

## บทคัดย่อ

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นประกอบกับสมัยไม่มีทิศทางที่ชัดเจนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทำให้การท่องเที่ยวที่เกาะสมุยเปลี่ยนแปลงจากที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวภายใต้ธรรมชาติที่สวยงามและสังคมและวิถีชีวิตเรียบง่ายของคนเกาะสมุยเปลี่ยนไปเป็นการท่องเที่ยวแบบมวล (Mass Tourism) ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา ได้แก่ ปัญหาขยะมูลฝอย น้ำจืด/ไฟฟ้าไม่เพียงพอ เกิดมลพิษ (อากาศและเสียง) และเกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นในเกาะสมุย ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเกาะสมุย ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เห็นพ้องต้องกันว่าเกาะสมุยมีความจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ใหม่ เพื่อใช้เป็นกรอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสมุยอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคมและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อผลักดันพื้นที่เกาะสมุยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Destination) และรักษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อมุ่งสู่ความเป็น Green Island ที่เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเป็นอัตลักษณ์และขึ้นกับศักยภาพของท้องถิ่น รวมทั้งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสภาวะแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน

ดังนั้นเพื่อให้การพัฒนาเกาะสมุยนำไปสู่การเป็นเกาะสีเขียว (Green Island) จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของเกาะสมุยในเชิงอนุรักษ์และรับผิดชอบต่อสภาวะแวดล้อม วัฒนธรรมชุมชน และเศรษฐกิจท้องถิ่นหรือจำเป็นต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของเกาะสมุย โดยจัดทำการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกของเกาะสมุย วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเกาะสมุยสู่เกาะสมุยสีเขียวและการจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวแบบยั่งยืนและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศในอนาคต

จากการศึกษาพบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะสมุยต้องการเห็นทิศทางของการพัฒนาเกาะสมุยไปสู่การเป็นเกาะสีเขียวควบคู่กับวิถีชีวิตชุมชนซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของคณะผู้บริหารเกาะสมุย คือ “เป็นเกาะน่าเที่ยวชุมชนน่าอยู่ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลกชั้นดีเมืองน่าเที่ยว” และในการประเมินปัจจัยภายใน (IFEM) และปัจจัยภายนอก (EFEM) เกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวของเกาะสมุยพบว่าเกาะสมุยมีข้อดีอย่างมากกว่าข้อเด่นในการที่จะเป็นเกาะสมุยสีเขียวแต่มีโอกาสมากกว่าอุปสรรคแสดงว่ามีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวของเกาะสมุยจากปัจจัยภายในหรือระบุด้านข้างในโดยการแก้ไขจุดอ่อนและเสริมจุดแข็งที่มีอยู่ แต่อย่างไรก็ตามไม่สามารถใช้โอกาสซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอยู่เพื่อแก้ไขหรือลดข้อดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นเพื่อให้การแก้ไขอุปสรรคจากโอกาสที่มีอยู่จำเป็นต้องมีการวางแผนการจัดการและมีหน่วยงานหรือองค์กรที่เหมาะสมมาทำหน้าที่ในการบริหารจัดการ และกลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาเกาะสมุยสู่เกาะสีเขียวมีด้วยกัน 4 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy): กลยุทธ์เพื่อพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ แหล่งท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่ม 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy): กลยุทธ์เพื่อปฏิรูประบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อม 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy): กลยุทธ์เพื่อสร้างความเข้มแข็งในทุกภาคส่วน และ 4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy): กลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อมและปัจจัยพื้นฐาน โดยกลยุทธ์ในระยะเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการ คือกลยุทธ์เชิงรุก ประกอบด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาเกาะสมุยสู่ Green

Island การจัดทำเรื่องราว (story) หรือเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม/ประเพณี และเทศกาลอาหาร/ขนมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (AgriCultural Calendar) พัฒนากฎบัตรและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/เส้นทางจักรยานที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเกษตร/วัฒนธรรม/วิถีชีวิตชุมชน ส่วนกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ประกอบด้วย การสร้างกฎกติกา(Do / Don't) ในการจัดการสิ่งแวดล้อมและการแบ่งแยกตลาดการท่องเที่ยว/นักท่องเที่ยว ส่วนกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ประกอบด้วย การปลูกจิตสำนึกโดยการสร้าง model หรือต้นแบบการจัดการสิ่งแวดล้อมและการจัดการขยะหรือการจัดการโครงการธนาคารขยะ/รีไซเคิลขยะหรือโครงการคัดแยกขยะและกำจัดขยะแบบครบวงจร โครงการประหยัดการใช้น้ำ/ใช้ไฟ/ใช้พลังงาน โครงการปลูกต้นไม้/ปลูกปะการังเทียม โครงการลดการใช้รถยนต์ส่วนตัว (รณรงค์ใช้รถขนส่งสาธารณะ/ Scheduled Bus Service) หรือโครงการขับขี่ปลอดภัย และ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สืบสานวัฒนธรรม รวมทั้งกฎกติกาต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว และคนในพื้นที่เพื่อให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการพัฒนาเกาะสมุยเพื่อให้เกาะสมุยเข้าสู่ “green Island” ส่วนกลยุทธ์แบบค่อยเป็นค่อยไป/ระยะปานกลาง ประกอบด้วยกลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้แก่ โครงการสร้างต้นแบบแห่งการเรียนรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ/วัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเป็นแหล่งถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยการหาต้นแบบ (Pilot Green places) ในแต่ละภาคส่วน ส่วนกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้แก่การจัดตั้งกองทุนในการจัดการสิ่งแวดล้อม/เสริมสร้างวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนภายใต้โครงการ ”Save for better life and Going Green for Samui Island” และโครงการสร้างเครือข่ายหรือกลุ่มเพื่อการสืบสานวัฒนธรรม/วิถีชีวิตชุมชน และกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) เป็นโครงการเพื่อการปรับปรุง/สร้างถนนน้ำใช้/ถนนปลอดภัย (safety ride road) สำหรับกลยุทธ์ต่อเนื่องและยั่งยืน/ระยะยาวซึ่งเป็นกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้แก่การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มอนุรักษ์ (co-creating conservation networks) และการสร้างเครือข่ายพันธมิตรการท่องเที่ยวสีเขียว โดยข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษานั้นพบว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำโครงการในแต่ละกลยุทธ์ไปสู่ภาคปฏิบัติเพื่อให้เกิดรูปธรรมโดยเริ่มจากกลยุทธ์เชิงรุกในกลยุทธ์เร่งด่วนหรือในระยะสั้นก่อน

**คำที่มีความสำคัญ:** กลยุทธ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวเชิงพื้นที่, เกาะสมุย

## Abstract

Historically, Samui Island attracted tourists primarily because of its natural environment and cultural setting, but in recent years the number of tourists has dramatically increasing and Samui has been altered into a mass tourist destination. In the face of this influx of tourists, Samui Island has not yet adopted and implemented a clear sustainable tourism management program, and a number of problems, including waste management, inadequate infrastructure (power/tap water), and pollution (air, water and noise) have adversely affected the local island and its residents.

Consequently, the stakeholders have come to agree on the key point -- Samui Island needs to undergo a fundamental change, embrace a sustainable tourism development and transform the Island's image. The shared thinking is that by focusing on eco-friendly tourism and adhering to a heightened sense of social responsibility as part of its local lifestyle, Samui Island can attain a distinction as a "green destination". To become "the green island", Samui needs to search for its own identity, drawing on its natural environment and cultural traditions, and rebuild its image, relying on the strengths that best match the demands of foreign and domestic tourists.

To achieve these goals, it is first essential that the stakeholders and the Samui Island leadership adopt a strategic plan that can reasonably promote sustainable tourism development. This strategic plan needs to lead all of the stakeholders to realize their shared economic responsibilities and to then outline the specific steps they must each take to preserve the Island's natural environment and culture. In order to construct this green tourism strategic plan, the analysis of the various internal and external factors must candidly and comprehensively address the strengths, weaknesses, threats, and opportunities, in the context of the future domestic and international tourism market.

The findings of the current study show that most of the Island's tourism entrepreneurs and the Island's administrators agree with the idea that the Samui Island should be developed in a manner that ensures it becomes **the green island associated with its local lifestyle preservation**. In other words, the goal is to promote Samui as the island best known for its many outstanding tourist amenities, offered by a warm-hearted community, located at the center of the Gulf of Thailand.

An assessment of the many internal and external factors affecting Samui Island and its capacity to become the green island, reveals that the **weaknesses seem to dominate its own strengths**. However, **there also are more opportunities than threats**, and it indicates that Samui Island has the capacity to go green by correcting its weaknesses and by building upon its considerable strengths. The policy makers can choose the administrative plan that best eases the potential threats by instead focusing upon and building upon the existing opportunities. Indeed, there are four plausible strategies for

Samui Island to become the green island: (1) proactive strategy (SO strategy) – by developing the existing natural, cultural and human dimensions and by creating value-added travel spot opportunities; (2) corrective strategy (WO strategy) – by improving existing infrastructure and environment weaknesses; (3) preventive strategy (ST strategy) – by strengthening the contributions of all the stakeholders and administrative parties involved; (4) passive strategy (WT strategy) – by enhancing the capacity of Samui Island’s leadership to better manage the Island’s infrastructure and environmental preservation.

In the short run, the proactive strategy (SO strategy), to develop Samui to become the green island, the stakeholder and administrators should set clear priorities and take concrete action, such as establishing a steering committee; publishing information regarding the history and culture related to each significant travel spots; setting up local and regional tour activities, including local farm and cultural travel opportunities; creating and publishing a calendar of cultural events and celebrations; developing and publicizing landscape and eco-tour routes; and connecting bike routes to cultural and environmental travel spots.

To implement the preventive strategy (ST strategy), the Island’s administrators and stakeholder should adopt comprehensive regulations and employ “Do-and-Don’t Rules” to better manage the environment, classified according to the various travel market segments.

To advance the corrective strategy (WO strategy), efforts must be made to improve the community’s awareness of the best practices pertaining to integrated waste management or waste bank projects, water and energy resource saving projects, tree and coral reef planting projects, car pool projects, road safety projects, and the other projects that encourage the tourists to participate and be a part of the Samui-going-green project.

With regard to future timing, in the mid-run, there are three key strategies: (1) to implement the proactive strategy (SO strategy), the pilot project intended to ensure natural and cultural preservation should first involve a comprehensive search for existing prototype models of green practices that can be introduced in Samui; (2) the preventive strategy (ST strategy) is best achieved by establishing an environmental and cultural fund, earmarked as the “Save Samui Island by Going Green” project and the “Cultural Networking” project; (3) the corrective strategy (WO strategy) that promotes changes in road standards and conditions that improve road safety.

In the long-run, the preventive strategy should be implemented in a manner that best build conservation networks and expands green travel networks throughout all parts of the tourism chain. This study recommends that all the stakeholders should adopt these projects and implement their action plans, systematically adhering to the goals and steps set forth by each of the short-run, mid-run, and long-run strategies.

**Keywords:** Strategies, Spatial Green Tourism Development, Samui Island