2 พื้นที่อันได้แก่ กลุ่มลำน้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขา และกลุ่มเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า ดังนั้นเพื่อที่จะจัดทำแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ทางคณะผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวิจัยต่างๆ ดังนี้ การทบทวนวรรณกรรมสำหรับการรวบรวมประเด็นหรือกระแสการท่องเที่ยวที่สำคัญในการศึกษา การลงพื้นที่สำรวจและการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรวบรวมข้อมูลสำคัญจากผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ โดยการให้ความเห็น ทศนคติหรือทิศทางความเป็นไปได้ของทั้ง 2 พื้นที่ การเก็บผลสำรวจเพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณต่างๆ ทั้งนี้ยังมีการจัดประชุมระดมความคิดเห็น (focus group) เพื่อทดสอบและสรุปแผนการดำเนินงานโดยใช้กรอบการวิเคราะห์ ได้แก่ Diamond Model SWOT Analysis และ Gap Analysis จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และการเดินทาง
2. โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค
3. สิ่งอำนวยความสะดวก
4. ที่พัก ร้านอาหาร และสินค้าของที่ระลึก

ดังนั้นในการวางตำแหน่ง (Positioning) ทิศทางการท่องเที่ยวของทั้ง 2 พื้นที่ คณะผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาปัจจัยด้านศักยภาพและความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงเส้นทางการเดินทางและจุดเด่นของแต่ละเส้นทาง โดยภาพรวมกลุ่มคลัสเตอร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาถูกจัดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด “ชื่นชมปราสาทพระราชวัง วัดวาอาราม ตีม้าประวัติศาสตร์ชาติ สัมผัสและเรียนรู้ชีวิตวิถีไทย” และกลุ่มคลัสเตอร์เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า โดยภาพรวมสามารถสรุปได้ดังนี้ “Samui and More” สำหรับเกาะสมุย “Pha-ngan, Forever Young” สำหรับเกาะพะงัน และ “Koh Tao, Diving

School for All” สำหรับเกาะเต่า และหลังจากวิเคราะห์การวางตำแหน่งทางการท่องเที่ยวที่เน้นเอกลักษณ์ของแต่ละเกาะแล้ว คณะผู้วิจัยสามารถสรุปการวางตำแหน่งของคลัสเตอร์การท่องเที่ยวเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า คือ “เกาะแห่งประสบการณ์ใหม่ กิจกรรมหลากหลาย สนุกสบาย ใส่ใจธรรมชาติ”

โดยการกำหนดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของกลุ่มคลัสเตอร์ทั้ง 2 นำไปสู่แนวทางการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์พื้นที่ท่องเที่ยวที่รอบด้าน พร้อมทั้งแผนปฏิบัติการ 5 ปี ตลอดจนแผนงานโครงการที่เหมาะสม 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1** การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนแบบประชารัฐในทุกภาคที่เกี่ยวข้อง

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2** ยกระดับระบบโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3** สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่น เน้นการนำเสนอประสบการณ์ที่แตกต่างให้นักท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมและภูมิปัญญาชุมชน

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4** ส่งเสริมการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ เฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5** สร้างความเชื่อมโยงคลัสเตอร์พื้นที่กับคลัสเตอร์อื่น ทั้งในประเทศไทยและในภูมิภาคอาเซียน

จากการจัดทำประเด็นยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน ชี้ให้เห็นถึงการต่อยอด รวมถึงการพัฒนาคลัสเตอร์พื้นที่ทั้ง 2 แห่ง ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด นักท่องเที่ยว และคนในพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์อย่างมากในการเป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงยุทธศาสตร์การพัฒนาคลัสเตอร์อื่นๆ ให้มีความเชื่อมโยงและเป็นที่ยอมรับของพื้นที่ได้

## Abstract

Currently, Thailand's tourism development plan still lacks the collaboration between the government bodies and the private sectors, which leads to losses of competitiveness and market share in the region. Since Thailand's tourism sector is one of the most important economic sectors, it requires special attention in developing a strategic plan that answers the demand of all stakeholders.

With the new direction of the Thai tourism strategic development, it is very crucial to develop plans for two of Thailand's strongest tourism clusters: the Chao Phraya cluster and the Samui, Pha-ngan, and Tao islands cluster. Therefore, in order to develop a comprehensive plan, this research utilized several research tools, including literature reviews, site visits, in-depth interviews, surveys, and focus groups. The literature reviews part mainly covered not only the tourism trends and current situation but also area-specific studies. Site visits and in-depth interviews are used to gather vital information from many stakeholders about their views and opinions on possible directions for the two clusters. Surveys are also undertaken to collect quantitative data that are used to develop a broader picture. Finally, focus groups are held to test and conclude the plan. With this exhaustive methodology, diamond and SWOT analyses are performed to arrive at the positions of the two clusters. Then, the gap analysis is used to answer how to fulfill the stated positioning.

As a result, the tourism position of the Chao Phraya cluster is "A view of palaces, temples, and famous historical buildings that give the tourists the opportunity to understand Thai history and culture like locals." The tourism position of the Samui, Pha-ngan, and Tao islands cluster is "The islands of new experience from several activities that are fun and comfortable, yet environmental friendly." Also, for each island, the distinctive characteristics are: "Samui and more" for Samui, "Pha-ngan, Forever Young" for Pha-ngan, and "Koh Tao, Diving School for All" for Tao.

With these positionings in mind, a specific tourism development plan is delivered for each cluster. Therefore, six strategies, each built around the factors of the tourism value chain, are created to form the comprehensive plans:

(1) Developing cluster management and the mechanism that will propel its forward

(2) Elevating infrastructure, public utility, security, and facilities to response to the expanding tourist base and sustainable tourism.

(3) Creating new tourism products and activities that answer the demand of the tourists and the locals.

(4) Promoting the cluster through marketing and publicity that are effective in drawing in quality tourists, both domestic and foreign.

(5) Building the linkage between clusters, both internal and external of Thailand, especially throughout ASEAN.

With these strategies, the development of the two clusters are expected to be very well-received by all of the involved parties and will give a clear direction on how the cluster should move forward.