

- Brown, F.E. (1969), **"Price Image versus Price Reality"**, Journal of Marketing Research, Vol.6, No.6 pp.185-191.
- Bull, A. (1994), **'Pricing a Motels' Location'**, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol.6, No.6, p10-15.
- Czinkota, K. (1998), **Marketing Management**, 2nd edn., South-Western Thomson Learning, Illinois.
- Christopher, M. (1999), **Logistics and Supply Chain Management**, 2nd edn., Financial Time Management, London.
- Hayes, K.D., & Huffman, M.L. (1995), **'Value Pricing: How Long Can You Go?'**, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, February, pp51-56.
- Hanks, R.O., Cross, R.G., & Noland, P.R. (1992), **'Discounting in the Hotel Industry: A New Approach'**, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol.33, No.1, p.23.
- Kerin, R.A. & Peterson, R.A. (1998), **Strategic Marketing Problems: Cases and Comments**, 8th edn., Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P. Bowen, J. & Makens, J. (2003), **Marketing for Hospitality & Tourism**, 3rd edn., Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P., Bowen, J. and Makens, J. (1999), **Marketing for Hospitality and Tourism**, 2nd edn, Prentice Hall: USA.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2001), **Principles of Marketing**, Prentice Hall, New Jersey.
- Geiger, W.S. (2000), **'Pricing vs. Value into the Year 2000'**, URL: <http://www.GeigerUnlimited.com> (accessed on 20/03/06)
- Lovelock, C.H., Patterson, P.G., & Walker, R.H. (2001), **Service Marketing: An Asia-Pacific Perspective**, 2nd edn., Prentice Hall, Singapore.
- Olsen, M. and Cassee, E. (1998), **'The International Hotel Industry in the New Mellenium: Visioning the Future'**, in Olsen, M., West, J. and Tse, Y.E. (1998), Strategic Management in the Hospitality Industry, 2nd edn., John Wiley & Sons Inc., USA, pp.26-44.
- Nagle, T.T. (1987), **The Strategy and Tactics of Pricing**, NJ: Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Prideaux, B. (2001), **'Airline Distribution Systems: The Challenge of the Internet'**, in Buhalis, D. and Law, E. (eds.), Tourism Distribution Channels: Practices Issues and Transformations, Continuum, UK.
- Richardson, J. I. (1996), **Marketing Australian: Travel & Tourism Principles and Practice**, Hospitality Press: Victoria.

- Robert, M.M., Trent, R.M., & Robert, B.H. (1998), **Purchasing and Supply Chain Management**, South-Western Publishing, Cincinnati.
- Sangster, A. (2001), 'The Importance of Technology in the Hotel Industry', *Travel & Tourism Analyst*, no.3, pp.43-55.
- Simon & Schuster (1983), **Webster's New Twentieth Century Dictionary**, Unabridged
- Schwartz, D.J. (1981), **Marketing Today; A Basic Approach**, 3rd edn., Harcourt Brace Jovanovich, New York.
- Ujma, D. (2001), 'Distribution Channels for Tourism: Theory and Practice', in Buhalis, D. and Law, (eds.), *Tourism Distribution Channels: Practices Issues and Transformations*, Continuum, UK, pp.33-52.
- Treacy, M., & Wiersema, F. (1993), 'Customer Intimacy and Other Value Disciplines', *Harvard Business Review*, January/February, pp.84-93.
- Ziethaml, A.V. (1988), 'Consumer Perceptions of Price, Quality and Value', *Journal of Marketing*, July, pp.2-22.



การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการ  
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 7 จังหวัดภาคตะวันออก

Tourist Behavior Based Tour Repackaging for Thailand :  
The Case Study of 7 Provinces of the East of Thailand

กาญจนา มณีแสง  
วดี เขียวอุไร  
ณัฐพร อัฐสุวรรณ  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี  
Kanchana Maneesaeng  
Wadee Kheourai  
Nuttaporn Itsuwan  
Sripatum University Chonburi Campus

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 7 จังหวัดภาคตะวันออก(ฉะเชิงเทรา จันทบุรี ชลบุรี ตราด ปราจีนบุรี ระยอง สระแก้ว) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ให้เป็นทางเลือกใหม่ในการตอบสนองความต้องการด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในยุคนับปัจจุบันใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวไทยกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก เพื่อรวบรวมข้อมูลและสร้างธนาคารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย และเพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัด ภาคตะวันออก และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทยในภาคตะวันออก

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว จำนวน 12 คน ประเมินความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปและเส้นทาง การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ ใช้การประชุมระดมความคิดจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในภาคตะวันออก จำนวน 12 คน เพื่อสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวไทยกับภาคธุรกิจท่องเที่ยว ใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดรวม 63 คน เพื่อวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม เกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวคนไทยในภาคตะวันออก จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า

1. คณะผู้วิจัยได้พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปแบบใหม่ที่มีความเหมาะสมระดับมากและมีความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจจำนวน 27 โปรแกรม เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ และแบบผสม สำหรับ 1 วัน สำหรับ 2 วัน 1 คืน สำหรับ 3 วัน 2 คืน

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระที่มีความเหมาะสมระดับมาก จำนวน 27 เส้นทาง เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ และแบบผสม สำหรับ 1 วัน สำหรับ 2 วัน 1 คืน สำหรับ 3 วัน 2 คืน

2. ภาควิชาการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกจะมีความร่วมมือกันระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต 3 เขต 4 เขต 5 เขต 8 จังหวัดทุกจังหวัด ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว นักวิจัยของมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ในการส่งเสริมการตลาดพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวการวิจัยองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และประสานเส้นทางท่องเที่ยวระหว่าง 4 จังหวัดริมฝั่งทะเลกับ 5 จังหวัดเบญจบุรพาสุวรรณภูมิ คือ จัดเส้นทางท่องเที่ยวระหว่าง 7 จังหวัดในภาคตะวันออก ให้มากขึ้น

3. จังหวัดต่างๆ ในภาคตะวันออก 7 จังหวัด มีจุดแข็ง คือ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ มีกิจกรรมประเพณีต่างๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวสม่ำเสมอตลอดปี จังหวัดริมฝั่งทะเล 4 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ได้ร่วมมือกันส่งเสริมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ใน 4 จังหวัด เรียกว่าสี่สันตะวันออก อีก 3 จังหวัด คือ ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว ได้ร่วมมือกับจังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนครนายกส่งเสริมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวใน

5 จังหวัด เรียกว่า เบญจบุรพาสุวรรณภูมิ

4. นักท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกส่วนใหญ่ จะมีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี มีถิ่นพำนักในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดในภาคตะวันออก เดินทางท่องเที่ยวอิสระโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อน และกลุ่มครอบครัว มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน เดินทางท่องเที่ยววันเดียว ถ้าเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 วัน จะเป็นช่วงที่มีวันหยุดติดต่อกันจากวันเสาร์ อาทิตย์ ชอบท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติหรือแบบผสมพักในโรงแรมหรือบังกะโล หรือรีสอร์ท และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าของญาติ หรือเพื่อน

**คำสำคัญ :** การปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป กรณีศึกษา 7 จังหวัดภาคตะวันออก

### Abstract

This research aims 1) to develop tour packages to be new choices to serve the needs of the tourists in the seven eastern provinces of Thailand, 2) to build the network between the researchers and the tour business in the provinces, 3) to gather information and form an information bank about tourism in these provinces, 4) to study the strengths, weaknesses, opportunities and threats in these provinces and 5) to study Thai tourist behavior in these provinces.

The instruments for this research are quantitative and qualitative; information collected from 12 experts in tourism in order to evaluate the suitability of the tour package program and the route of traveling of the FITS (Free

Independent tourists), brainstormed ideas of 12 persons whose work deals with tourism in seven eastern provinces in order to build networks between researchers and the tour business in these provinces. The third instruments is the interviews of 63 persons whose work deals with tourism in order to do SWOT analyses of tourism in these provinces. The last instrument is 500 completed tourist questionnaires that have analyses.

#### **Results of the study reveals that :**

1. The researchers developed a suitable package tour program to high levels of tourist satisfaction and has 27 programs with business potential. They are programs in culture, nature and mixed types : one day, two days one night and three days two nights programs.

The researchers developed suitable routes for the FITs to high level of tourist satisfaction. The 27 routes are about culture, nature and mixed types for one day, two days one night and three days two nights.

2. The alliance network of seven provinces cooperates with the Tourism Authority of Thailand Region 3, 5 and 8 provinces, tourist agencies and researchers of Sripatum University Chonburi Campus in the promotion of tourism markets, developing tourist sites, the research of tourism knowledge and cooperate about the traveling routes between the 4 coastal provinces and the 5 Benja Burapha Suvarnabhumi Provinces. That means to arrange the more traveling in the 7 provinces.

3. The strong points of the seven provinces are natural and cultural tourist attractions with many traditional activities that attracted the tourists all year round. The four “coastal provinces” Chonburi, Rayong , Chantaburi and Trat joined hands in promoting their provinces called “Si Sun Tawan Ork” or “Colors of the East”. The other provinces’ Chacheungsao, Prachinburi and Sakaew joined hands with Nakhonnayok and Samutprakan become 5 provinces and called Benja Burapha Suvarnabhumi.

4. Most of the tourists in the seven eastern provinces are 25-34 years old. They live in Bangkok and eastern provinces. They traveled with friends or families in their private vehicles. The objective is having rest and travel. They spend a one day trip or 2 days during weekends. They enjoy nature or mixed type. They stay in hotels bungaloes or resorts. They got information from friends or relatives.

**Keywords :** The Repackage of Tour Program The Case Study of the 7 Eastern Provinces.

### **คำนำ**

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่นำรายได้เข้าประเทศด้วยเม็ดเงินจำนวนมหาศาลในแต่ละปี จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในปี 2548 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศมากกว่า 10 ล้านคน ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงมีการเติบโตอย่างรวดเร็วจนสามารถสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเห็นได้ชัด การดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ก่อ

กำเนิดขึ้นอย่างมากมาย โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นแม่เหล็กในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ ปัจจุบันโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปไม่หลากหลายและยังไม่มีการพัฒนาให้เกิดความแปลกใหม่ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเดินทางในเส้นทางท่องเที่ยวซ้ำๆ กัน ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการใช้บริการการท่องเที่ยวจากภาคธุรกิจน้อยลง และหันมาเดินทางในลักษณะของการเป็นนักท่องเที่ยวอิสระเพิ่มมากขึ้น โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ที่เป็นนักท่องเที่ยว สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน จึงมีแนวคิดส่งเสริมการวิจัยในชุดโครงการการปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 7 จังหวัดภาคตะวันออก (ฉะเชิงเทรา จันทบุรี ชลบุรี ตราด ปราจีนบุรี ระยอง สระแก้ว) ให้เป็นทางเลือกใหม่ที่มีรูปแบบอันหลากหลายมีความท้าทายและพร้อมที่จะตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง จะส่งผลต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ทำให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง และลดปัญหาการเสื่อมของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปให้เป็นทางเลือกใหม่ในการตอบสนองความต้องการด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย
2. เพื่อสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวไทยกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก

3. เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย

4. เพื่อสร้างธนาคารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย

5. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม เกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก และศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทยในภาคตะวันออก

#### ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 เพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปให้เป็นทางเลือกใหม่ในการตอบสนองความต้องการด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิจัยได้พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวหรือสำหรับผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว สามารถนำไปใช้ในการจัดนำเที่ยว และได้รับการพิจารณาความเหมาะสม จากผู้ทรงคุณวุฒิ ได้จำนวนโปรแกรม 27 โปรแกรม แบ่งเป็น โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป 3 ประเภท คือ เชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ และแบบผสม สำหรับการท่องเที่ยว 1 วัน สำหรับ 2 วัน 1 คืน สำหรับ 3 วัน 2 คืน มีดังนี้

- 1.1 โปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับ 1 วัน

- 1.1.1 โปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โปรแกรมที่ 1 เที่ยวเมืองพระศักดิ์สิทธิ์ ชมวิถีชีวิตเรียบง่ายบางปะกง

เช้า ออกเดินทาง 6.30 น. ถึงวัดโสธรวราราม วรวิหารนมัสการหลวงพ่อโสธร เที่ยวชมวัดอุภัย

ภาคการราม (วัดช้างปอก) นั่งรถเยี่ยมชมป้อมเมืองจะเข้เทราแวะชมกลุ่มเรือนแพตลาดน้ำเก่าปาย ลงเรือล่องเรือตามลำน้ำบางปะกง ชมธรรมชาติและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ขึ้นจากเรือเดินทางต่อโดยรถยนต์ไปอำเภอบางคล้าสักการะสถูปเจดีย์พระเจ้าตากสินมหาราช และชมค้างคาวแม่ไก่ที่วัดโพธิ์ เดินชมตลาด บ้านใหม่เลือกซื้อของฝาก เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 2 เที่ยวเขตแดนทวารวดี ชมศรีมโหสถ

เช้า ออกเดินทางเวลา 6.30 น. ถึงอำเภอสรีมโหสถจังหวัดปราจีนบุรี ชมกลุ่มโบราณสถานสระมรกต สักการะรอยพระบาทคู่ ชมต้นโพธิ์ศรีมหาโพธิ ชมอุโบสถหลังงามของวัดแก้วพิจิตร รับประทานอาหารกลางวัน ปาย ชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติปราจีนบุรี ชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร พิพิธภัณฑสถานแพทย์แผนไทย เลือกซื้อของฝากที่แผงผลไม้หนองชะอม เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 3 ชมพระราชวังเก่า - สักการะเจ้าพ่อเขาใหญ่

เช้า ออกเดินทางเวลา 6.30 น. ถึงท่าเรือเกาะลอยศรีราชาลงเรือไปเกาะสีชัง ชมพิพิธภัณฑสถานพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โบราณสถานที่สร้างในสมัยรัชกาลที่ 5 นั่งรถชมชุมชนและสักการะศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ ปาย เวลา 16.00 น. เดินทางจากท่าเรือเกาะสีชังกลับ แวะซื้อของฝากที่ตลาดหนองมน เวลา 17.30 น. เดินทางกลับ

สรุปโปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับ 1 วัน มีจุดเด่นทั้งสามโปรแกรมคือ นักท่องเที่ยวได้ไหว้พระที่บุคคลส่วนใหญ่นับถือ ศรัทธา และได้ชมวิถีชีวิตของประชาชนในชุมชนต่าง ๆ

1.1.2 โปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

โปรแกรมที่ 1 จากทะเลสู่ขุนเขา

ออกเดินทางเช้า เวลา 6.30 น. ถึงอ่าวคังกระเบนศึกษาแบบนิเวศป่าชายเลนตามโครงการพระราชดำริ รับประทานอาหารกลางวัน ปายเดินทางต่อถึงอุทยานแห่งชาติเขาตึกชุมชมกล้วยไม้نانาพันธุ์ คุนุก เล่นน้ำตกที่น้ำตกคลองช้างเซ ชมทิวทัศน์อันสวยงามของฝั่งอ่าวไทย เวลา 16.00 น. เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 2 ชมนกชมไม้ ล่องแก่ง

ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (ขง.9) อำเภอชาติ จังหวัดปราจีนบุรีล่องแก่งหินเพิงถึงแก่งงูเห่ารับประทานอาหารกลางวัน (กิจกรรมนี้เหมาะในช่วงฤดูฝน) ปายเดินทางต่อถึงตัวเมืองปราจีนบุรี ชมศูนย์รวมตะเกียงเจ้าพายุ ชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติปราจีนบุรี ชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร วัดแก้วพิจิตร เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 3 ขึ้นจ่าทะเลสด

ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงเกาะล้านจังหวัดชลบุรี ดำน้ำ ดูปะการัง เล่นน้ำหรือทำกิจกรรมต่างๆ เช่น เล่นเรือลากร่มชูชีพ เรือสกี เรือสปีดเตอร์ รับประทานอาหารกลางวัน ปายเวลา 15.00 น. เดินทางกลับฝั่งเดินทางต่อไปบริเวณชายหาดบางแสน ชมพระอาทิตย์ตกที่บริเวณแหลมแท่น ซื้อของฝากที่ตลาดหนองมน เวลา 18.30 น. เดินทางกลับ

สรุปโปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ สำหรับ 1 วัน มีจุดเด่นทั้งสามโปรแกรมคือ นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติที่บุคคลส่วนใหญ่ชื่นชอบและนิยมมาท่องเที่ยว และได้ท่องเที่ยวและศึกษาโครงการ

พระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว  
รัชกาลที่ 9

### 1.1.3 โปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยว แบบผสม

#### โปรแกรมที่ 1 ไหว้พระ ล่องเรือเที่ยวลำนํ้า

ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัด  
ฉะเชิงเทรา นมัสการหลวงพ่อโสธรองค์จริง ล่อง  
เรือตามลำน้ำบางปะกง ชมวิถีชีวิตของชาวบ้าน  
ริมสองฝั่งแม่น้ำ สถานที่สำคัญๆ สองฝั่งแม่น้ำ ชม  
ตลาดบ้านใหม่ รับประทานอาหารกลางวัน บ่าย  
เดินทางถึงวัดจันทรมุขมโสร วัดอุภัยภาติกกา  
ราม ขึ้นจากเรือนั่งรถชมเมืองแปดริ้ว วัดเมือง  
(วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์) บ่อเมืองฉะเชิงเทรา  
อนุสาวรีย์พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจาร  
ยางกูร) ซื้อของฝาก เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

#### โปรแกรมที่ 2 ตามรอยอารยธรรมโบราณ

ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัด  
ปราจีนบุรี ชมศิลปะผสมระหว่างศิลปะไทย จีน  
ยุโรป และเขมรที่วัดแก้วพิจิตร ชมพิพิธภัณฑ์  
สถานแห่งชาติปราจีนบุรี กลุ่มโบราณสถาน  
สระมรกต รับประทานอาหารกลางวัน บ่าย เยี่ยม  
ชมสวนพันธุ์ไม้ เวลา 16.30 น. เดินทางกลับ

#### โปรแกรมที่ 3 ธรรมชาติเขาเห่ เทียวทะเล ไหว้พระ

ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงวัดใหญ่  
อินทาราม จังหวัดชลบุรี นมัสการหลวงพ่อบุญ  
ชมหมู่บ้านชาวประมงที่มีอาชีพทำครกหินที่อ่าง  
ศิลา เล่นน้ำ พักผ่อนที่หาดบางแสน รับประทานอาหาร  
กลางวัน บ่าย นั่งเรือข้ามไปเกาะสีชัง  
นั่งรถเที่ยวชมรอบเกาะ สักการะเจ้าพ่อเขาใหญ่  
ชมพระที่นั่งจุฬาราชูราชฐาน และโบราณสถาน  
ต่างๆ เดินทางกลับ แวะซื้อของฝากที่ตลาด  
หนองมน 17.00 น. เดินทางกลับ

สรุป โปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยว  
แบบผสมสำหรับ 1 วัน มีจุดเด่นทั้งสามโปรแกรม  
คือ นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นที่  
นิยมของนักท่องเที่ยว และได้มีการพัฒนาสถานที่  
ที่ท่องเที่ยวเดิมให้น่าท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น  
พระที่นั่งต่าง ๆ และโบราณสถานต่าง ๆ บน  
เกาะสีชัง

### 1.2 โปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับ 2 วัน 1 คืน

#### 1.2.1 โปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม

โปรแกรมที่ 1 ท่องเที่ยวทั่วเมืองชล ต้องมนต์  
ทะเล หลงเสน่ห์หาดทราย

วันแรก ออกเดินทางเช้า เวลา 6.30 น. ถึง  
จังหวัดชลบุรี ชมอุทยานสามก๊ก ปราสาทสัจธรรม  
รับประทานอาหารกลางวัน บ่าย เดินทางไป  
เกาะสีชัง พักค้างคืนที่เกาะสีชัง วันที่สอง เข้า  
สักการะเจ้าพ่อเขาใหญ่ ชมพระจุฬาราชูราชฐาน  
สร้างในสมัยรัชกาลที่ 5 และพระที่นั่งองค์อื่น ๆ  
รับประทานอาหารกลางวัน บ่าย เดินทางกลับสู่  
ฝั่ง เวลา 16.00 น. เดินทางกลับ แวะซื้อของฝาก  
ที่ตลาดหนองมน

#### โปรแกรมที่ 2 นมัสการหลวงพ่อบุญ ย้อน รอยอารยธรรม ศรีมโหสถ

วันแรก ออกเดินทางเช้า เวลา 6.30 น. ถึง  
จังหวัดฉะเชิงเทรา ชมตลาดคลองสวน นมัสการ  
หลวงพ่อบุญองค์จริง ล่องเรือตามลำน้ำบาง  
ปะกง เดินชมตลาดบ้านใหม่ รับประทานอาหาร  
กลางวัน บ่าย ขอพรจากเทพเจ้าแห่งโชคลาภ วัด  
จันทรมุขมโสร วัดอุภัยภาติกการาม วัดปิตุลาธิ  
ราชรังสฤษฎิ์ รับประทานอาหารเย็น เข้าที่พัก วันที่  
สอง ชมวัดโพธิ์บางคล้า อนุสรณ์สถานพระเจ้า  
ตากสิน ชมกลุ่มโบราณสถานสระมรกต

ต้นโพธิ์ศรีมหาโพธิ์ รับประทานอาหารกลางวัน  
บ่าย ชมสถาปัตยกรรม 4 ซาติที่วัดแก้วพิจิตร  
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติปราจีนบุรี ตึกเจ้า  
พระยาอภัยภูเบศร พิพิธภัณฑการแพทย์แผนไทย  
ผ่อนคลายความเมื่อยล้า ด้วยแพทย์แผนไทย  
มีบริการนวดหน้า นวดตัว นวดเท้า เลือกซื้อของ  
ฝากผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรทั้งยา เครื่องสำอาง  
เครื่องดื่ม เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 3 เที่ยวเมืองจันทร์ ย้อนรอย  
พระเจ้าตาก

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึง  
จังหวัดจันทบุรี ชมตึกแดง คุกขี้ไก่ รับประทาน  
อาหารกลางวัน บ่าย นมัสการหลวงพ่อบุญสมชาย  
วัดเขาสุกิม ชมถ้ำต่าง ๆ เดินทางเข้าสู่ที่พัก วันที่  
สอง เช้า ลักการะศาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน  
มหาราช ชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพานิชนาวี  
รับประทานอาหารกลางวัน บ่าย ชมศิลปวัตถุสมัย  
ขอมที่ วัดทองทั่ว โบราณวัตถุที่เป็นอนุสรณ์ของ  
สมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี พระบรมราชินีใน  
รัชกาลที่ 7 เลือกซื้อของฝาก เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

1.2.2 โปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยว  
เชิงธรรมชาติ

โปรแกรมที่ 1 ตามรอยพระอภัยมณี

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึง  
ท่าเรือบ้านเพจังหวัดระยอง เดินทางข้ามไปเกาะ  
เสม็ด เที่ยวชมทัศนียภาพบนเกาะ นั่งเรือชม  
รอบเกาะ ทำกิจกรรมต่าง ๆ พักค้างคืนบนเกาะ  
วันที่สอง เช้าเดินทางสู่ฝั่งท่าเรือบ้านเพ ชม  
อนุสาวรีย์สุนทรภู่ เดินทางสู่อุทยานแห่งชาติเขา  
ชะเมา ชมธรรมชาติ เล่นน้ำตก รับประทาน  
อาหารกลางวันและชมธรรมชาติต่อ เวลา 16.00น.  
เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 2 มนต์เสน่ห์ทะเลตราด

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึง  
จังหวัดตราด นั่งเรือข้ามสู่เกาะช้าง ชมทัศนียภาพ  
และทำกิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะช้าง พักค้างคืน  
บนเกาะช้าง วันที่สอง เช้า เดินทางสู่เกาะกระ หมู่  
เกาะรัง ดำน้ำดูปะการัง บ่าย เดินทางกลับสู่  
ฝั่ง เวลา 18.00 น. เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 3 ดำน้ำ ตกปลา ธรรมชาติทะเล  
ตราด

วันแรก ออกเดินทางเช้า เวลา 6.30 น. ถึง  
จังหวัดตราด ลงเรือข้ามไปเกาะหวาย ดำน้ำ ดู  
ปะการัง ทำกิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะหวาย พัก  
ค้างคืนบนเกาะหวาย วันที่สอง เช้าเดินทาง สู่หมู่  
เกาะรัง ชมธรรมชาติดูปะการัง เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

1.2.3 โปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยว  
แบบผสม

โปรแกรมที่ 1 จากเมืองโบราณสู่การล่องแก่ง

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึง  
ท่าเรือเทศบาลตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง  
จังหวัดฉะเชิงเทรา ล่องเรือชมทิวทัศน์บริเวณปาก  
แม่น้ำบางปะกง ชมแหล่งเพาะเลี้ยงปลากะพง ป่า  
ชายเลน ปลาโลมา (เดือนพฤศจิกายนถึง  
กุมภาพันธ์) ดงนก ตลาดเก่าอายุ 100 ปีที่ตลาด  
คลองสวน นมัสการหลวงพ่อบุญสร รับประทาน  
อาหารกลางวัน บ่าย เดินทางสู่จังหวัดปราจีนบุรี  
ชมกลุ่มโบราณสถานสระมรกต ต้นโพธิ์ศรีมหา  
โพธิ์ ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เดินทางต่อถึง  
อำเภอนาดี จังหวัดสระแก้ว พักค้างคืน วันที่สอง  
เช้าเดินทางสู่แก่งหินเพิงอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่  
ล่องแก่งถึงแก่งงูเห่า รับประทานอาหารกลางวัน  
บ่าย เดินทางศึกษาธรรมชาติ เวลา 15.30 น.  
เดินทางสู่เมืองปราจีนบุรีซื้อของฝากเวลา 18.30 น.

เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 2 เทียวสระแก้ว ดินแดนตะวันออกสุดประเทศ

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงอุทยานแห่งชาติปางสีดา

จังหวัดสระแก้ว ชมธรรมชาติ ดูผีเสื้อ เทียนน้ำตก รับประทานอาหารกลางวัน บ่าย ชมทะเลพุราสาทศดึกก้อกกรม พักที่อำเภออรัญประเทศ วันที่สอง เข้าชมตลาดการค้าชายแดน (ตลาดโรงเกลือ) บ่าย เดินทางสู่อำเภอคลองหาด เดินป่าชมถ้ำ ศึกษาธรรมชาติวิทยาภายในถ้ำ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรจากโรงพยาบาลวังน้ำเย็น เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 3 สัมผัสมนต์เสน่ห์เมืองจันทร์

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัดจันทบุรี ชมน้ำตกพลิ้ว อนุสาวรีย์เจ็ดยักษ์ รับประทานอาหารกลางวัน บ่ายชมโอเอซิส ซีเวิลด์ คุกไข่ไก่ ดึกแดง แวะซื้อพลอยเมืองจันทร์ที่ถนนอัญมณี หาดเจ้าหลาว พักค้างคืน วันที่สอง เข้าชมปะการังน้ำตื้นที่บริเวณหาดเจ้าหลาว ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

สรุป โปรแกรมทัวร์ สำหรับ 2 วัน 1 คืน ประเภทเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ แบบผสม ทุกโปรแกรมมีจุดเด่น คือ มีสถานที่ท่องเที่ยวข้ามเส้นทางท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง เขต 3 เขต 4 เขต 5 ได้แนะนำไว้ในคู่มือเส้นทางท่องเที่ยวสี่วันออกและเขต 8 ได้แนะนำไว้ในคู่มือเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเบญจบูรพาสุวรรณภูมิ

1.3 โปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับ 3 วัน 2 คืน

1.3.1 โปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โปรแกรมที่ 1 เทียวเมืองธรรมะ ไหว้พระศักดิ์สิทธิ์

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัดชลบุรี นมัสการพระพุทธมิ่งมงคลนิมิตต์ หลวงพ่อเจยวัดใหญ่อินทาราม สักการะเทพเจ้าจีน ณ วิหารเทพสถิตพระกิติเฉลิมที่อ่างศิลา เดินทางสู่ท่าเรือเกาะลอยศรีราชา เดินทางสู่เกาะสีชัง พักที่เกาะสีชัง วันที่สอง ชมความงามของตึกพระจุลฑาธุชราชฐาน วัดอัมพวันคณิมิต สักการะศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ เดินทางจากเกาะสีชังสู่จังหวัดฉะเชิงเทรา สักการะพระพนัสบดี เย็นชมทิวทัศน์แห่งลุ่มน้ำบางปะกง และพระอุโบสถวัดโสธร วรารามวรวิหารในยามค่ำคืน เข้าที่พัก วันที่สาม นั่งรถชมเมืองแปดริ้ว เทียวตลาดเก่าที่บ้านใหม่ วัดจีนประชาสโมสร วัดอุภัยภาติการาม วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์ ป้อมเมืองฉะเชิงเทรา นมัสการหลวงพ่โสธรองค์จริง ชมพิพิธภัณฑ์มีชีวิตที่ศูนย์ศึกษาพัฒนาการเขาคันทรง อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เลือกซื้อของฝาก เวลา 17.30 น. เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 2 ไหว้พระศักดิ์สิทธิ์ ตามติดประวัติศาสตร์ สดักก้อกกรม

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัดฉะเชิงเทรา ชมวัดเมือง (วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์) อนุสาวรีย์พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร) นมัสการหลวงพ่โสธรองค์จริง ล่องเรือตามลำน้ำบางปะกง เดินชมตลาดใหม่ วัดจีนประชาสโมสร นมัสการหลวงพ่โต วัดอุภัยภาติการาม เดินทางต่อไปจังหวัดสระแก้ว พักค้างคืนที่อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว วันที่สอง ชมปราสาทสดักก้อกกรม นั่งรถอีแต๊ก ชมทะเลเลือกซื้อสินค้าจากโรงงานในเครือสหพัฒน์

และตลาดโรงเกลือ พักค้างคืนที่อำเภออรัญประเทศ วันที่สาม เข้าเดินทางจากอำเภออรัญประเทศ มุ่งสู่จังหวัดปราจีนบุรี ถึงอำเภอศรีมโหสถ ชมกลุ่มโบราณสถานสระมรกตสักการะรอยพระบาทคู่ ชมต้นโพธิ์ศรีมหาโพธิ ชมสถาปัตยกรรม 4 ชาติ ที่วัดแก้วพิจิตรพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติปราจีนบุรี ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร พิพิธภัณฑการแพทย์แผนไทย ชื่อของฝาก เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 3 ชาบั้งจิตรกรรม ชมอารยธรรมโบราณ

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัดชลบุรี ชมอุทยานสามก๊ก ปราสาทสังฆกรรมเมืองจำลอง วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร พระพุทธรูปแกะสลักเขาชีจรรย์พักค้างคืนที่พัทยากลางคืนชมโชว์ ณ โรงละครอลังการ วันที่สองเดินทางมาบางแสน สักการะเทพเจ้าจีน ณ วิหารเทพสถิต พระกิติเฉลิม ชมจิตรกรรมฝาผนังวัดใหญ่อินทาราม ช่วงบ่ายเดินทางมาจังหวัดฉะเชิงเทรา นมัสการหลวงพ่อโสธรองค์จริง ล่องเรือตามลำน้ำบางปะกง ชมตลาดบ้านใหม่ วัดจีนประชาสโมสร วัดอุภัยภาติการาม พักค้างคืนที่จังหวัดฉะเชิงเทรา วันที่สาม เดินทางถึงอำเภอบางคล้า ชมวัดโพธิ์บางคล้า ค้างแรมแหม่ไก่ เดินทางต่อไปจังหวัดปราจีนบุรี ชมกลุ่มโบราณสถานสระมรกต สักการะรอยพระบาทคู่ ต้นโพธิ์ศรีมหาโพธิ ชมสถาปัตยกรรม 4 ชาติ ณ วัดแก้วพิจิตรพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติปราจีนบุรี ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร พิพิธภัณฑการแพทย์แผนไทย ชื่อของฝาก เวลา 17.00 น. เดินทางกลับ

1.3.2 โปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

โปรแกรมที่ 1 จากหาดทรายสู่สายน้ำ (จันทบุรี)

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัดจันทบุรี เที่ยวชมถ้ำเขาวง ศึกษาระบบนิเวศป่าชายเลนโครงการพระราชดำริอ่าวคุ้งกระเบน ชมปะการัง เล่นน้ำทะเลที่หาดเจ้าหลาว พักค้างคืนวันที่สอง เดินทางสู่อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ อนุก พักผ่อนเล่นน้ำที่น้ำตกกระทิง เดินเท้าศึกษาธรรมชาติ อนุก กลัวยไม้ป่า พักค้างคืนวันที่สาม เดินทางสู่คลองโป่งน้ำร้อน ล่องแก่งคลองโป่งน้ำร้อน (เฉพาะฤดูฝน) เวลา 16.00 น. เดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 2 สัมผัสอุทยานแห่งชาติ (สระแก้ว - จันทบุรี)

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัดสระแก้ว เที่ยวอุทยานแห่งชาติปางสีดา ศึกษาธรรมชาติที่เขื่อนน้ำตก ดูผีเสื้อ (ประมาณเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคมของทุกปี) รับประทานอาหารกลางวัน บ่าย นั่งรถอีแต๊กชมทะเลดู เดินทางถึงอุทยานแห่งชาติตาพระยา ศึกษาธรรมชาติ ดูโป่งสัตว์ สองดูสัตว์ พักค้างคืน วันที่สอง เดินทางถึงอำเภอโคกสูง ชมปราสาทหินสัจจกัณฑ์ ชื่อของฝากตลาดโรงเกลือ เดินทางต่อไปจังหวัดจันทบุรี พักค้างคืน วันที่สาม เดินทางสู่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว เที่ยวชมน้ำตกเขาสอยดาว เดินป่า ชมผีเสื้อ บ่ายเดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 3 หรรษาฮาเฮทะเล น้ำตก (ตราด - จันทบุรี)

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัดตราด นั่งเรือข้ามไปเกาะกูด นั่งเรือดำน้ำดูปะการัง พักค้างคืน วันที่สอง นั่งเรือไปเกาะกระและเกาะยักษ์ ดำน้ำดูปะการัง บ่ายกลับมาเกาะกูดศึกษาธรรมชาติ เล่นน้ำตกคลองเจ้าบนเกาะกูด วันที่สาม นั่งเรือกลับฝั่ง เดินทางไปจังหวัดจันทบุรี เขื่อนน้ำตกพลิ้ว ชมอลงกรณ์เจดีย์ บ่ายชื่อของฝาก เดินทางกลับ

### 1.3.3 โปรแกรมทัวร์ประเภทการท่องเที่ยวแบบผสม

#### โปรแกรมที่ 1 เที่ยวเมืองฉะ มาเมืองชล

วันแรก ออกเดินทางเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัดฉะเชิงเทรา นมัสการหลวงพ่อดำองค์จริง ล่องเรือตามลำน้ำบางปะกง ชมวิถีชีวิตของชาวบ้าน ธรรมชาติสองฝั่งแม่น้ำบางปะกง เดินชมตลาดใหม่ ตลาดริมน้ำโบราณที่มีอายุกว่า 100 ปี แวะขอพรจากเทพเจ้าแห่งโชคลาภวัดจีนประชาสโมสร วัดอุภัยภาติการาม บ่าย เดินทางถึงจังหวัดชลบุรี ชมสวนสัตว์เปิดเขาเขียว พักค้างคืนที่พัทยา วันที่สอง ชมอันเดอร์ วอเตอร์ เวิลด์ สวนนงนุช เย็น ชมศิลปะการแสดง ณ โรงละครอลังการ พักค้างคืนที่พัทยา วันที่สาม เดินทางสู่เกาะล้าน ดำน้ำดูปะการัง เล่นกีฬาทางน้ำ 16.00 น. เดินทางกลับ

#### โปรแกรมที่ 2 ตามรอยเมืองโบราณ (ปราจีนบุรี - สระแก้ว)

วันแรก ออกเดินทางถึงจังหวัดปราจีนบุรี เยี่ยมชมกลุ่มโบราณสถานสระมรกต สักการะรอยพระพุทธบาทคู่ ชมต้นโพธิ์ศรีมหาโพธิ์ บ่าย เดินทางสู่แก่งหินเพิง อำเภอนาดี ล่องแก่งหินเพิง พักค้างคืนที่อำเภอนาดี วันที่สอง เดินทางสู่อุทยานแห่งชาติปางสีดา ศึกษาธรรมชาติ เทียนน้ำตก ดูผีเสื้อ บ่ายนั่งรถอีแต๊ก ชมทะเล ปราสาทสติก ก๊อกรม ชื้อของฝากที่ตลาดโรงเกลือ พักค้างคืนที่อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว วันที่สาม ชมปราสาทเขาน้อยสิชมพู เดินทางไปอำเภอลองหาด เดินป่า ชมถ้ำ หินย้อย ไปอำเภอรังน้ำเย็น เลือกรื้อผลิตภัณ์จากสมุนไพร นวดแผนโบราณ ชมทิวทัศน์รอบเมืองบนยอดเขาสูงที่เขาคอกรรจ์ชมฝูงค้างคาวนับล้านที่อาศัยอยู่ภายในถ้ำออกหากิน เวลา 18.00 น. เดินทางกลับ

### โปรแกรมที่ 3 เลียบเลาะเมืองชล - ระยอง (ชลบุรี - ระยอง)

วันแรก ออกเดินทางเช้าเวลา 6.30 น. ถึงจังหวัดชลบุรี นมัสการหลวงพ่อดำ ที่วัดใหญ่อินทาราม พระพุทธรูปกนิมิตต์วัดธรรมนิมิตต์ เยี่ยมชมสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล บ่าย เดินทางสู่สวนเสือศรีราชา เมืองจำลอง เย็นชมการแสดงคาบาเรต์ พักค้างคืนที่พัทยา วันที่สอง ชมวัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร ให้อาหารพระธาตุเรศร์ ชมวิหารเซียน พระพุทธรูปแกะสลักที่หน้าผาเขาชีจรรย์ ชมสวนนงนุช ซอปปิง พักค้างคืนที่จังหวัดระยอง วันที่สาม เดินทางข้ามไปยังเกาะเสม็ด พักผ่อน เล่นน้ำ ชมทิวทัศน์รอบเกาะ เวลา 16.00 น. เดินทางกลับ

สรุป โปรแกรมทัวร์สำหรับ 3 วัน 2 คืน ประเภทเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติและแบบผสม ทุกโปรแกรมมีจุดเด่น คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมและสนใจไปท่องเที่ยว และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของแต่ละจังหวัด และมีสถานที่ท่องเที่ยวข้ามเส้นทางท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคกลาง เขต 3 เขต 4 เขต 5 ได้แนะนำไว้ในคู่มือเส้นทางท่องเที่ยวสี่สัปดาห์และเขต 8 ได้แนะนำไว้ในคู่มือเส้นทางในกลุ่มจังหวัดเบญจบูรพาสุวรรณภูมิ

2. ผลการวิจัยได้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ (FITs) ได้รับการพิจารณาความเหมาะสมจากผู้ทรงคุณวุฒิว่า มีความเหมาะสมระดับมาก ได้จำนวน 27 เส้นทาง แบ่งเป็น เส้นทางท่องเที่ยว 3 ประเภท คือ เชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติและแบบผสม สำหรับการท่องเที่ยว 1 วัน สำหรับ 2 วัน 1 คืน สำหรับ 3 วัน 2 คืน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 เพื่อสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวไทยกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก ผลการวิจัยพบว่า ภาคีการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก มีรูปแบบความร่วมมือโดยสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต 3 เขต 4 เขต 5 และเขต 8 เป็นแกนนำเรื่องการพัฒนาส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่ละจังหวัดเป็นแกนนำเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี เป็นแกนนำเรื่องการศึกษาวิจัยและองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีวิธีดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี จะเป็นผู้ประสานงานจัดประชุมหน่วยงานในเครือข่าย ปีละ 2 ครั้ง เพื่อดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ร่วมกันได้ถ้ามีผลงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักวิจัย จะส่งผลงานวิจัยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบ และนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย และข้อ 4 เพื่อสร้างธนาคารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย ผลการวิจัยได้ข้อมูลโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป จำนวน 27 โปรแกรม แยกเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวแบบผสม และได้เส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ (FITS) จำนวน 27 เส้นทาง

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 5 เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม เกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทย ในภาคตะวันออก ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดต่างๆ ในภาคตะวันออก 7 จังหวัด มีจุดแข็ง

คือ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ กิจกรรมประเพณีต่าง ๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวสม่ำเสมอตลอดปีมีความร่วมมือกันส่งเสริมการท่องเที่ยว เรียกว่า สีสันตะวันออก และเบญจบุรพาสุวรรณภูมิ นักท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก ชอบเดินทางท่องเที่ยวอิสระโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อนและกลุ่มครอบครัวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าของญาติ หรือเพื่อน

### อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยได้โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป จำนวน 27 โปรแกรม จะเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัดในบางอย่างเช่น มีสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไป มีสถานที่ท่องเที่ยวข้ามระหว่างเส้นทางท่องเที่ยวสีสันตะวันออก และเบญจบุรพาสุวรรณภูมิที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต 3 เขต 4 เขต 5 เขต 8 ได้แนะนำไว้ในคู่มือท่องเที่ยวภาคตะวันออก โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป และเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นได้รับการพิจารณาความเหมาะสมจากผู้ทรงคุณวุฒิว่า มีความเหมาะสมระดับมากและ ผู้วิจัยได้สำรวจเส้นทางจริงในพื้นที่ท่องเที่ยวเกือบทุกเส้นทาง จึงคาดว่าจะโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปและเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระสนใจและนำไปใช้ได้

2. จากผลการวิจัยได้ภาคีการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก มีรูปแบบความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต 3 เขต 4 เขต 5 เขต 8 จังหวัด บริษัทนำเที่ยว และนักวิจัย การท่องเที่ยวน่าจะดำเนินการได้

เนื่องจากในสภาพปัจจุบันในแต่ละจังหวัดมีความร่วมมือระหว่างองค์กรต่างๆ ภายในจังหวัดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่แล้ว ถ้ามีความร่วมมือระหว่างจังหวัดใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเติบโตมากขึ้น

3. จากผลการวิจัย จังหวัดต่าง ๆ ในภาคตะวันออก 7 จังหวัดมีจุดแข็งในด้านการท่องเที่ยว คือมีแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจระยะทางระหว่างกรุงเทพมหานครมายังจังหวัดต่าง ๆ ในภาคตะวันออกหรือระยะทางระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ไม่ไกลมากนัก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวได้ไม่ลำบากนัก นอกจากนี้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำและทางบก กิจกรรมกีฬา กิจกรรมผจญภัย กิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในภาคตะวันออก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออกส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวอิสระด้วยรถยนต์ส่วนตัวเนื่องจากการเดินทางระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ในภาคตะวันออกมีระยะทางไม่ไกลมากนัก และห่างจากกรุงเทพ ไม่มากนัก ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพจะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีเส้นทางหลักจากกรุงเทพมาจังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ถนนมอเตอร์เวย์ (กรุงเทพฯ - ชลบุรี ถนนหมายเลข 7) ถนนสุขุมวิท (ถนนหลวงหมายเลข 3) ถนนบูรพาวิถี ถนนสุวินทวงศ์ ถนนหมายเลข 305 ผ่านอำเภอองครักษ์นครนายก มาสู่จังหวัดปราจีนบุรี และมีถนนทางหลวงชนบทเชื่อมไปอำเภอต่าง ๆ ของทุกจังหวัด และถึงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดต่างๆ ในภาคตะวันออก 7 จังหวัด จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวท่องเที่ยวอิสระมากกว่าจะซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวบาง

กลุ่มที่ท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยหน่วยงานราชการหรือเอกชนเป็นผู้จัดจะซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวแต่ส่วนใหญ่จะกำหนดรายการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างหน่วยงานนั้นหรือหัวหน้ากลุ่มกับบริษัทนำเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจะขายได้ส่วนใหญ่จะเป็นโปรแกรมนำเที่ยวไปสถานที่ท่องเที่ยวที่บุคคลส่วนใหญ่สนใจและนิยมไปท่องเที่ยว เช่น เกาะเสม็ด เกาะช้าง

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. บริษัทนำเที่ยวหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในภาคตะวันออกควรจะนำโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไปใช้จัดท่องเที่ยวให้กับผู้บริโภคจริง เพื่อตรวจสอบว่าโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่สร้างขึ้น นักท่องเที่ยวจะซื้อบริการท่องเที่ยวหรือไม่เพื่อที่จะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อบริการท่องเที่ยวต่อไป

2. จากการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภัยคุกคามของการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก พบว่า ทุกจังหวัดมีจุดแข็ง มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประชาชนควรร่วมมือกันอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ให้คงสภาพเดิมหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. ควรจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวใน 7 จังหวัด ในภาคตะวันออก เพื่อเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2. ควรจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกให้เป็นการตลาดท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 

## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). เส้นทางความสุข. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). Happiness จันทบุรี. กรุงเทพฯ: กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา ฝ่ายบริการการตลาด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). Thailand จะเชิงเทรา. กรุงเทพฯ: กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา ฝ่ายบริการการตลาด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). Thailand ชลบุรี. กรุงเทพฯ: กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา ฝ่ายบริการการตลาด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). Thailand ปราจีนบุรี. กรุงเทพฯ: กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา ฝ่ายบริการการตลาด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). Thailand ตราด. กรุงเทพฯ: กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา ฝ่ายบริการการตลาด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). Thailand ระยอง. กรุงเทพฯ: กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา ฝ่ายบริการการตลาด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). Thailand สระแก้ว. กรุงเทพฯ: กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา ฝ่ายบริการการตลาด.
- กิ่งพร ทองใบ. (2546). กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทน์ วรรณถนอม. (2547). การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เฟื่องฟ้าพรินต์ติ้ง.
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮ้าส์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

ยุพดี เสตพรรณ. (2548). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : พิธิษฐ์การพิมพ์.

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : บริษัทสามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2547). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ขอนแก่น : โรงพิมพ์คลังน่านวิทยา.

อัจฉรา จันทร์ฉาย. (2546). **สู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ คู่มือการวางแผนกลยุทธ์และการจัดทำBSC (Balanced Scorecard).** (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของ  
ตำบลเขาวง อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Participatory Agro Tourism Development Strategy for Khaowong,  
Bantakun District, Surat Thani Province.

กมลวันย์ โมราศิลป์

วิสุทธิณี ธาณรัตน์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Kamonwan Morasilp

Wisuttinee Taneerat

Prince of Songkhla University, Surat Thani Campus

### บทคัดย่อ

การวิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาเป็นกองท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง 3) เพื่อกำหนดบทบาทหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องในการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กับพัฒนากองท่องเที่ยว เชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยร่วมกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทน เกษตรกรในพื้นที่ตำบลเขาวง กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาวง เจ้าหน้าที่ สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านตาขุน ใช้เครื่องมือด้านการบริหารจัดการ คือ การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกองค์กร (SWOT Analysis) และแมทริกซ์ TOWS (TOWS Matrix) เก็บบันทึกรวบรวม ข้อมูลจากการจัดเวทีประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามเทคนิค A-I-C เพื่อให้ได้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของตำบลเขาวง และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วม ของตำบลเขาวง

ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของตำบลเขาวง สรุปได้ว่า จุดแข็งของตำบล เขาวง ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ สภาพพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การทำเกษตร ปลูกผลไม้ได้หลากหลาย ประเภท ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพและมีจำหน่ายตลอดปี และมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญใกล้เคียง เช่น เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จุดอ่อนของตำบลเขาวง คือ ประชาชนยังขาดความรู้ความ เข้าใจเรื่องการท่องเที่ยว เช่น การบริการ การต้อนรับ ฯลฯ เกษตรกรไม่มีเวลาเข้าร่วมกิจกรรม และ ยังไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โอกาสของตำบลเขาวง คือ การส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ใหม่และเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมตามนโยบายของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา นโยบายการค้าเสรี ทำให้มีโอกาสเปิดตลาดการค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและการท่องเที่ยวการให้ความสำคัญเรื่อง

การท่องเที่ยวของทุกภาคส่วนและความมีศักยภาพของสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นที่จะผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยว อุปสรรคของตำบลเขาวง คือ ขาดการสนับสนุน ส่งเสริมจากหน่วยงาน เช่น เรื่องความรู้ด้านการเกษตร สาธารณูปโภคพื้นฐาน และชุมชนขาดความเข้มแข็ง

จากผลการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของตำบลเขาวง ชุมชนร่วมกันกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวงได้ว่า วิสัยทัศน์ คือ เป็นแหล่งเรียนรู้การเกษตร ผู้นำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์สินค้าการเกษตรสู่สากล ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก คือ 1) การพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรและสินค้า OTOP (2 กลยุทธ์ 7 โครงการ) 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน (4 กลยุทธ์ 12 โครงการ) 3) การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว (1 กลยุทธ์ 6 โครงการ) 4) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน (1 กลยุทธ์ 2 โครงการ)

**คำสำคัญ :** เกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วม

### Abstract

Research on Strategic Participatory of Developing Agro Tourism : Khaowong, Bantakun, Surat Thani purposes to 1) to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats for agro tourism development, 2) to determine the strategic plan for participated agro tourism of Khaowong Sub-district, and 3) to determine the

roles of organizations which related to the plan. Sample groups of this research are selected group of agriculturists, related organizations including Khaowong Sub-district Administration Organization and Bantakhun Agricultural Office. A-I-C technique participated workshop is used to collect data and SWOT analysis and TOWS matrix are used to analyze the data. As a result, strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Khaowong Sub-district are demonstrated and then strategic development plan for participated agro tourism is established.

The study of internal and external environments of Khaowong Sub-district shows the strengths in term of tourism resources is that Khaowong Sub-district contains many areas of fertile land that can cultivate diverse types of fruits. Therefore, fruits from this area are high quality and the productivity is sufficient for the demand in market places throughout the year. Moreover, there are an abundance of attractive tourism destinations situated around Khaowong Sub-district including Ratchaprapa Dam, Khaosok national park. However, the weaknesses are the lack of knowledge and understand of tourism such as service and hospitality of local people. Furthermore, the agriculturists themselves have no enough time available to join tourism as well as there are no tourism programs offered in this area. For the opportunity, the community-based tourism policy of the Ministry of sport and tourism, free trade area policy, the support from related public and private organizations and educational institutions which offer study programs in tourism could accelerate the growth of agro

tourism in this area. Although there are some great opportunities, Khaowong Sub-district is encountering some considerable threats: the lack of basic infrastructure, the low level of participation, and the insufficiency of body of knowledge in agriculture.

According to the research result, finally, the vision is established by local people: “to be the agricultural learning center, to be the leader of sustainable agro tourism, to enhance the quality of agricultural products as an international standard”. To meet the vision, therefore, strategic plans are launched: 1. The improvement of agricultural product’s quality and OTOP products. 2. Sustainable agro tourism development. 3. The efficiency enhancement of human resources in tourism. 4. The improvement of wealth of community.

Keywords: Agriculturists, Agro tourism, Strategic of developing Agro Tourism, Strategic Participatory of Developing Agro Tourism

## คำนำ

ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2547-2551 กำหนดให้การท่องเที่ยวจัดอยู่ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะ และขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการปรับโครงสร้างของการบริการบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า ซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 และให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 3-4 สอดคล้อง

กับการดำเนินงานของกรมส่งเสริมการเกษตร ในปีงบประมาณ พ.ศ.2551 ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรโดยผ่านทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีตัวชี้วัดสำคัญ คือ ความสามารถในการพึ่งพาตนเองของเกษตรกร จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นก่อให้เกิดผลดีทั้งในแง่เศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยหลายๆ ด้าน เช่น ทำให้เกษตรกรมีรายได้จากการให้บริการการท่องเที่ยวและจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ช่วยให้เกิดความภาคภูมิใจและหวงแหนในอาชีพดั้งเดิมของเกษตรกร สอรรถมาบุญญ (2547) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนอกจากจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรเจ้าของสวนแล้ว ยังเป็นการแก้ไขปัญหาราคาผลไม้ตกต่ำ เนื่องจากเกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตให้กับผู้บริโภคได้โดยตรง ทำให้จำหน่ายได้ราคาที่ดีขึ้นและการจำหน่ายผลไม้ให้กับนักท่องเที่ยวสามารถจำหน่ายได้โดยไม่ต้องคัดขนาดของผลไม้ นอกจากนี้ยังสามารถกระจายรายได้สู่ส่วนอื่นๆ ของชุมชนได้อีกด้วย อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท้องถิ่นของตนเอง ทำให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน ก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว (คนต่างถิ่น) กับเกษตรกร (คนท้องถิ่น) ได้เป็นอย่างดี ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น ทักษะและประสบการณ์ต่างๆ ระหว่างกัน การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของตำบลเขาวง ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งดำเนินการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วม เพื่อกำหนดบทบาทหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ ทั้งนี้จะส่งผลให้

ชุมชนสามารถวิเคราะห์ตนเอง และมีส่วนร่วม ในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงเกษตรของตนเอง อันจะนำไปสู่การบริหาร จัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ ชุมชนให้มีความยั่งยืนตลอดไป

### เครื่องมือและวิธีการศึกษา

1. ใช้เครื่องมือด้านการบริหารจัดการ คือ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร (SWOT Analysis) กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบ ถึงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของตำบล เขาวง ซึ่งประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

2. ใช้เครื่องมือด้านการบริหารจัดการ คือ แมทริกซ์ TOWS (TOWS Matrix) เพื่อให้ทราบ ถึงสถานการณ์ในภาพรวมที่เกิดขึ้นจริงของ ตำบลเขาวง

3. กลุ่มตัวอย่างระดมความคิดเห็นเพื่อ วางแผนยุทธศาสตร์ กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ โครงการหรือกิจกรรม และ บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงเกษตรร่วมกัน

### ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ สามารถตอบผลการศึกษิตามวัตถุประสงค์และ คำถามการวิจัยได้ดังนี้

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 ตำบลเขาวงมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาเป็น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างไร

จากผลการศึกษาสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกของตำบลเขาวง สรุปได้ว่า จุดแข็ง ของตำบลเขาวง ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ

สภาพพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การทำเกษตร ปลูก ผลไม้ได้หลากหลายประเภท ผลผลิตที่ได้มี คุณภาพและมีจำหน่ายตลอดปี และมีแหล่ง ท่องเที่ยวสำคัญใกล้เคียงเช่น เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก เป็นต้น จุดอ่อนของตำบล เขาวง คือ ประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจ เรื่องการท่องเที่ยว เช่น การบริการ การต้อนรับ ฯลฯ เกษตรกรไม่มีเวลาเข้าร่วมกิจกรรม และ ยังไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โอกาสของ ตำบลเขาวง คือ การส่งเสริมการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวใหม่และเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมตาม นโยบายของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา นโยบาย การค้าเสรีทำให้มีโอกาสเปิดตลาดการค้าผลิตภัณฑ์ ทางเกษตรและการท่องเที่ยว การให้ความสำคัญ เรื่องการท่องเที่ยวของทุกภาคส่วน และ ความมีศักยภาพของสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น ที่จะผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยว อุปสรรค ของตำบลเขาวง คือ ขาดการสนับสนุนส่งเสริม จากหน่วยงาน เช่น เรื่องความรู้ด้านการเกษตร สาธารณูปโภคพื้นฐาน และชุมชนขาดความ เข้มแข็ง

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 ยุทธศาสตร์การ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วม ของตำบลเขาวงเป็นอย่างไร

จากการจัดเวทีประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมี ส่วนร่วมกับกลุ่มตัวอย่าง ได้ร่วมกันวางแผน ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง ดังนี้

### วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นแหล่งเรียนรู้การเกษตร ผู้นำแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ยกย่องสินค้า การเกษตรสู่สากล

## เป้าประสงค์ (Goal)

1. เพิ่มผลผลิตทางการเกษตรและเพิ่มมูลค่าสินค้า OTOP
2. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร
3. เพิ่มรายได้ให้เกษตรกรและชุมชน
4. มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้มาตรฐาน
5. พัฒนาขีดสมรรถนะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
6. เป็นเมืองน่าอยู่ ชุมชนเข้มแข็ง

## ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรและสินค้า OTOP
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน
3. การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว
4. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน  
กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรและสินค้า OTOP

1. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าทางการเกษตร เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การแปรรูปผลไม้ (3 โครงการ)
2. การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร (4 โครงการ)

ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน

1. พัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนภายในประเทศ (2 โครงการ)
2. พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตำบลเขาวง (2 โครงการ)
3. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ยั่งยืนและมีคุณภาพ (7 โครงการ)
4. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์งานผลไม้ประจำปี (1 โครงการ)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว

1. การเสริมสร้างความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วม (6 โครงการ)

ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 4 การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

1. การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน (2 โครงการ)

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้บ้างมีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง

หน่วยงานที่ต้องเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พัฒนาชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 11 องค์การบริหารส่วนตำบลเขาวง องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี สถาบันการศึกษาในท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคใต้ เขต 5 ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัด สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี

## การอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2547-2551 กล่าวคือเป็นการเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ว่า “สุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางการเกษตรครบวงจร ผู้นำการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่ยั่งยืนในภูมิภาค เป็นเมืองน่าอยู่และเป็นแหล่งศึกษาเพื่อพัฒนาคุณธรรม” ส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้ที่ดีและสามารถดำรงชีวิตอย่างเป็นสุข

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง สามารถสรุปได้ว่าลักษณะพื้นที่เกษตรกรรมของตำบลเขาวงมีศักยภาพและมีความพร้อมต่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การศึกษาดูงานความรู้ด้านการเกษตร การเที่ยวชมสวนผลไม้ การจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น ที่ตั้งของตำบลเขาวงอยู่ในเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น เชื้อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก บ้านถ้ำผิง สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก และเป็นจุดแวะซื้อของฝากของที่ระลึกได้ หากแต่การพัฒนานั้นควรที่จะต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมคิดวิเคราะห์และร่วมตัดสินใจเลือกในการบริหารจัดการและแก้ไขปัญหา สอดคล้องกับการศึกษาของวิบูลย์ชัย พุดมทอง (2549) ลำราญ อุ๋นบาง (2548) ราเมศร์ พรหมชาติ (2545)

การกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวงอยู่ภายใต้ศักยภาพด้านทรัพยากรที่มีอยู่คือ

ผลผลิตทางการเกษตรและสินค้า OTOP และความต้องการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของธินิกันต์ ประไกรวัน (2549) ยຸຣີພຣຣຸນ ແສນໃຈຍາ (2545) วรพล วัฒนเหลียงอรุณ (2544) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2544) เดชา ไต้งสูงเนิน (2543)

## สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง เป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของตำบลเขาวง ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งดำเนินการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วม เพื่อกำหนดบทบาทหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ โดยคณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยร่วมกับกลุ่มตัวอย่างคือตัวแทนเกษตรกรในพื้นที่ตำบลเขาวง กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาวงเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านตาขุน ใช้เครื่องมือด้านการบริหารจัดการ คือ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร (SWOT Analysis) และแมทริกซ์ TOWS (TOWS Matrix) เก็บบันทึกรวบรวมข้อมูลจากการจัดเวทีประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามเทคนิค A-I-C เพื่อให้ได้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของตำบลเขาวง และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง

พื้นที่ทำการวิจัยคือตำบลเขาวงซึ่งประกอบด้วย 6 หมู่บ้าน ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัด สุราษฎร์ธานี มีพื้นที่ประมาณ 42.8 ตาราง

กิโลเมตรศักยภาพเบื้องต้นของพื้นที่ประกอบด้วย ส่วนผลไม้หลากหลายชนิด เช่น สวนทุเรียน สวน ลองกอง ด้านผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการ เกษตรที่น่าสนใจ เช่น สบู่ขมิ้นผสมมะขาม สบู่ สปา ขมิ้นผงบ กล้วยอบ เป็นต้น ปัจจุบันชุมชนได้ จัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรผ่านพ่อค้า คนกลางที่เข้ามารับซื้อโดยตรงที่สวนและส่วนหนึ่ง จำหน่ายที่ร้านค้าริมถนนสำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้ เส้นทางผ่านไปเยือนรัชประภาและอุทยานแห่งชาติเขาสก

ผลการศึกษาศภาพแวดล้อมภายในและ ภายนอกของตำบลเขาวง สรุปได้ว่า จุดแข็งของ ตำบลเขาวง ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ สภาพพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การทำการเกษตร ปลูก ผลไม้ได้หลากหลายประเภท ผลผลิตที่ได้มี คุณภาพและมีจำหน่ายตลอดปีและมีแหล่ง ท่องเที่ยวสำคัญใกล้เคียง เช่น เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จุดอ่อนของตำบลเขาวง คือ ประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่อง การท่องเที่ยว เช่น การบริการ การต้อนรับ ฯลฯ เกษตรกรไม่มีเวลาเข้าร่วมกิจกรรม และยังไม่มี กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โอกาสของตำบล เขาวง คือ การส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ใหม่ และเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมตามนโยบายของ

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา นโยบายการค้าเสรี ทำให้มีโอกาสเปิดตลาดการค้าผลผลิตทางการ เกษตรและการท่องเที่ยว การให้ความสำคัญ เรื่องการท่องเที่ยวของทุกภาคส่วนและควมมี ศักยภาพของสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นที่จะ ผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยว อุปสรรคของ ตำบลเขาวง คือ ขาดการสนับสนุน ส่งเสริมจาก หน่วยงาน เช่น เรื่องความรู้ด้านการเกษตร สาธารณูปโภคพื้นฐาน และชุมชนขาดความ เข้มแข็ง

จากผลการศึกษาศภาพแวดล้อมภายในและ ภายนอกของตำบลเขาวง ชุมชนร่วมกันกำหนด แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวงได้ว่า วิสัยทัศน์ คือ เป็นแหล่งเรียนรู้การเกษตร ผู้นำแหล่งท่องเที่ยว เชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ด้านการเกษตร สู่สากล ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก คือ 1) การ พัฒนาผลผลิตทางการเกษตรและสินค้า OTOP (2 กลยุทธ์ 7 โครงการ) 2) การพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน (4 กลยุทธ์ 12 โครงการ) 3) การพัฒนาศักยภาพทรัพยากร มนุษย์ด้านการท่องเที่ยว (1 กลยุทธ์ 6 โครงการ) 4) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน (1 กลยุทธ์ 2 โครงการ) 

## บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). **กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**. กรุงเทพฯ ฯ.
- โฆษิต ปันเปี่ยมราษฎร์. (2536). **การพัฒนาประเทศไทย:แนวคิดและทิศทาง**. กรุงเทพฯ ฯ : สำนักพิมพ์ ดอกเบญจ
- เจดีย์ว บุรีภักดี. (2545). **หลักการพัฒนาและการสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนา**. นครสวรรค์ : สถาบัน ราชภัฏนครสวรรค์.
- ชินรัตน์ สมสืบ. (2539). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.

- ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. (2550). การมีส่วนร่วมของชุมชน. วิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดงรัก
- เดชา ไต้สูงเนิน. (2543). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษาร้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชามนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทองศักดิ์ คุ่มไชนะ. (2534). การพัฒนาชุมชนเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : กรมการพัฒนาชุมชน
- เทิดชาย ช้วยบำรุง. (2548). เอกสารการประชุมเพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนบุคลากรร่วมดำเนินงานวิจัยโครงการ “ยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรสู่การท่องเที่ยวยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี”
- ธนชัย ยมจินดา. (2545). การวางแผนกลยุทธ์และการควบคุม. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ธิดิกานต์ ประไกรวัน. (2549). การพัฒนาการจัดการสวนเกษตร สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร:กรณีศึกษาสวนขอ “รอยัล ทโรปาร์ค”. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นำชัย หนูผล. 2540. การท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศ เอกสารประกอบการบรรยายในการอบรมหลักสูตรการท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศ วันที่ 28 พฤศจิกายน 2540. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นำชัย หนูผลและคณะ. (2543). รายงานการวิจัย เรื่องการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนบ้านโป่ง ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ปกรณ ปรียากร. (2544). การวางแผนกลยุทธ์:แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์. กรุงเทพฯ : เสนาธรรม
- พักรัตน์ วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์. (2542). การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พินิจ ลาภานานนท์. (2546). เอกสารประกอบคำบรรยายการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม. กำแพงเพชร : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร
- ยุริพรรณ แสนใจยา. (2545). แนวทางการพัฒนาไร้ชาสุวิรุฬห์ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราเมศ พรหมชาติ. (2545). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษาร้านโป่ง ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2545). เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงเกษตร. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (อัครา)

วรพล วัฒนเหลื่องอรุณ. (2544). การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระบบเหมืองฝายของภูมิปัญญาชาวบ้าน:กรณีศึกษา หมู่บ้านห้วยอีด่าง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิบูลย์ชัย พุดทอง. (2549). แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาเกษตรศาสตร์ การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตร. (2543). แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตร. กรมส่งเสริมการเกษตร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.(อัครา)

ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตร. (2544). เอกสารโครงการไทยเที่ยวไทย และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายใต้มาตรฐาน มพช. (โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร). กรมส่งเสริมการเกษตร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (อัครา)

สอรัฐ มากบุญ. (2547).รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบเส้นทางและความพร้อมของเกษตรกรในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา.

สถาบันดำรงราชานุภาพและสถาบันที่ปรึกษาเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในราชการ. (2539). การปฏิรูประบบราชการ. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2543). รายงานขั้นสุดท้าย การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2544). การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism). กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สินธุ์ สโรบล,บรรณาธิการ. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิด และประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. เชียงใหม่ : วนิดา เพรส.

สุเชษฐา เชษฐมาส. (2541). “วิสัยทัศน์การจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ”. รายงานการฝึกอบรมหลักสูตรการให้บริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ.(อัครา)

สุโขทัยธรรมมาธิราช,มหาวิทยาลัย. (2537). การบริหารแผนงานโครงการพัฒนาท้องถิ่นและชนบท. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

เสนห์ จามริก. (2540). เศรษฐกิจพอเพียงในกระแสโลกาภิวัตน์. เอกสารประกอบการสัมมนา.

สำราญ อุ๋นบาง. (2548). **การจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรระดับหมู่บ้านแบบมีส่วนร่วมของหมู่ที่ 6 บ้านตลุกงาม ตำบลเทพนคร อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านตาขุน. (2550). **ข้อมูลครัวเรือนเกษตรกรในพื้นที่ตำบลเขาวง.**(อัดสำเนา)

อคิน รพีพัฒน์. (2531). **ปัญหาการพัฒนาชนบท : บทเรียนจากกรณียกกระบัตร โครงการพัฒนาลุ่มน้ำแม่กลอง.** ขอนแก่น : สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

### **แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์**

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2550). **การท่องเที่ยวเชิงเกษตร.** สืบค้นออนไลน์ <http://agrotourism.doae.go.th>. [23 ตุลาคม 2550].

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2547). **ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2547-2551.** สืบค้นออนไลน์ <http://www.mots.go.th/strategy/%c2%d8%b7%b8%a1%c3%d0%b7%c3%c7%a747-51.doc>. [ 20 ตุลาคม 2550].

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **กองสถิติและวิจัย. Guest Arrivals at Accommodation Establishments Suratthani.** สืบค้นออนไลน์ <http://www.tat.or.th/> [ 3 ตุลาคม 2550].

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). **ททท.สรุปผลงานกระตุ้นตลาดในรอบปี 2550.** สืบค้นออนไลน์ <http://www.tat.or.th/whatnewdet.asp?id=147>. [1 ธันวาคม 2550].

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)สำนักงานภาค. (2550). **คู่มือในการวิจัย.** สืบค้นออนไลน์ [http://www.vijai.org/Tool\\_vijai/12/06.asp](http://www.vijai.org/Tool_vijai/12/06.asp) [15 ตุลาคม 2550]

สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2548). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานีปี 2548-2551.** สืบค้นออนไลน์ <http://www3.suratthani.go.th/home/document/project/strategy.pdf> [ 22 ตุลาคม 2550].

สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2550). **เอกสารบรรยายสรุปจังหวัด.** สืบค้นออนไลน์ [http://www3.suratthani.go.th/home/document/present/brief\\_surat50.pdf](http://www3.suratthani.go.th/home/document/present/brief_surat50.pdf). [ 22 ตุลาคม 2550].

สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2550). **เอกสารบรรยายสรุปอำเภอ.** สืบค้นออนไลน์ [http://www3.suratthani.go.th/home/index.php?option=com\\_weblinks&catid=53&Itemid=70](http://www3.suratthani.go.th/home/index.php?option=com_weblinks&catid=53&Itemid=70) [ 22 ตุลาคม 2550].



## แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

### ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

Guidelines for Agrotourism Development in the Lower  
Northeastern Thailand

pongpon ธวัชทัญกุล

ชัชฎารัตน์ มุกดา

วศิรินทร์ วาริเสวตสุวรรณ

วิทยาลัยเฉลิมกาญจนา

Pongpon Thawanhithaikun

Chatchadarat Mukda

Wasirin Wareesawedsuwan

Chalemkanchana College

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ประกอบด้วย 6 จังหวัด คือ ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี 2) ศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 3) กำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 4) กำหนดแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งเบื้องต้นโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน การประเมินเพื่อจัดลำดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มอีสานใต้ โดยมีปัจจัยในการประเมินศักยภาพจำนวน 12 ตัวชี้วัด ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 40 แหล่ง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง จำนวน 15 แหล่ง ศักยภาพปานกลางจำนวน 14 แหล่ง และศักยภาพต่ำ จำนวน 11 แหล่งสำหรับผลการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 416 คน พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพราะความน่าสนใจด้านเกษตรกรรม วิถีชีวิตเกษตรกรรม สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดคือกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ไว้ 4 ด้านดังนี้ 1) ด้านการพัฒนาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาแบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ 2) ด้านการพัฒนารับบริการการท่องเที่ยว 3) กลยุทธ์พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ 4) กลยุทธ์พัฒนาด้านอื่นๆ สำหรับการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งเบื้องต้นโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาระบบงานสนับสนุนการท่องเที่ยว

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

### Abstract

The objectives of the research are 1) To evaluate the potential of agrotourism attractions of 6 provinces in the lower of northeastern part of Thailand :Chaiyapoom , Nakorn Ratchasima , Buriram , Surin , Srisakate and Ubon Ratchathani, 2)To study the tourist demand on agrotourism in the Lower Northeastern region, 3) To set guidelines to develop the agrotourism attractions in line with demand of the tourist, 4) To set the dependent strategies to reinforce basic strength by linking to neighboring countries. The factors of potential ranking evaluation of agrotourism attractions in the Lower of Northeastern Thailand included 12 indicators. The result showed that total 40 attractions divided to high potential 15 places, medium potential 14 places, and 11 low potential places. The tourist demand analysis found that most tourists traveled to agrotourism destinations because of agricultural-lifestyle interests and they most needed relaxing activities. Therefore, the guidelines for agrotourism development in the lower northeastern Thailand are: 1) Resource development on the relating to its potentials, 2) Service development, 3) Marketing and Public Relation strategy, 4) Other recommended strategies. Regarding the dependent strategies with the neighboring

countries, it is recommended here that there should be the tourism networks, the tourism destination development based on its potentials to supply the tourist demand and the development of working system to support the tourism industry in the area.

**Keywords :** Agro tourism, Potential-Based, The Lower Northwestern Thailand

### คำนำ

การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวในภูมิภาคอีสานใต้ นับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนับว่าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ควรได้รับการสนับสนุนให้เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เนื่องจากภูมิประเทศที่สวยงาม ประชากรส่วนใหญ่มีพื้นฐานอาชีพจากเกษตรกรรมไม่ว่าจะเป็น ไร่ นา สวนผลไม้ สวนดอกไม้ พืช ผัก และฟาร์มปศุสัตว์ ซึ่งมีวิถีเกษตรที่พัฒนามาจากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นเกษตรกรรมที่อาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงกิจกรรมการเกษตรที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาจากภาครัฐ

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ พร้อมกับศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

## วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
2. เพื่อศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. เพื่อกำหนดแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งเบื้องต้นโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

## คำถามการวิจัย

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวหรือไม่ และอยู่ในระดับใด
2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นอย่างไร
3. แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวควรเป็นอย่างไร
4. แนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งเบื้องต้นโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านควรเป็นอย่างไร

## นิยามศัพท์เฉพาะ

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมในตัวเองของแหล่งท่องเที่ยวที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง การจัดการ หรือการทำให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงใดๆ ขึ้น ซึ่งศักยภาพทางการท่องเที่ยวพิจารณาจากระบบองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ 3 องค์ประกอบหลัก คือ แหล่งท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย : 2540)

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยสมัครใจ เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ อาจจะพักค้างแรมหรือไม่พักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็ได

ความต้องการของนักท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

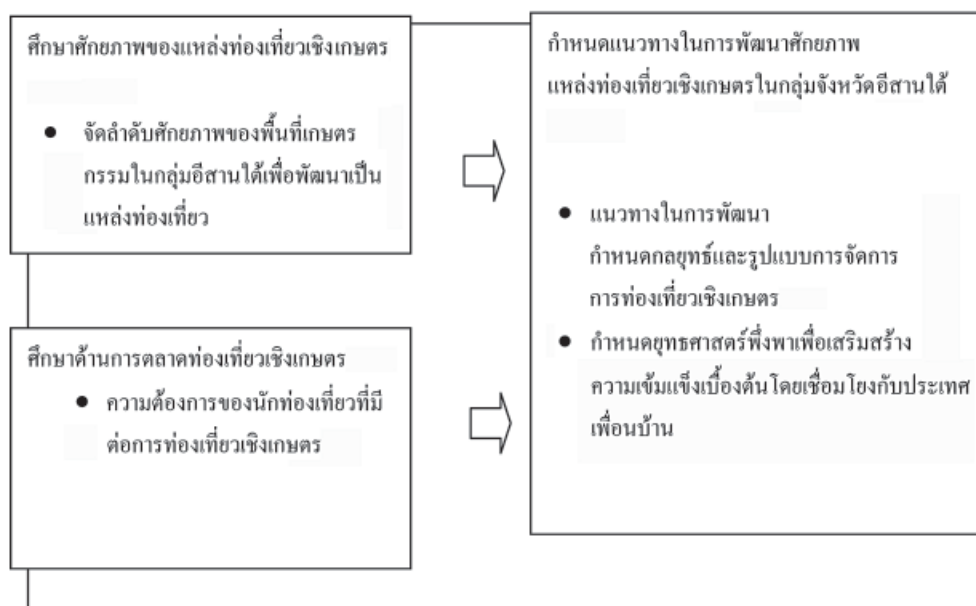
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวแบบหนึ่งซึ่งมุ่งความสนใจไปยังกิจกรรมการเกษตรเป็นหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสพักผ่อนหย่อนใจ เพลิดเพลินและตื่นตาตื่นใจไปกับผลผลิตทางการเกษตร วิถีชีวิต และประสบการณ์ใหม่ๆ ด้านการเกษตร ซึ่งจะส่งผลดีในการก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังเกษตรกรและชุมชนในท้องถิ่นชนบท

## กรอบความคิดในการวิจัย

1. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จัดลำดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มอีสานใต้ที่มีศักยภาพในการพัฒนา โดยประเมินศักยภาพในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบริการการท่องเที่ยวและด้านตลาดการท่องเที่ยว
2. ศึกษาด้านการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วยโครงสร้างของนักท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

3. กำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง เบื้องต้นโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

ภาพ 13 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ที่มา : จากการศึกษา

### เครื่องมือและวิธีการศึกษา

คำถามวิจัยข้อที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวหรือไม่ และอยู่ในระดับใด สามารถกำหนดระเบียบวิธีวิจัยได้ดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการประเมินระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถแบ่งกลุ่มประชากร ได้เป็น 2 กลุ่มตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ ประชากร คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นักวิชาการสำนักงานเกษตรจังหวัด เจ้าหน้าที่ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการที่ปฏิบัติงานใน 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling) โดยคณะผู้วิจัยเลือกตัวอย่างจังหวัดละ 4 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 24 คน

การสำรวจพื้นที่จริง ประชากร คือ พื้นที่เกษตรกรรมที่มีการจัดการพื้นที่ของตนเองและชุมชนของตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แล้วในเขตพื้นที่อีสานใต้ กลุ่มตัวอย่าง คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเลือกทำการประเมิน รวม 40 ตัวอย่าง โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทเทศกาลหรือปรากฏการณ์ แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทชุมชนหรือหมู่บ้านท่องเที่ยวการเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทรายบุคคลหรือรายกิจกรรม (กรมส่งเสริมการเกษตร : 2549 )

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

เก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ และ การสำรวจพื้นที่จริง โดยคณะผู้วิจัย

การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ เป็นการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 24 ท่าน ทั้งนี้ข้อมูลที่ต้องการได้แก่ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของตัวชี้วัดด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่จังหวัดที่อยู่ในความรับผิดชอบว่าอยู่ในระดับใด ช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ สิงหาคม-พฤศจิกายน 2549

การสำรวจพื้นที่ เป็นการเก็บข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพื้นที่จริงแบบประเมินผลรวดเร็ว โดยคณะผู้วิจัย เพื่อศึกษาเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของ

พื้นที่และการสอบถามข้อมูลทั่วไปของคนในพื้นที่ ช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ สิงหาคม 2549 - มกราคม 2550

#### **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบสอบถามนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดค่าน้ำหนักของตัวชี้วัดแต่ละตัว และแบบสำรวจเพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

แบบสอบถามนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวไม่เท่ากัน ดังนั้น จึงได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อให้นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ให้ค่าคะแนน เพื่อกำหนดค่าน้ำหนักของตัวชี้วัดแต่ละตัว โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ 5 คะแนน หมายถึง ตัวชี้วัดนั้นมีผลต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด 4 คะแนน ถึง 1 คะแนน หมายถึง ตัวชี้วัดนั้นมีผลต่อศักยภาพลดหลั่นลงมา จนกระทั่งถึง ไม่มีผลกระทบต่อศักยภาพเลย

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) การกำหนดค่าถ่วงน้ำหนักของตัวชี้วัดแต่ละตัว ใช้วิธีการให้คะแนนความสำคัญตัวชี้วัดแต่ละตัว โดยนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมในพื้นที่ ทั้งนี้การกำหนดตัวชี้วัดได้นำเอาแนวคิดและการกำหนดตัวชี้วัดจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลายแนวคิด ประกอบด้วย

- ลักษณะเฉพาะของเกษตรกรรมที่สนับสนุนโครงข่ายการท่องเที่ยวจังหวัดนคร

ราชสีมาและพื้นที่ต่อเนื่อง (อร ศรีแพร : 2543) ได้กำหนดตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และ ความพร้อมของพื้นที่

- การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา (นาคยา ธนพลเกียรติ : 2547) ได้กำหนดตัวชี้วัด คือ ด้านการบริหาร ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรและด้านการบริการ

- การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย : อ้างแล้ว) ได้กำหนดตัวชี้วัดประกอบด้วย ลักษณะของการทำเกษตรกรรม สิ่งดึงดูดใจ โครงสร้างพื้นฐาน การใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ความต้องการใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว การมีแหล่งท่องเที่ยวเสริม และความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การเกษตร

จากแนวคิดดังกล่าวจึงนำมากำหนดตัวชี้วัดและการกำหนดคะแนนแต่ละตัวชี้วัดดังนี้

#### 1) ตัวชี้วัดด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

- ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คะแนน 3

เป็นแหล่งเกษตรกรรมที่มีความโดดเด่นหรือมีเอกลักษณ์เป็นพิเศษ ทั้งในด้านกายภาพและวิถีชีวิตเกษตรกรรม

คะแนน 2

เป็นแหล่งเกษตรกรรมที่มีความโดดเด่นหรือมีเอกลักษณ์ทางด้านกายภาพ และวิถีชีวิตเกษตรกรรมด้านใดด้านหนึ่ง

คะแนน 1

เป็นแหล่งเกษตรกรรมที่สามารถพบเห็นได้ง่ายทั่วๆ ไป ทั้งในด้านกายภาพ และวิถีชีวิตเกษตรกรรม

- ลักษณะการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

คะแนน 3

ผิวถนนใช้ได้ทุกฤดูกาล สภาพดี เข้าถึงได้ง่าย ใช้เวลาเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดไม่เกิน 30 นาที

คะแนน 2

ผิวถนนใช้ได้ทุกฤดูกาล สภาพพอใช้ ใช้เวลาเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัด 30-45 นาที

คะแนน 1

ผิวถนนใช้ได้บางฤดูกาล สภาพไม่ดี เข้าถึงได้ยาก ใช้เวลาเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัด มากกว่า 45 นาที

- สภาพแวดล้อมและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว

คะแนน 3

มีสภาพแวดล้อมในแหล่งและบริเวณข้างเคียงดี มีทัศนียภาพที่สวยงาม

คะแนน 2

มีสภาพแวดล้อมในแหล่งดี แต่อาจถูกรบกวนจากบริเวณใกล้เคียงบ้าง ทัศนียภาพของพื้นที่ค่อนข้างดี

คะแนน 1

มีสภาพแวดล้อมในแหล่งและบริเวณข้างเคียงที่ไม่ดี และทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวไม่สวยงามหรือเสื่อมโทรม

## 2) ตัวชี้วัดด้านบริการการท่องเที่ยว

- การบริการด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

คะแนน 3

มีที่พักบริการสำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

คะแนน 2

มีที่พักบริการ พักรวมกับเกษตรกรในพื้นที่ (ฟาร์มสเตย์หรือโฮมสเตย์)

คะแนน 1

ไม่มีที่พักบริการ

- การบริการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มในแหล่งท่องเที่ยว

คะแนน 3

มีร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและใช้ผลผลิตในพื้นที่เพื่อประกอบอาหาร

คะแนน 2

มีร้านอาหารที่มีมาตรฐานในระดับปานกลาง หรือไม่เพียงพอต่อการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว

คะแนน 1

ไม่มี หรือ มีร้านอาหารที่ไม่มีมาตรฐานในแหล่งท่องเที่ยว

- ระบบการให้ความรู้และสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

คะแนน 3

มีมัลติมีเดีย ระบบป้ายสื่อความหมาย และป้ายแสดงข้อมูลที่ดี

คะแนน 2

ไม่มีมัลติมีเดีย แต่มีระบบป้ายสื่อความหมายและป้ายแสดงข้อมูลที่ดี

คะแนน 1

ไม่มีหรือมีระบบป้ายสื่อความหมายบ้างเล็กน้อย

- สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น เช่น ห้องน้ำที่จอดรถ และสาธารณูปโภคต่างๆ

คะแนน 3

มีสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่างพร้อมและอยู่ในสภาพที่ดี

คะแนน 2

มีสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น และอยู่ในสภาพพอใช้

คะแนน 1

ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก และต้องใช้บริการจากชุมชนอื่นใกล้เคียง

- ชีตจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว

คะแนน 3

มีข้อจำกัดน้อย สามารถเข้าชมได้โดยไม่ต้องขออนุญาตล่วงหน้า และเข้าเที่ยวชมได้ตลอดทั้งปี

คะแนน 2

มีข้อจำกัดในบางเรื่อง เช่น ต้องขออนุญาตล่วงหน้าก่อนเข้าชม หรืออาจเข้าชมได้ในบางฤดูกาล

คะแนน 1

มีข้อจำกัดมาก เช่น ต้องขออนุญาตล่วงหน้าก่อนเข้าชม และเข้าชมได้ในบางฤดูกาล

- การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

คะแนน 3

มีบุคลากรทางการท่องเที่ยวและมาตรการในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีระบบ

คะแนน 2

ขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยวหรือขาดมาตรการในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง

คะแนน 1

ขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยวและมาตรการในการรองรับนักท่องเที่ยว

### 3) ตัวชี้วัดด้านการตลาดการท่องเที่ยว

- กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

คะแนน 3

มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย เช่น การขับรถ ATV การพายเรือชมสวน การเก็บผลผลิตด้วยตนเอง

คะแนน 2

มีกิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่าง เช่น การจำหน่ายผลผลิต หรือร่วมในกระบวนการผลิต

คะแนน 1

ขาดกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยอนุญาตให้เพียงเยี่ยมชมหรือซื้อผลผลิตเท่านั้น

- การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

คะแนน 3

มีการประชาสัมพันธ์ทั้งในและนอกพื้นที่ โดยใช้สื่อหลายรูปแบบ

คะแนน 2

มีการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ โดยใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณา

คะแนน 1

ใช้ประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากโดยนักท่องเที่ยว

- ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

คะแนน 3

มีสินค้าหลากหลาย ทั้งสินค้าเกษตรกรรมและสินค้าอื่น ทั้งสดและแปรรูปจากแหล่งผลิตในพื้นที่และแหล่งอื่น

คะแนน 2

มีสินค้าไม่มากรายการ เช่น สินค้าเกษตรกรรมเป็นสินค้าสดและแปรรูปจากแหล่งผลิตในพื้นที่

คะแนน 1

ไม่มี หรือ มีแผงขายสินค้าเกษตรสดจากแหล่งผลิตในพื้นที่

2) นำค่าคะแนนความสำคัญของแต่ละตัวชี้วัดที่ได้จากข้อ 1) มาหาค่าเฉลี่ย จึงจะได้ค่าถ่วงน้ำหนักของตัวชี้วัดแต่ละตัว ดังนี้

#### 1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.1) ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว

มีค่าถ่วงน้ำหนัก 4.38

1.2) ลักษณะการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

มีค่าถ่วงน้ำหนัก 4.04

1.3) สภาพแวดล้อมและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว

มีค่าถ่วงน้ำหนัก 4.42

#### 2) ด้านบริการการท่องเที่ยว

2.1) การบริการด้านที่พัก

มีค่าถ่วงน้ำหนัก 3.42

2.2) การบริการของร้านอาหารและเครื่องดื่ม

มีค่าถ่วงน้ำหนัก 3.58

2.3) ระบบการให้ความรู้และสื่อความหมาย  
มีค่าถ่วงน้ำหนัก 3.71

2.4) สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ฯลฯ

มีค่าถ่วงน้ำหนัก 3.88

2.5) ซีดจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว  
มีค่าถ่วงน้ำหนัก 3.83

2.6) การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว  
มีค่าถ่วงน้ำหนัก 3.63

### 3) ด้านการตลาดการท่องเที่ยว

3.1) กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

มีค่าถ่วงน้ำหนัก 3.67

3.2) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว  
มีค่าถ่วงน้ำหนัก 3.96

3.3) ร้านจำหน่ายของที่ระลึก  
มีค่าถ่วงน้ำหนัก 3.50

3) ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยสมการถ่วงน้ำหนักจากการนำค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยของนักวิชาการในพื้นที่ คูณกับค่าคะแนนที่ได้จากการประเมินแหล่งท่องเที่ยวจากแบบสำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แล้วนำผลคูณของคะแนนทั้งหมดบวกกันหารด้วย 5 จะได้ค่าคะแนนศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

4) นำค่าคะแนนรวมที่มากที่สุดลบด้วยค่าคะแนนรวมที่น้อยที่สุดหารด้วยจำนวนช่วง เพื่อคำนวณหาอันตรภาคชั้น ในแต่ละประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยกำหนดออกเป็น 3 ช่วง คือ ศักยภาพสูง ศักยภาพปานกลาง และ ศักยภาพต่ำ

5) จัดลำดับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วยการจัดลำดับคะแนน โดยแบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพสูง ศักยภาพปานกลาง และศักยภาพต่ำ

คำถามวิจัยข้อที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นอย่างไร สามารถกำหนดระเบียบวิธีวิจัยได้ดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน 6 จังหวัด จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเก็บตัวอย่างจำนวน 416 ตัวอย่าง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 416 ชุด ทั้งนี้ข้อมูลที่ต้องการได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่บ่งบอกพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อนำไปใช้ประกอบการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้สอดคล้องกับความต้องการมากยิ่งขึ้น ช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ธันวาคม 2549-เมษายน 2550

### เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ การสร้างแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มีการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และได้นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบก่อนนำไปเก็บในพื้นที่จริง จำนวน 30 ชุด ซึ่งแบบสอบถามนี้สามารถแบ่งออกได้ เป็น 2 ส่วน ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รูปแบบการเดินทาง ลักษณะการพักค้างคืน การหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เหตุผลในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ต้องการให้มีในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยการคำนวณทางคณิตศาสตร์และสถิติ ได้แก่ การกระจายจำนวนในแต่ละกลุ่มความถี่ (Frequency) เพื่อแสดงจำนวนของตัวแปร และการกระจายส่วนร้อย (Percent) เพื่อแสดงให้เห็นสัดส่วนหรืออัตราส่วนของตัวแปร

คำถามวิจัยข้อที่ 3 และ ข้อที่ 4 แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวควรเป็นอย่างไร และแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งเบื้องต้นโดยเชื่อมโยงกับประเทศ

เพื่อนบ้านควรเป็นอย่างไร

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็น โดยผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วยนักวิจัย ผู้ใช้งานวิจัย และผู้เกี่ยวข้อง เพื่อทำการประมวลผล สรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งเบื้องต้นโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ พฤษภาคม 2550

### เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็น ซึ่งคณะผู้วิจัยเชิญ ผู้ใช้งานวิจัย และผู้เกี่ยวข้อง เพื่อทำการประชุมประมวลผลและสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยคณะผู้วิจัยจะจัดเตรียมข้อมูล ข้อคำถาม และอุปกรณ์ในการบันทึกภาพและเสียง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปรวบรวมโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

### ผลการศึกษา

#### 1. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

การประเมินเพื่อจัดลำดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 40 แหล่ง มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพสูง จำนวน 15 แหล่ง ศักยภาพปานกลางจำนวน 14 แหล่ง และศักยภาพต่ำจำนวน 11 แหล่ง โดยจำแนกผลการศึกษาดังนี้

1. ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประเภทเทศกาลหรือปรากฏการณ์ จากผลการประเมินศักยภาพเทศกาลท่องเที่ยวทางการเกษตร จำนวน 10 งาน เทศกาลพบว่า งานเทศกาลที่จัดขึ้นส่วนใหญ่เป็นการจัดงานระดับท้องถิ่นหรือระดับจังหวัดซึ่งนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจเข้าชมงานส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ หรือคนภายในภาคอีสาน ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้าชมงานมีไม่มากนัก ทั้งนี้กิจกรรมส่วนใหญ่ที่จัดให้มีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการแข่งขันการประกวดสินค้าเกษตร และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

2. ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทรายบุคคลหรือรายกิจกรรม และประเภทชุมชนหรือหมู่บ้านท่องเที่ยวการเกษตร จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งสองประเภท จำนวน 30 ราย สามารถจำแนกผลการประเมินศักยภาพได้ดังนี้

- จำแนกผลการประเมินศักยภาพตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทรายบุคคลหรือรายกิจกรรม และประเภทชุมชน หรือหมู่บ้านท่องเที่ยวการเกษตร พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทรายบุคคลนั้น มีระดับศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว สูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชนหรือหมู่บ้านท่องเที่ยวการเกษตร พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทรายบุคคลหรือรายกิจกรรมมีค่าศักยภาพทางด้านบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน หรือหมู่บ้านท่องเที่ยวการเกษตรถึงร้อยละ 26 ดังนั้นเมื่อพิจารณาโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชนหรือหมู่บ้านท่องเที่ยว

การเกษตร จึงควรเร่งการปรับปรุงการบริการการท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว อาทิ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำและสาธารณูปโภคต่างๆ ให้มีทุกอย่างพร้อมและอยู่ในสภาพที่ดี จัดให้มีบุคลากรทางการท่องเที่ยวและมาตรการในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีระบบ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มนี้สามารถพัฒนาศักยภาพให้เพิ่มสูงขึ้นต่อไป

- จำแนกผลการประเมินศักยภาพตามกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาด้านเกษตรกรรมเป็นพิเศษ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป มีระดับศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว สูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาด้านเกษตรกรรมเป็นพิเศษ โดยระดับคะแนนศักยภาพเฉลี่ย เท่ากับ 21.60 คะแนน สูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาด้านเกษตรกรรมเป็นพิเศษ เท่ากับ 19.32 คะแนน แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เน้นการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ แหล่งท่องเที่ยวกลุ่มนี้เน้นสภาพแวดล้อมความสวยงามของพื้นที่ ความสะดวกสบายของบริการการท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ ได้แก่ การเก็บผลผลิตและจำหน่ายผลผลิต การนั่งรถหรือนั่งเรือเที่ยว ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาด้านเกษตรกรรมเป็นพิเศษ เน้นความโดดเด่นหรือเอกลักษณ์พิเศษด้านกายภาพและ

วิถีชีวิตเกษตรกรรม กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ คือ การแสดงหรือสาธิตทางด้านการเกษตร การทดลองทำการเกษตร

- จำแนกผลการประเมินศักยภาพตามประเภทผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ซึ่งจำแนกได้เป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มไม้ดอกไม้ประดับ กลุ่มเกษตรผสมผสาน กลุ่มไม้ผล กลุ่มสวนผัก และกลุ่มปศุสัตว์ พบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มไม้ดอกไม้ประดับมีศักยภาพทางด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากสวนไม้ดอกไม้ประดับจะสร้างบรรยากาศของการพักผ่อนหย่อนใจเพิ่มความสวยงามให้กับทัศนียภาพและสภาพแวดล้อมของพื้นที่

## 2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 416 คน ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ พบว่าผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 416 คน ที่ตอบแบบสอบถามในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี เป็นนักท่องเที่ยวในท้องถิ่น จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ระดับรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกลุ่มเพื่อน โดยไม่พักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวโดยได้รับคำแนะนำจากเพื่อนและญาติ สำหรับเหตุผลสำคัญที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพราะความน่าสนใจด้านเกษตรกรรม วิถีชีวิต

เกษตรกรรม ทัศนียภาพและความสวยงามของพื้นที่ สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนใหญ่จะได้แก่กิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจ เช่น การจัดจุดชมวิว รองลงมาจึงเป็นการแสดงสาธิตทางด้านการเกษตรและการทดลองเก็บผลผลิตด้วยตนเอง โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประเภทไม้ดอกไม้ประดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจมากที่สุด รองลงมาคือ สวนผลไม้และหากจะสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวพบว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่มาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชอบมากที่สุด

## 3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

จากการศึกษาพบว่าการกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ไว้ดังนี้

### - วิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เสนอไว้ดังนี้

“การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางการเกษตรที่สอดคล้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละพื้นที่ เพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม”

### - เป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1. พัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมในกลุ่มจังหวัด

อีสานใต้ที่มีศักยภาพเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรใหม่ๆ ให้กระจายครอบคลุมใน 6 จังหวัดอีสานใต้

2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและชุมชนเข้าร่วมเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวแก่เกษตรกรและชุมชนท้องถิ่น

3. สร้างความเชื่อมโยงหรือเครือข่ายการท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวหลักในแต่ละพื้นที่

4. เพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เปิดดำเนินการแล้วให้เป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยว

- กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

กลยุทธ์ด้านการพัฒนาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

1. ประเมินความเหมาะสมของการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นๆ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรใดที่มีระดับศักยภาพสูงมากสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักได้ รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบนี้จะต้องเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ บุคลากรระบบการให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์อย่างครบครันเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวใดมีศักยภาพสูงหรือปานกลาง แต่มีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน และสามารถรวมกันเป็นชุมชนหรือหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบนี้จะต้องสนับสนุนให้เกษตรกรในพื้นที่ควรเน้นรูปแบบการเรียนรู้วิถีชีวิตทางการเกษตร

การจัดตั้ง Home Stay และ Farm Stay ซึ่งขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละพื้นที่ และจัดให้มีองค์กรในรูปคณะกรรมการเฉพาะพื้นที่เพื่อกำหนดนโยบายและควบคุมการจัดการท่องเที่ยวของเกษตรกร

แต่สำหรับแหล่งท่องเที่ยวใดมีศักยภาพสูงหรือปานกลาง แต่มีที่ตั้งกระจายอยู่ในจังหวัดต่างๆ ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยว แนวทางในการพัฒนาตามรูปแบบนี้ คือ สร้างชื่อเสียงด้านสินค้าเกษตร การขายผลผลิตทางการเกษตร โดยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านหรือต้องการเดินทางมาเที่ยวโดยจัดอยู่ในโปรแกรมการเดินทางเป็นลักษณะจัดให้เป็นการท่องเที่ยวช่วงสั้น ๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจุดหมายหลักมีความพึงพอใจกับการท่องเที่ยวมากขึ้น

2. การจัดการพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต้องคำนึงถึงการจัดการด้านภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวและการจัดการสุนทรียศาสตร์ทางการท่องเที่ยว ดังนั้นแนวทางในการพัฒนา คือการจัดเขตพื้นที่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยแยกพื้นที่สำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวแยกต่างหากจากพื้นที่เกษตรกรรม เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงสภาพกายภาพของพื้นที่เกษตรกรรมให้มีความสวยงาม มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเพื่อสร้างความเพลิดเพลิน และบรรยากาศการพักผ่อนหย่อนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชม

3. ส่งเสริมความรู้ทางการเกษตรใหม่ๆ ให้กับเกษตรกร เพื่อนำไปใช้ในการสร้างความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการปลูกพืชหรือสัตว์เลี้ยงพันธุ์ใหม่ๆ ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่น่าสนใจ

### กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบริการการท่องเที่ยว

1. จัดให้มีบริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ต้องการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักหรือจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวก็จะต้องเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่จำเป็น สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยังไม่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักหรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวได้นั้น ควรให้ความสำคัญกับการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว อาทิเช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ และสาธารณูปโภคต่างๆ ควรจัดเตรียมให้มีเพียงพอและอยู่ในสภาพที่พร้อมบริการแก่

2. ควรจัดให้มีระบบการให้ความรู้และสื่อความเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

3. เร่งพัฒนานุเคราะห์ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การพัฒนานุเคราะห์ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จัดว่ามีความเร่งด่วนในการดำเนินการอย่างมาก โดยเฉพาะเกษตรกรที่เป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำเป็นที่จะต้องได้รับการฝึกอบรมสัมมนา ในเรื่องเทคนิคการพูด การต้อนรับ การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี รวมถึงความรู้ทางด้านการเกษตรเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

### กลยุทธ์พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์

1. จัดทำรายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยว การจัดรายการท่องเที่ยวสำหรับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งจะต้องค้นหาจุดขาย และนำเสนอจุดขายที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. จัดทำเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เพื่อเป็นแนวทางในการจัดนำเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3. สนับสนุนให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วยสื่อหลายๆ รูปแบบ อาทิ ป้ายแสดงแหล่งท่องเที่ยวริมทางหลวง แผ่นพับ เว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาสินค้าเกษตรและสินค้าเกษตรแปรรูปให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

### กลยุทธ์พัฒนาด้านอื่นๆ

1. ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มองค์การบริหารส่วนตำบลที่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ดังนั้นภาครัฐควรจัดตั้งหน่วยงานในรูปคณะกรรมการประจำจังหวัดที่มีการแต่งตั้งบุคคลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้การทำงานเป็นแนวนโยบายเดียวกัน และมีคณะกรรมการรูปแบบเดียวกันในแต่ท้องถิ่นตามความจำเป็นและเหมาะสมเพื่อเร่งรัดงาน เป็นที่ปรึกษา และทำงานร่วมกับเกษตรกรในพื้นที่

3. กรมส่งเสริมการเกษตรควรสนับสนุนให้มีการจัดอันดับศักยภาพหรือมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทราบถึงระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งนั้น

4. ทิศทางการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาด้านการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งเบื้องต้นโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

การกำหนดแผนยุทธศาสตร์พึ่งพาด้านการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งเบื้องต้นโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน สอดคล้องกับแผนพัฒนายุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ซึ่งได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ 3 ยุทธศาสตร์หลักดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทั้งในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งในประเทศลาวและกัมพูชา ในรูปแบบหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ เพื่อให้ทุกประเทศได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยให้กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการตลาด และกระจายนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และทำการกระจายนักท่องเที่ยวที่เดินทางต่อเนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านเพื่อเดินทางไปจังหวัดต่างๆ ในประเทศ ส่งเสริมให้มีการร่วมลงทุนและพัฒนาด้านระบบสาธารณูปโภคไปสู่พื้นที่ชายแดน และการเชื่อมโยงเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน และส่งเสริมและพัฒนาจุดผ่านแดนถาวร/ผ่อนปรนทางการค้าเพื่อประโยชน์ในด้านการท่องเที่ยว

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยมีแนวทางดังนี้ เร่งพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการบริการ และเพิ่มแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงนิเวศ และเชิงอนุรักษ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และส่งเสริมและพัฒนาสินค้าที่ระลึก สินค้า OTOP ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

3. ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาระบบงานสนับสนุนการท่องเที่ยว ประกอบด้วยจัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวจังหวัด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และประชาชนในการจัดการด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริมความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับนักท่องเที่ยว และส่งเสริมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน

### อภิปรายผล

การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ตัวชี้วัด 4 ด้าน 12 ตัวชี้วัด พบว่าจากการประเมินนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดด้านสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพที่สวยงามของพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ ตัวชี้วัดด้านความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ผลจากเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยว พบว่าเหตุผลสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะปัจจัยความน่าสนใจด้านเกษตรกรรมวิถีชีวิตเกษตรกรรมและรองลงมา คือ สภาพแวดล้อมและทัศนียภาพที่สวยงามของพื้นที่ ซึ่งความคิดเห็นของนักวิชาการและนักท่องเที่ยวแตกต่างกันความเห็นที่ต่างกัันนี้มีสาเหตุมาจากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวนั้นเป็นการเก็บข้อมูลในขณะที่นักท่องเที่ยวกำลังท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนั้นปัจจัยที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จึงเป็นความโดดเด่นหรือเอกลักษณ์พิเศษ ทั้งในด้านกายภาพและวิถีชีวิตเกษตรกรรม แต่นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชื่อว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกสถานที่ท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากความสวยงามของสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพของพื้นที่เกษตรกรรมจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับของ อร สีแพร ซึ่งศึกษาลักษณะเฉพาะของเกษตรกรรมที่สนับสนุนโครงข่ายการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาและพื้นที่ต่อเนื่อง ซึ่งได้มีการสอบถามนักวิชาการผู้มีประสบการณ์ด้านการวางแผนการท่องเที่ยว พบว่าคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่สุดต่อการประเมินระดับศักยภาพนี้

ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มอีสานใต้ พบว่านักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทไม้ดอกไม้ประดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวไว้ในการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลการวิจัยสอดคล้องว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประเภทไม้ดอกไม้ประดับ นอกจากนี้แนวทางในการส่งเสริมระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวเสริมในรูปแบบเครือข่ายการท่องเที่ยว ซึ่งจากแบบสอบถามพบว่า หากจะสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่มาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชอบมากที่สุด ดังนั้นในการจัดเส้นทางท่องเที่ยว หรือโปรแกรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรรวมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉพาะกลุ่มไม้ดอกไม้ประดับ และแหล่งท่องเที่ยวประเภท

ธรรมชาติ เข้าด้วยกันเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

## สรุป

ผลจากการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้เกี่ยวข้องทราบถึงความสำคัญของแต่ละตัวชี้วัดที่มีผลต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม ทั้งนี้ผลที่ได้จากการประเมินศักยภาพของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวนั้น จะสามารถใช้ประโยชน์ในการกำหนดรูปแบบที่เหมาะสมต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นๆ

การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรช่วยให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รูปแบบการเดินทาง ลักษณะการพักค้างคืน การหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เหตุผลในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ต้องการให้มีในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเกิดการพัฒนาลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและทิศทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พหุภาคีด้านการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งเบื้องต้นโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการ

วางแผนงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งทางด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศและแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน

### **ข้อเสนอแนะเพื่อประโยชน์ในการ งานวิจัยต่อไป**

การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น จะมีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐในการจัดลำดับความเร่งด่วนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และผลการประเมินศักยภาพสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สอดคล้องกับระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงควรส่งเสริมพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

แต่สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีระดับศักยภาพปานกลางควรเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโดยการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวเสริมในรูปแบบเครือข่ายการท่องเที่ยวสำหรับแนวการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ตลอดจนสนับสนุนให้มีการจัดอันดับศักยภาพหรือมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทราบถึงระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้น

สำหรับเกษตรกรหรือผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะสามารถนำแนวคิดในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เพื่อประเมินทิศทางการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของตนอย่างเหมาะสม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น 

### **บรรณานุกรม**

- กรมส่งเสริมการเกษตร.(2549).ท่องเที่ยวเชิงเกษตร .[www.agrotourism.doae.go.th.html](http://www.agrotourism.doae.go.th.html).22 มิถุนายน 2549.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์,การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว,(พิมพ์ครั้งที่ 3),กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- นатыา ธนพลเกียรติ.(2547).การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมในอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา.วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,สาขามานุษยวิทยา การวางแผนการตั้งถิ่นฐานมนุษย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.2543.การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร(Agrotourism).กรุงเทพฯ : ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

.....2542.การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.กรุงเทพฯ

.....2543.การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร(Agrotourism) กรณีศึกษา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร.กรุงเทพฯ : ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

อร สี่แพร.(2543).ลักษณะเฉพาะเกษตรกรรมที่สนับสนุนโครงข่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาและพื้นที่ต่อเนื่อง.วิทยานิพนธ์ปริญญาวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต,สาขาการวางแผนภาค สถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



## การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

### Tourism Authenticity Management of the Provinces in the Lower Northeastern Region

จารุณี ชัยโชติอนันต์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Jarunee Chaichodanan

Buriram Rajabhat University

#### บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นโครงการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และเพื่อศึกษายุทธศาสตร์ที่พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้เรื่องคุณค่าและความงามจากอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดนักวิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือนักวิชาการและผู้รู้ จำนวน 30 คน ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยว นักวิจัยใช้การสำรวจเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 433 คนและชาวต่างชาติจำนวน 102 คน การหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และการหาแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์ที่พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน นักวิจัยใช้การจัดเวทีประชุมเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัด

ผลการวิจัยพบว่าอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะที่เป็นเฉพาะของตนเองในเรื่องกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พิษพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

ในเรื่องของระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 แต่เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ด้วยค่าสถิติทดสอบ t - test พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมืองและรสชาติ คุณค่าและความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

ในประเด็นของแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ได้มีความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดควรหาความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองให้พบอย่างจริงจังและแท้จริง สำหรับแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับภาคไปจนถึงระดับพื้นที่ และควรจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในเทศกาลประจำท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

**คำสำคัญ :** การจัดการ สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว อัตลักษณ์

## Abstract

The purposes of this research were : 1) to study the identity of the provinces in the lower northeastern region; 2) to find out the tendency of the tourism authenticity management of the provinces in the lower northeastern region; and 3) to investigate the dependent strategies for the strengths of tourism development and management of the provinces in the lower northeastern region to become sustainability linked with the neighboring countries through the measurement of the levels of tourism authenticity, the experienced perceptions of value and beauty of provincial identity. The instruments used were the in-depth interviews and questionnaires. The former was used to explore the identity of the provinces with 30 academic and expert people. The latter was employed to investigate the levels of tourism authenticity with 433 Thai tourists and 102 foreign tourists. The investigation of the tendency of the tourism authenticity management of the provinces in the lower northeastern region, and the dependent strategies for the strengths of tourism development and management of the provinces in the lower northeastern region to become sustainability linked with the neighboring countries, the focus- group was used with the people who concerned with the provincial tourism management.

The results were found that each province in the lower northeastern region has their own identities in terms of local cultures and festivals, dialects, costumes, personalities, the fertile of

natural tourist attractions, the body of knowledge of the tourist attractions, local plants and trees, the local products of clothes, local food, and local architectures.

In terms of the levels of tourism authenticity of the provinces in the lower northeastern region, it was found that both Thai and foreign tourists rated them as the level of 4. however, when comparing between the two groups, there were significant difference at .05 level in the following aspects: 1) the beauty, value and interest in activities occurring from local cultures and festivals; 2) the beauty and interest in dialects; 3) the beauty and interest in costumes of each tribe; 4) the beauty and interest in the specific personality of each group of people; 5) the interest of the body of knowledge of the tourist attractions; 6) the beauty, value and interest of local plants and trees; and 7) the tastes, value and interest of local food. The previous aspects were found in the foreign group higher than in the Thai group.

In the aspect of the tendency of the tourism authenticity management of the provinces in the lower northeastern region, and the dependent strategies for the strengths of tourism development and management of the provinces in the lower northeastern region to become sustainability linked with the neighboring countries, the findings revealed that the provinces should look for their authentic identities with seriously. For the tendency of the tourism authenticity management, it was found that the provinces should determine their

strategies starting from the central region to the specific area, and should arrange the cultural exchange activities with the neighboring countries in local annual festivals, especially the provinces which have the routes connecting with the neighboring countries

**Keywords :** Management, Authenticity, tourism, Identity

## คำนำ

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางด้านวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้มีศักยภาพในการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับที่จะก่อประโยชน์ให้กับประเทศได้หลายด้าน เพราะการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและคนในท้องถิ่นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น ประเทศไทยมีวัฒนธรรมหลากหลายตามกลุ่มชาติพันธุ์ที่อยู่รวมกันอย่างกลมกลืน ทำให้นักท่องเที่ยว เกิดการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้วยคุณค่าและความงาม จากความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริงทำให้นักท่องเที่ยวนิยมที่จะมาเที่ยวที่อีสานได้อย่างต่อเนื่อง

พื้นที่การท่องเที่ยวในเขตภาคอีสานตอนใต้มีทั้งหมด 6 จังหวัด คือจังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มจังหวัดในอีสานใต้ดังกล่าวมีแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลากหลายตามอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปเป็นรายจังหวัด คุณค่าและความงามที่เกิดจากอัตลักษณ์ของจังหวัดเหล่านั้นก่อให้เกิดความการรับรู้ที่ประทับใจในด้านสุนทรีย์-ศาสตร์การท่องเที่ยว ความมีสุนทรีย์ศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นความสำคัญต่อการ

ท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ชาวซึ่งถึงเส้นหินในความเป็นตัวตนของท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ท้องถิ่น ชุมชน และผู้จัดการการท่องเที่ยวสามารถนำเสนอสุนทรียภาพและความงามที่เป็นตัวตนที่แท้จริงของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ได้อย่างชัดเจนสวยงาม มีผลทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ได้มีแนวทางในการจัดการเรื่องดังกล่าวต่อไปให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม

จากเหตุผลที่กล่าวมาคณะวิจัยจึงเห็นว่าการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จากคุณค่าและความงามที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริงในประเด็นของกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นสำเนียงและภาษาพูดของผู้คนการแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พืชพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านอาหารท้องถิ่น และสถาปัตยกรรมท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ โดยตั้งคำถามงานวิจัยเพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ว่า ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไรความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใดแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวควรทำอย่างไร และแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรทำอย่างไร

## แนวคิดทฤษฎี

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
2. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์และสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด
2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
3. เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด อีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

## ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักวิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่างตามกิจกรรม ไว้ดังนี้คือ

1. กิจกรรมด้านการหาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีดังนี้คือ
  - 1.1 หาข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยการศึกษาเอกสาร และจากข้อมูลการท่องเที่ยว เกี่ยวกับความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด

ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด

1.2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการและบุคคลทั่วไป เกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม ประเพณีวัฒนธรรมของชนเผ่าในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างเชิงกอนหิมะ (Snowball sampling)

2. กิจกรรมด้านการหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีดังต่อไปนี้คือ

2.1 สร้างแบบสำรวจ เพื่อสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจากสาขาที่เกี่ยวข้อง หาความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach) กำหนดกลุ่มด้วยตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโรยามาเน (Taro Yamane)

2.2 สurveyความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับระดับความสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้ง 6 จังหวัด กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโรยามาเน (Taro Yamane) ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05

2.3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค-สแควร์ (2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้ของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว

ต่างชาติของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test (One-way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. กิจกรรมด้านการหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และกิจกรรมด้านการแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และหาแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง

### นิยามศัพท์เฉพาะการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นงานวิจัยที่กล่าวถึงคุณค่า ความน่าสนใจ ความงาม ความซาบซึ้ง ความประทับใจจากการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดจากความเป็นตัวตนที่แท้จริงของ สถานที่ท่องเที่ยว บุคคล วัฒนธรรมประเพณี อาหารการกิน ตลอดจนทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นตัวตนของจังหวัดนั้นๆ และเพื่อให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน นักวิจัยจึงได้นิยามศัพท์ที่ใช้เฉพาะงานวิจัยในครั้งนี้ดังต่อไปนี้คือ

1. สุนทรียะ คือความงาม อาจเป็นความงามของศิลปกรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความประณีตงดงามของจิตใจ ความประณีต

งดงามของการใช้ชีวิตส่วนตัว และส่วนรวมที่หมายรวมถึง ทักษะศิลป์ ดนตรี ศิลปะการแสดง สถาปัตยกรรม และวรรณกรรม

2. สุนทรียภาพ คือ ความรู้สึกถึงความงาม ภาพความงามในความคิดหรือภาพของความงามในสมอง (Image of Beauty) ศักยภาพของการรับรู้ความงามที่สามารถสัมผัสหรือรับความงามได้แตกต่างกัน เป็นความงามที่อาจเกิดจากภาพจากเสียง จากจินตนาการ จากตัวอักษร หรือประสาทสัมผัสอื่นๆ

3. สุนทรียศาสตร์ คือ ศาสตร์ หรือ วิชาที่เกี่ยวกับความงามและสิ่งที่ยาม ทั้งในงานศิลปะและในธรรมชาติ โดยการศึกษาประสบการณ์คุณค่าของความงาม และมาตรการตัดสินใจว่าอะไรงาม หรือไม่งาม เป็นแนวคิดในเชิงปรัชญาเป็นส่วนหนึ่งของปรัชญาที่เป็นการแสวงหา หรือเป็นความรักในภูมิปัญญา (Love of Wisdom) การแสวงหาความจริง ความดี และความงาม สุนทรียศาสตร์อาจเป็นเรื่องของความเชื่อ เรื่องของทฤษฎี เรื่องของเหตุผลในบริบทความคิดใดความคิดหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือของนักปรัชญาหรือนักสุนทรียศาสตร์คนใดคนหนึ่ง

4. สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว คือ ความงามที่เกิดจากการแสวงหาความจริงที่เป็นของแท้จากบริบทของภูมิปัญญา ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความประณีตงดงามที่เกิดจากการใช้ชีวิตของผู้คน ที่สามารถสร้างประสบการณ์ชีวิตให้แก่นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือนได้

5. อัตลักษณ์ คือ ความเป็นตัวตนของผู้คน ชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องของวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คน แหล่งธรรมชาติและความเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ

พิธีกรรม อุดมคติ การจัดความสัมพันธ์กับคนอื่น ภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งจะแสดงตัวตนหรือความเป็นอัตลักษณ์ในรูปแบบของภาษา หรือเทคโนโลยีอื่นๆ

6. การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว คือ การวางแผนทาง การกำหนด หรือการจัดการที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้เกิดสุนทรียภาพจากประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยการสนับสนุนส่งเสริม หรือจัดการให้เกิดความงามที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวจากความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวในบริบทของวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร วิถีชีวิตและความงดงามในการดำเนินชีวิต ศิลปะ วรรณกรรม หัตถกรรม และสถาปัตยกรรม

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะนักวิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือหลายประเภทให้เหมาะกับการตอบคำถามงานวิจัย และเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ โดยได้เลือกเครื่องมือเพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามงานวิจัยดังต่อไปนี้คือ

1.1 เอกสาร และข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด

1.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการและบุคคลทั่วไป เกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรมของชนเผ่าในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ

1.3 แบบสำรวจ เพื่อสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

1.4 การจัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางการจัดการ ความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้และศึกษายุทธศาสตร์พึ่งพา เสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการ การท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

1.5 การบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิง คุณภาพ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

นักวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ของงานวิจัย และเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลตาม ลักษณะของอัตลักษณ์จังหวัด จากนั้นจึงนำมา จัดหมวดหมู่ เพื่อนำไปหาระดับความมีสุนทรีย ศาสตร์ได้ทั้งหมด 10 หมวดหมู่

2. การสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ คอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทาง สังคมศาสตร์ ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค- สแควร์ (2) แล้วแปลผลตามระดับความมี สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์ การรับรู้ของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์เปรียบเทียบ ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งชาว ไทยและชาวต่างชาติของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดย ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test (One-way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. การจัดเวทีประชุม วิเคราะห์ข้อมูลจาก องค์ความรู้ที่ได้จากการประชุม สรุปประเด็นตาม ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ และสรุปตามผลการ

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจหาระดับความ มีสุนทรียศาสตร์ของจังหวัด ถอดองค์ความรู้ที่ได้ จากการจัดเวที การสังเกตสถานการณ์และบริบท ทั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลตามคำถามงานวิจัย และ วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นำข้อคิดจากการวิเคราะห์ ข้อมูล ไปสู่การวางแผนทางการจัดการสุนทรีย- ศาสตร์การท่องเที่ยว และแนวทางการวาง ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด อีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่ม ประเทศเพื่อนบ้าน

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยได้สะท้อนให้เห็นความต้องการ และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในเรื่องของคุณค่า และความงามจากความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม จังหวัด ข้อค้นพบดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้คือ

1. ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด อีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร อัตลักษณ์ของ กลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีหลากหลายไปตามกลุ่ม ชาติพันธุ์ แต่โดยรวมๆ แล้ว ลักษณะที่เป็น อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด จะมีลักษณะคล้าย คลึงกับกลุ่มจังหวัดอีสานทั่วไป โดยสามารถ จำแนกประเภทของอัตลักษณ์ได้ 10 ประเภท ด้วยกันคือ 1) อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น 2) อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับ สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน 3) อัตลักษณ์ ที่เกี่ยวกับการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะ เฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ 4) อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับ บุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน 5) อัตลักษณ์ ที่เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติของจังหวัด 6) อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว 7) อัตลักษณ์ ที่เกี่ยวกับพืชพรรณไม้พื้นเมือง 8) อัตลักษณ์

ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน 9) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น และ 10) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

2. ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด คณะนักวิจัยประเมินค่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ด้วยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการประเมินผลการศึกษาประเภทพฤติกรรมด้านทักษะพิสัยของบลูมและคณะ (Bloom and other) กำหนดระดับความมีสุนทรียศาสตร์ไว้ 5 ระดับ ตามระดับการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเมื่อได้รู้ เมื่อได้พบ เมื่อได้สัมผัส สถานที่ บุคคล กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องคุณค่า ความงดงามและความน่าสนใจ โดยรวมอยู่ในระดับ 4 ไม่มีข้อใดสูงสุดถึงระดับ 5 สำหรับในประเด็นของ กิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พิธีกรรมไม้พินเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และสถาปัตยกรรมท้องถิ่น พบว่ามีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ อยู่ในระดับ 4 ระดับที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกติดตาต้องใจจนทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง ทั้งนี้เนื่องจากการเห็นคุณค่าและความงามนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการแสวงหา ตามแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์และความงามของ วิรุณ ตั้งเจริญ ซึ่งได้แสดงแนวคิดไว้ว่า ความมีสุนทรียศาสตร์อาจรวมไปถึงความแปลกและความน่าทึ่ง

ซึ่งในบางขณะอาจรวมไปถึง การซาบซึ้งในคุณค่าด้วยเช่นกัน

ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องคุณค่า ความงดงามและความน่าสนใจในประเด็นของ บุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน การแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ พบว่ามีระดับความมีสุนทรียศาสตร์อยู่ในระดับ 3 ระดับที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการยอมรับและชื่นชอบในคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น ถ้ากล่าวถึงว่าความมีสุนทรียศาสตร์ในระดับที่สูงนั้นจะก่อให้เกิดการยอมรับและนำไปปฏิบัติตามค่านิยมนั้นๆ จะเป็นไปได้ค่อนข้างยากเมื่อกล่าวถึงบุคลิกลักษณะ และการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ เพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนก็มีความเป็นชาติพันธุ์ของตนเอง อาจเกิดความรู้สึกยอมรับในคุณค่าความงดงามจากอัตลักษณ์ในเรื่องบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนและการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ แต่ไม่เกิดพฤติกรรมปฏิบัติตามค่านิยมนั้นๆ แต่นักวิจัยเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยย่อมมีบุคลิกลักษณะ และการแต่งกายที่เป็นคนไทยอยู่แล้ว จึงไม่เกิดความแตกต่างในเรื่องดังกล่าว ทำให้ไม่เกิดการประยุกต์ใช้ในวิถีชีวิตของตนเองเพราะเป็นชีวิตของตนเองอยู่แล้ว

2.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องคุณค่า ความงดงามและความน่าสนใจ โดยรวมอยู่ในระดับ 4 เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ในประเด็นของ บุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้าน และอาหารพื้นบ้าน พบว่าอยู่ในระดับ 5 ระดับที่ทำให้เกิดการปฏิบัติตามค่านิยมนั้นๆ ข้อค้นพบนี้อาจเป็นข้อมูลสนับสนุนพฤติกรรม การแต่งงานกับสาวไทยอีสาน การกินอาหารไทย และการซื้อหาผ้าไทยไว้ใช้ หรือไว้เป็นที่ระลึกของ

ชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดีสอดคล้องกับ แนวคิดของวีรณ ตั้งเจริญ ว่าสุนทรียภาพมีหลายกลุ่ม กลุ่มที่เชื่อว่าหลักเกณฑ์การตัดสินสุนทรียศาสตร์นั้นผันไปตามสภาวะแวดล้อม โดยเชื่อว่าเกณฑ์การตัดสินความมีสุนทรียศาสตร์ขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมทางวัฒนธรรมท้องถิ่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ อุดมลักษณะเกี่ยวกับอาหารพื้นบ้าน ผ้าพื้นบ้าน และบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน เป็นสิ่งที่หล่อหลอมวัฒนธรรมของกลุ่มชน ดังนั้นจึงสามารถแสดงคุณค่า และความงาม ที่เป็นตัวตนอย่างแท้จริงได้อย่างชัดเจนจนสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ในระดับสูง สอดคล้องกับแนวคิดของ Mac Cannell ที่กล่าวว่าสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว (Authenticity) จะมุ่งเน้นเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะพิเศษหรือมีลักษณะเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น โดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวมักต้องการชมความงามที่เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือว่าเป็น ของแท้ ของดั้งเดิมอย่างแท้จริง โดยที่นักท่องเที่ยวอยากได้ประสบการณ์ในการเข้าไปสู่ความงามที่มีอยู่จริงดังเช่นการท่องเที่ยวของบาหลี ที่เชื่อว่าผู้คนในท้องถิ่นไม่จำเป็นต้องยึดแนวทางการเปลี่ยนแปลงในสอดคล้องกับการจัดการการท่องเที่ยวที่กระทบต่อวิถีการดำรงชีวิต

ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน การแต่งกายของผู้คนที่เป็นเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พิษพรรณไม้พื้นเมือง และสถาปัตยกรรมท้องถิ่น พบว่าอยู่ในระดับ 4 ระดับที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกติดตาต้องใจ จนทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง และเมื่อเปรียบเทียบกับ

ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ นักวิจัยพบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์จากความงดงามของอัตลักษณ์ทั้ง 10 ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า คนไทยบางส่วนยังไม่รู้จักคุณค่าและความงามของเมืองไทย หรือคนไทยอีกหลายๆ ส่วนเคยชินกับอัตลักษณ์และความ เป็นไทยอยู่แล้ว

3. แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวควรทำอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า

3.1 ควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับกลุ่มจังหวัด จังหวัด ไปจนถึงระดับท้องถิ่น

3.2 จังหวัดควรพยายามค้นพบอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของตนเองให้พบ โดยเชื่อมโยงกับสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดให้ได้ ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการ หรือง่ายต่อการรณรงค์

3.3 ในการพัฒนาพื้นที่หรือการจัดกิจกรรมอันใดที่จะเกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรคำนึงถึงความ เป็นอัตลักษณ์ที่จะทำให้เกิดสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวด้วย

3.4 ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรทำอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ในวาระและโอกาสในการกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่

### ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์การ สุนทรียศาสตร์ในรายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็น  
ท่องเที่ยว ควรมีการทำวิจัยหาระดับความมี รายจังหวัด และเชื่อมโยงในระดับภูมิภาคต่อไป

### บรรณานุกรม

- บัณฑิต จุลาสัย.(2547) .การวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม:ทางด้านสุนทรียภาพ. กรุงเทพฯ :  
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ไพฑูรย์ พัฒน์ใหญ่ยิ่ง.(2541) สุนทรียศาสตร์:แนวความคิด ทฤษฎีและการพัฒนา.กรุงเทพฯ :  
สำนักพิมพ์เสมาธรรม.
- นงลักษณ์ ทองศรี.(2547) เอกสารประกอบการสอนวิชาองค์การและการจัดการ. บุรีรัมย์ :  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สุชาติ สุทธิ.(2544).สุนทรียภาพของชีวิต.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เสมาธรรม.
- วิรุณ ตั้งเจริญ.(2546).สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต.กรุงเทพฯ : สันติศิริการพิมพ์.
- วนิดา ขำเขียว.สุนทรียศาสตร์.กรุงเทพฯ : พรวนนาการพิมพ์
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ.แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. Available <http://www.stou.ac.th/Thail/Offices/Oce/Knowledge/1-49/Page5-1-49.html> 2006 August 3.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. <http://www.greenzonethailand.com/index.php?lay=show&ac=show&ac=article&Id=1318>. 2006, August 8.
- Erik Cohen. (2002) **Authenticity, Equity and Sustainability in Tourism**. Journal of sustainable tourism. Available : <http://www.sohosandiego.org/reflections/2003-4/authenticity.htm>.2006 August 16.
- Amareswar Galla.(1994 ) **Authenticity:Rethinking Heritage Diversity in a Pluralistic Framework**. Available:<http://www.sohosandiego.org/reflections/2003-4/authenticity.htm>. 2006 August 16.
- Bath & North East Somerset . **City of Bath World Heritage Site Management Plan**. Available : <http://www.bathnes.gov.uk/worldheritage/2.4Signif.htm>. 2006 October 17.
- Silvennoinen H.2 and Kolehmainen O.3. **Ecological and aesthetic values in urban forest management**. Urban Forestry & Urban Greening, Voume 1, Number 3, March 2003, pp. 2006 August 16.

Stephen R.J. Sheppard<sup>1</sup>; Cecilia Achiam<sup>2</sup>; Robert G.D Eon<sup>3</sup>. **Aesthetics: Are We Neglecting a Critical Issue in Certification for Sustainable Forest Management?**. Source: Journal of Forestry, Volume 102, Number 5, July / August 2004, pp.6-11(6)

David Watt .Authenticity and significance. **Journal of architectural Conservation Volume 6 Number 3 November 2000**. Available : <http://www.donhead.com/vol62.htm>. 2006, October 17.

Gloria Lara Hasemann. **Authenticity : Why And For Whom?**. ICOMOS Honduras. Available : [http://www.icomos.org/usicomos/Symposium/SYM96\\_Authenticity](http://www.icomos.org/usicomos/Symposium/SYM96_Authenticity). 2006, August 26.

Joseph W. Roggenbuck, Chair, R. Bruce Hull and Kevin Larkin. (2004) **Authenticity and Experience Quality Among Visitors. Master of Science In Forestry. Virginia Polytechnic Institute and State University** . Available : <http://www.scholar.lib.vt.edu/theses/results.csm>. 2006, August 26

Cheryl Hargrove (2003) **Authenticity in Cultural Heritage Tourism**. Reflections Quarterly Newsletter. 2006 October 17.

Elizabeth Vines. Streetwise Asia. **A Practical Guide for the Conservation and Revitalisation of Heritage Cities and Towns in Asia**. Available : [http://www.unescobkk.org/elib/publications/streetwise\\_Asia](http://www.unescobkk.org/elib/publications/streetwise_Asia). 2006 August 26.



## การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้

### The Modern Health Tourism in The Lower Northeast Part of Thailand

ศิริกัญญา ฤทธิ์แผน

วิทยาลัยนครราชสีมา

Sirikanya Ridyphlake

Nakornratchasima Collage

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้ (2) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ (3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มอีสานใต้ (4) ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ ผู้อำนวยการหรือหัวหน้าที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวไทย และเอกสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ศึกษา คือ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ ผลการศึกษาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพบว่า 6 จังหวัดที่มีความพร้อมที่จะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ สุรินทร์และอุบลราชธานี รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่พบว่าควรมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการคือ ที่พัก อาหารเพื่อสุขภาพ ออกกำลังกาย การผ่อนคลาย เพื่อให้มีสุขภาพแบบองค์รวม ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้แก่ ระยะเวลาประมาณ 2 วัน มีเจ้าหน้าที่ด้านสุขภาพดูแลตลอดเวลาที่ร่วมกิจกรรม ราคาประมาณ 2,000-3,000 บาทต่อการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน จะต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมของชุมชน

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่

### Abstract

The objectives of this research are to study (1) products in the modern health tourism in the Lower Northeast part of Thailand; (2) types of modern health tourism; (3) the development trends for the modern health tourism in the Lower ortheast part of Thailand ; and (4) cooperative

strategies in strengthening the development and management of sustainable area-based tourism in the Lower Northeast part of Thailand connected to neighboring countries. The qualitative and quantitative research methodology were used in this study. The samples were tourist-related business owners, tourists and documents. Questionnaires and interview were used to correct data. Statistic used in analyzing were frequency, percents. The results show that there are six provinces that are ready to be a product of health tourism namely Nakhonratchasima, Chaiyaphum, Buriram, Srisaket, Surin and Ubon Ratchathani. The study reveals that modern health tourism should consist of four components that enhance holistic health conditions: accommodation, health food, exercises, and relaxation. Additionally, tourists's needs for modern health tourism include a two-day period with health staff looking after their health throughout the trip, with an expense of around 2,000 - 3000 baht per trip. The development strategies for modern health tourism in the Lower Northeast part of Thailand and the cooperative strategies in strengthening the development and management of sustainable health tourism connected to neighboring countries require cooperative networks and community involvement.

**Keywords :** Health Tourism, Types of Modern Health Tourism

### คำนำ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เน้น

การบำบัดรักษา (Health Healing) ลักษณะกิจกรรมเป็นการท่องเที่ยวที่รวมเอาการบำบัดรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพเข้าไว้กับการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการทำสปา การผ่าตัดเสริมความงาม เป็นต้น การดำเนินการลักษณะนี้มักจะดำเนินการโดยโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เน้นการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และพักในโรงแรม หรือรีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ ร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่สถานที่นั้น ๆ จัดขึ้น เช่น การนวดแผนไทย บริการสมุนไพรบำบัด (Aroma Therapy) การบริการอาบแร่ (Spa) เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2544) การท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เรียกว่าทัวร์สุขภาพ เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เนื่องจากมีความพยายามที่จะผนวกการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้ากับระบบประกันสุขภาพทั้งสำหรับลูกค้าผู้ประกันตน ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ประกอบกับประเทศไทยเป็นประเทศเปิดที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ยังมีข้อเสียด้านการบริการ อาหาร สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (พันธุ์ดี เกตุวันดี, 2548)

กระทรวงสาธารณสุขมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนสร้างสุขภาพมากกว่าซ่อมสุขภาพ แนวคิด “สุขภาพแบบองค์รวม” เน้นให้ประชาชนสร้างเสริมสุขภาพที่ดีด้วยตนเอง ด้วยการพัฒนาความรู้ ทักษะและสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม ทั้งทางกายภาพและทางสังคมที่เอื้อต่อสุขภาพ ขณะเดียวกันก็เรียกร้องให้ทุกส่วนของสังคมหันมามุ่งเอาสุขภาพและคุณภาพชีวิตของประชาชนเป็นตัวตั้งในการพัฒนาประเทศ โดยไม่ละเลยผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมดังที่เคยปฏิบัติมาในอดีต แนวคิดสุขภาพองค์รวม ไม่เพียงแต่จะเน้นว่าต้องหาทางถ่ายทอดเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้ประชาชนนำไปประยุกต์ปฏิบัติด้วยตนเองเท่านั้น

แต่ยังใส่ใจต่อการนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพของประชาชนอีกด้วย สุขภาพตามแนวคิด “ระบบสุขภาพองค์รวม” จึงเป็นเรื่องของการบริหารจัดการให้มีการนำมาใช้และปฏิบัติ โดยการบูรณาการทุกองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดภาวะสุขภาพดีในการดำเนินชีวิตประจำวัน ตั้งแต่เริ่มปฏิสนธิจนถึงวาระสุดท้ายของชีวิต ผลงานบูรณาการอยู่ในระบบสังคม-สิ่งแวดล้อมของชุมชน โรงเรียน ที่ทำงาน สาธารณสถาน ป่าเขา ศาสนสถานของประเทศ โลก หรือจักรวาล ในมิติของสุขภาพดี ไม่ดี ป่วยไข้ หรือตาย ที่ชีวิตมีอาจหลีกเลี่ยงได้ในระบบสุขภาพ (สุรเกียรติ์ อาชานุกาพ, 2541) การเป็นคนหรือเป็นมนุษย์นั้นประกอบกันขึ้นมาจาก 4 มิติคือ ร่างกาย (Physical) จิตใจ (Mental) จิตวิญญาณหรือความเชื่อศรัทธา (Spiritual) และสังคม (Social) ซึ่งทั้ง 4 ส่วนนี้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันและกัน ถ้าส่วนหนึ่งส่วนใดเสียสมดุลไป ก็จะทำให้ส่วนอื่นๆ พอลอยได้รับผลกระทบไปด้วย ฉะนั้นในการให้บริการสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาพยาบาล หรือการฟื้นฟูสภาพ ก็ควรทำทั้ง 4 มิตินี้ไปด้วยกัน (วิชาญ เกิดวิชัย, 2541)

ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาโรงพยาบาลและสถานพยาบาลหลายแห่งที่ได้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยว

เชิงสุขภาพ ที่เป็นแบบผสมผสานทั้ง 2 ประเภทดังที่กล่าวข้างต้น เช่น โรงพยาบาลดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี เป็นต้น มีกิจกรรมหลักคือ ให้สมาชิกได้ชื่นชมธรรมชาติของจังหวัด กิจกรรมให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพ รวมทั้งได้รับการตรวจสุขภาพโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญควบคู่ไปด้วย แต่การท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพในลักษณะนี้ก็ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย ผู้ที่ท่องเที่ยวชนิดนี้ก็มักจะเป็นผู้สูงอายุ มีภาวะเจ็บป่วยเรื้อรัง (โรงพยาบาลดำเนินสะดวก, 2544) สำหรับความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมักจะเป็นกลุ่มที่มีเป้าหมายเฉพาะเจาะจง เช่น สปาเพื่อสุขภาพ นวดแผนไทย วารีบำบัด เป็นต้น (บรรจบ ชุนทสวัสดิกุล, 2546) คณะวิจัยจึงสนใจที่จะนำแนวคิดของสุขภาพแบบองค์รวม ซึ่งต้องคำนึงถึงกาย จิต สังคม จิตวิญญาณ มากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญ 3 ข้อ ได้แก่ อาหาร ออกกำลังกาย อารมณ์ จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ กลุ่มอีสานใต้ทำให้คณะวิจัยสนใจพัฒนานรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในกลุ่มอีสานใต้และสร้างยุทธศาสตร์ทั้งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

## เครื่องมือและวิธีการศึกษา

### 1. รูปแบบการวิจัย

1) การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

### 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1) ประชากรเพื่อศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แบบสมัยใหม่ได้แก่ผู้อำนวยการหรือหัวหน้าทีดูแลแหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัดต่างๆ กลุ่มอีสานใต้ และนักท่องเที่ยวชาวไทย

กลุ่มตัวอย่างใช้กลุ่มตัวอย่างตามจุดมุ่งหมาย

คือ ผู้อำนวยการหรือหัวหน้าที่ดูแลแหล่ง

ท่องเที่ยว/ สถานที่ท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัดต่างๆ กลุ่มอีสานใต้ที่มีศักยภาพในการดำเนินการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ จำนวน 15 คน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ระหว่างเดือนกันยายน - ตุลาคม 2549 จำนวน 200 คน

2.2) ประชากรเพื่อศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในกลุ่มจังหวัด อีสานใต้ คือ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่มีสำนักงานในจังหวัดกลุ่มอีสานใต้ จำนวน 55 คน, เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพของสถานบริการสุขภาพ จำนวน 100 คน และนักท่องเที่ยว ที่เต็มใจเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ จำนวน 30 คน

กลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการดังนี้

2.2.1) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อาสาสมัครกิจกรรมที่จัดให้และใช้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในกลุ่มอีสานใต้ รูปแบบระยะเวลา 2-3 วัน เป็นกลุ่มที่ยังไม่เคยท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่จัดโดยหน่วยงานต่างๆ มาก่อน จำนวน 30 คน

2.2.2) กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีบริษัทตั้งอยู่ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ซึ่งตอบรับคำเชิญและยินดีให้ความร่วมมือเข้าร่วมสัมมนา จำนวน 30 คน

2.2.3) กลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือการส่งเสริมสุขภาพของสถานบริการสุขภาพ จำนวน 30 คน

2.3) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษา

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้คือผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่มีบริษัทตั้งอยู่ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จำนวน 30 คนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือการส่งเสริมสุขภาพของสถานบริการสุขภาพ จำนวน 30 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างเดียวกับการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

2.4) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านคือ ผู้อำนวยการของแหล่งที่มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จำนวน 6 แห่ง จำนวน 6 คน

## ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ และศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

### ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### 1. ประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้

1.1 ผลิตภัณฑ์ที่พักอาศัย (อ = อาศัย) ที่มีลักษณะการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการ

พักผ่อนที่เหมาะสมสวยงาม ผลการสำรวจในกลุ่มจังหวัดต่างๆ ของอีสานใต้ มีรายละเอียดดังนี้ จังหวัดนครราชสีมา มีสถานที่พักอาศัยที่เป็นของภาครัฐ และเอกชน และมีองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่พักอาศัยที่มีศักยภาพสูงจังหวัดหนึ่ง เนื่องจากมีภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ที่เหมาะกับการท่องเที่ยวตลอดปี แหล่งผลิตภัณฑ์ที่พักอาศัยส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอปักธงชัย อำเภอวังน้ำเขียว และอำเภอปากช่อง ตัวอย่างบางส่วนของคณะวิจัยได้ศึกษาข้อมูลเชิงลึก และพบว่าสามารถจัดเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ที่มีผลิตภัณฑ์ที่พักอาศัยอยู่ในระดับดีมากจนได้รับรางวัลจากสถาบันอันทรวงเกียรติเป็นเครื่องยืนยันใน พ.ศ.2549 2 แห่ง ได้แก่สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกราช ตำบลอุดมทรัพย์ อำเภอวังน้ำเขียว ได้รับรางวัลเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศดีเด่น จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถมีที่พักรองรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่า 600 คน มีความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างดี เนื่องจากมีศักยภาพทางด้านบุคลากรระดับบริหารและเจ้าหน้าที่ของสถานีใส่ใจที่จะดูแลให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมุนไพรเพื่อสุขภาพ มีการประชาสัมพันธ์มีเว็บไซต์ของสถานที่แห่งนี้สวยงาม มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว ในอำเภอวังน้ำเขียวมีที่พักรองรับนักท่องเที่ยวทั้งรูปแบบรีสอร์ท, โฮมสเตย์ได้จำนวนมากผู้ประกอบการสถานที่ที่มีความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นแหล่งพืชผักผลไม้เพื่อสุขภาพมากที่สุดในจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอุบลราชธานี มีผลิตภัณฑ์ที่พักอาศัยจำนวนมากและมีองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ด้านอื่น ๆ จำนวนมากเช่นกัน เช่น อุทยานผาแต้ม อุทยานโขงเจียม เขื่อนสิรินธร อุทยานแห่งชาติภูจอง อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ เป็นต้น รวมทั้งมีรีสอร์ทที่น่าพัก

และโฮมสเตย์ที่มีความสามารถจัดกิจกรรมเชิงสุขภาพได้อย่างเต็มศักยภาพ เช่น อาริยาวิสอร์ท ซึ่งมีสวนผักปลอดสารพิษที่เป็นจุดขายให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนจังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษมีผลิตภัณฑ์ที่พักอาศัย และมีองค์ประกอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านอื่นๆ จำนวนน้อยกว่า 2 จังหวัด

1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ (อ = อาหาร) หมายถึงอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เป็นผลิตภัณฑ์ของพื้นที่นั้นเป็นองค์ประกอบ สามารถจัดให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการ มีความปลอดภัย ปลอดสารพิษ หรือมีคุณค่าทางยาเป็นสมุนไพรเพื่อสุขภาพ จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุดิบที่เป็นคลังอาหารเพื่อสุขภาพหลายชนิดกระจายไปตามอำเภอต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงและมีนักท่องเที่ยวรู้จักจากสื่อต่าง ๆ รวมทั้งการบอกต่อกันมา ได้แก่ อำเภอวังน้ำเขียว มีชื่อเสียงในเรื่องเป็นแหล่งศูนย์สาธิตและแปรรูปเห็ดหอม ซึ่งปลูกโดยคนในชุมชนเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน ผลไม้ที่มีชื่อเสียงคือไร้ญพร มีผลไม้ ปลอดสารพิษ ทั้งส้ม องุ่น แก้วมังกร ผักสลัดเมืองหนาวที่ปลอดสารพิษที่สวนลุงไกร สวนคุณสมชาย สวนลุงราญจึงไม่ลำบากที่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ และผู้ดูแลสถานที่ที่พักจะจัดหาอาหารเพื่อสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวได้ทุกมื้อ อำเภอปากช่อง มีตลาดผลไม้กลางดงเป็นแหล่งจำหน่ายผลิตผลทางการเกษตรของจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ยังมีอาหารสำเร็จรูปที่ผลิตโดยชุมชน หรือกลุ่มคนในท้องถิ่น รวมทั้งอาหารแปรรูปสมุนไพรเพื่อสุขภาพในรูปแบบอาหารแห้ง น้ำสมุนไพรที่สามารถนำไปจัดให้นักท่องเที่ยวบริโภคระหว่างร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ตลอดทั้งปี จังหวัดชัยภูมิ

มีอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีชื่อเสียงคือเครื่องดื่มน้ำผลไม้ที่บรรจุอยู่ในขวดแก้ว ได้แก่ น้ำมะเมา น้ำลูกสำรอง และน้ำมะขามป้อมของกลุ่มเศรษฐกิจชุมชนหนองสังข์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ อาหารเพื่อสุขภาพที่เห็นชัดเจนคือผักปลอดสารพิษ เช่น กะหล่ำ มะเขือยาว ใบแมงลัก โหระพา เป็นต้น จากเกษตรกรรายย่อยที่ปลูกผักบริเวณริมอ่างเก็บน้ำ นอกจากนี้มีการเลี้ยงปลาควบคู่กันไปด้วยกับการปลูกผัก ดังนั้น อาหารประเภทปลาเผา จิ้มแจ่วรับประทานกับผักสดๆ หรือปลาทอดเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงของที่นี่ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอุบลราชธานี ก็มีผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพคล้ายๆ กันสรุปได้ว่าทุกจังหวัดมีความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ

1.3 ผลิตภัณฑ์การออกกำลังกาย (อ = ออกกำลังกาย) หมายถึง กิจกรรมส่งเสริม การออกกำลังกาย ในรูปแบบที่ใช้อุปกรณ์ สถานที่ ทรัพยากร ในแหล่งนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการออกกำลังกาย ผลิตภัณฑ์ส่วนนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่พักอาศัย เพราะหากที่พักตั้งในบริเวณที่มีธรรมชาติที่สวยงามก็จะได้ผลิตภัณฑ์การออกกำลังกายรวมกันไปด้วย และอาจจะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พักอาศัยมีกิจกรรมที่ทำให้ได้ออกกำลังกายและได้เพลิดเพลินไปพร้อมๆ กัน นั่นหมายความว่านักท่องเที่ยวจะได้ทั้งผลิตภัณฑ์การออกกำลังกาย และผลิตภัณฑ์ด้านจิตใจและอารมณ์ ทั้ง 6 จังหวัดมีความพร้อม และสามารถจัดให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.4 ผลิตภัณฑ์ด้านจิตใจและอารมณ์ (อ. = อารมณ์) คือ กิจกรรมที่ส่งเสริมให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้ผ่อนคลายอารมณ์หรือทำให้จิตใจผ่องใส เช่น การนวดแผนปัจจุบัน สปาเพื่อสุขภาพ การฟังธรรมจากพระอาจารย์ที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว นั้น เป็นต้น คณะวิจัยจึงได้แบ่งกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ด้านจิตใจและอารมณ์ออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรกคือกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อทำให้จิตใจผ่องใสจากการที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมด้วยตนเอง หรือได้พบหรือทำกิจกรรมด้วยตนเองซึ่งเกี่ยวข้องกับความสุข ความสำเร็จ ความนับถือส่วนตัวต่อสถานที่นั้นๆ กลุ่มสอง คือกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อผ่อนคลายจิตใจ อารมณ์ที่นักท่องเที่ยวได้บริโภคการบริการการนวดเพื่อสุขภาพ สปาเพื่อสุขภาพ กลุ่มสาม คือกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายจิตใจที่ผ่านกระบวนการทางจิตวิญญาณซึ่งจัดให้นักท่องเที่ยวโดยมีผู้นำปฏิบัติทั้ง 6 จังหวัดมีความพร้อม และสามารถจัดให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

## 2. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้

พบว่ามีความเหมาะสมกับบริบทของชุมชน ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยยึดองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวได้รับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมคือสุขภาพกาย จิต สังคม อารมณ์ และจิตวิญญาณ รูปแบบกิจกรรมจึงคำนึงถึง การจัดที่พักและสิ่งแวดล้อมให้มีสัญลักษณ์ที่เหมาะสม (อ = อาศัย และอนามย์) การดูแลด้านอาหารและเครื่องดื่มตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยว ให้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ (อ = อาหาร) การจัดกิจกรรมเพื่อการออกกำลังกาย ที่สามารถใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการออกกำลังกาย (อ = ออกกำลังกาย) การจัดกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลายอารมณ์ หรือสปาเพื่อสุขภาพ ที่สามารถใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการผ่อนคลายอารมณ์ (อ = อารมณ์) สามารถดำเนินการได้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ระยะ 2-3 วัน รูปแบบการจัดการ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ระยะ 4-5 วัน

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้ พบว่าสามารถดำเนินการได้ 2 แนวทาง แนวทางที่ 1 แบบดำเนินการโดยผู้ประกอบการการท่องเที่ยว หรือหน่วยงานที่ให้บริการด้านสุขภาพ แนวทางที่ 2 แบบดำเนินการโดยความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการชุมชนและหน่วยงานที่ให้บริการด้านสุขภาพ ทั้ง 2 แนวทางมีข้อดีและข้อเสียต่างกันไปตามประเด็นการดำเนินการ ที่สำคัญคือ ต้องตระหนักถึงการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีความหมาย เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

4. ยุทธศาสตร์ทั้งห้าเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ในกลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พบว่า ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความตระหนักให้ชุมชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ให้เข้มแข็ง ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนในจังหวัดต่างๆ กลุ่มอีสานใต้กับชุมชนของประเทศเพื่อนบ้านที่มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเลือกการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ยุทธศาสตร์ที่ 4 หน่วยงานในภาครัฐและเอกชนประสานความร่วมมือกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน และเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

## อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้

1. การสำรวจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้าน ที่พัก อาหาร การออกกำลังกาย การผ่อนคลายอารมณ์ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ พบว่ามีความสมบูรณ์และมีความเป็นไปได้ที่จะส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ในอนาคต จากการสำรวจของคณะวิจัย พบว่า ยังไม่มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มอีสานใต้ ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะได้บริโภคการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ในกลุ่มอีสานใต้ภายหลังจากที่ได้เสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้กับกลุ่มตัวอย่าง ทำให้เห็นสภาพทั่วไป กิจกรรมที่จะได้รับระหว่างที่ท่องเที่ยว ปัจจัยที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ประสบความสำเร็จมีหลายประการ ทั้งที่เป็นปัจจัยด้านนโยบาย เช่น นโยบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นต้น ปัจจัยด้านการดำเนินการ เช่น ขาดบุคลากรที่มีความรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น ปัจจัยด้านการจัดการ เช่น ผู้บริหารระดับตำบล หรืออำเภอ ให้ความสนใจส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบยังน้อยมาก ดังที่จังหวัดเชียงใหม่ รองผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ มีการประชุมคณะกรรมการ “รักษาสภาพ 49” ซึ่งเป็นความร่วมมือของจังหวัดเชียงใหม่ สมาคมส่งเสริมบริการสุขภาพเชียงใหม่ และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเชียงใหม่ เป็นการพัฒนาศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) รายละเอียดแต่ละผลิตภัณฑ์มีดังนี้

ผลิตภัณฑ์ด้านที่พักอาศัย ในจังหวัดนครราชสีมา มีความสมบูรณ์ในหลายอำเภอ ในขณะที่จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ ชัยภูมิ จะมีความคล้ายกันคือมีลักษณะเป็นรีสอร์ต อุทยานแห่งชาติ ผลิตภัณฑ์อาหาร แต่ละจังหวัดจะมีอาหารเพื่อสุขภาพที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป เช่น จังหวัดนครราชสีมา พืชผักปลอดสารพิษที่มีชื่อเสียงในอำเภอรังน้ำเขียว เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ อยู่ในการส่งเสริมให้ชุมชนมีเจตคติที่ดีต่อการเสนอสิ่งดึงดูดใจในชุมชนของตนเอง และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาบริโภค ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไปเรื่อยๆ ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นปัจจัยที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มอีสานใต้มีอาหารเพื่อสุขภาพหลายกลุ่ม ทั้งที่เป็นอาหารธรรมชาติ และอาหารแปรรูป ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้ข้อคิดว่า “หากมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ให้เป็นจุดเด่น จุดขาย เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มอีสานใต้มากขึ้น ทั้งนี้เพราะบุคคลในปัจจุบันให้ความสนใจเรื่อง อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารธรรมชาติ เพราะเชื่อว่าต้องการให้อาหารเป็นส่วนสำคัญของการมีชีวิตอย่างปกติสุข “

ผลิตภัณฑ์ด้านจิตใจและอารมณ์ ในภาคอีสานใต้ที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของคนทั่วไปต้องการมาสัมผัส ทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อทำให้จิตใจผ่อนคลายจากการที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติสิ่งแวดล้อมด้วยตนเอง หรือได้พบหรือทำกิจกรรมด้วยตนเองซึ่งเกี่ยวข้องกับความสุข ความเชื่อ ความนับถือส่วนตัวต่อสถานที่นั้นๆ เช่น วัด โบราณสถานที่ มีประวัติศาสตร์น่าจดจำ ทุกจังหวัดในกลุ่มอีสาน

ใต้มีจำนวนมาก กลุ่มสอง คือกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อผ่อนคลายจิตใจ อารมณ์ที่นักท่องเที่ยวได้บริโภค การบริการการนวดเพื่อสุขภาพ สปาเพื่อสุขภาพ มีเพียง 2 จังหวัดเท่านั้น คือจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีสถานบริการ หรือจำนวนผู้ให้บริการด้านการนวดเพื่อสุขภาพ สปาเพื่อสุขภาพที่จัดหามาให้นักท่องเที่ยวได้สะดวก กลุ่มสาม คือ กิจกรรมเพื่อผ่อนคลายจิตใจที่ผ่านกระบวนการทางจิตวิญญาณซึ่งจัดให้นักท่องเที่ยว โดยมีผู้นำไปปฏิบัติทุกจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้มีไม่มากนัก มักจะจัดให้ควบคู่ไปกับกลุ่มที่ 1 การส่งเสริมจิตวิญญาณ นับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเนื่องจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มีโครงการสร้างเสริมสุขภาพะทางจิตวิญญาณ ส่งเสริมและขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ อย่างเป็นองค์รวม เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพของคนไทย โดยรวมทั้งสุขภาพะทางกาย ทางจิต ทางสังคม และทางจิตวิญญาณ โครงการสร้างเสริมสุขภาพะทางจิตวิญญาณ

ผลิตภัณฑ์การออกกำลังกาย ทุกจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ สามารถประยุกต์ให้เกิดขึ้นได้ตามความเหมาะสมกับกลุ่มอายุ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรูปแบบการออกกำลังกายตามความสามารถ ความพอใจของตนเอง หากมีบริการเสริมให้นักวิทยาศาสตร์การกีฬา หรือบุคลากรทางด้านสุขภาพช่วยแนะนำเพิ่มเติมเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ ต่อกล้ามเนื้อและกระดูกขณะออกกำลังกายจะยิ่งทำให้น่าเชื่อถือมากขึ้น

เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ยังเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่แพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ที่เคยรู้จักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือเคยท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมักเป็นกลุ่มที่มีปัญหาสุขภาพ ต้องการแสวงหาธรรมชาติบำบัด หรือต้องการการรักษาแบบผสมผสานโดยแพทย์หรือ

บุคลากรทางด้านสุขภาพ กับการรักษาด้วยวิถีทางธรรมชาติ ส่วนนักทอ้งเที่ยววัยทำงานตอนต้นมีความนิยมทอ้งเที่ยวรูปแบบอื่นมากกว่า หากมีโอกาสเผยแพร่ประโยชน์ของการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ที่เน้นการสร้างเสริมสุขภาพ และการป้องกันการเกิดโรคซึ่งเกิดจากพิษของสิ่งแวดล้อม การทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพจำเป็นต้องอาศัยพื้นฐานความเชื่อว่าการสร้างสุขภาพเป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติมากกว่ารอให้เกิดปัญหาสุขภาพ แล้วจึงหาทางรักษา ดังนั้นการประชาสัมพันธ์การทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ที่คณะวิจัยพัฒนาขึ้น เชื่อว่าสามารถจัดให้กับทุกเพศ วัยอาชีพ ทั้งในขณะที่สุขภาพปกติ และเมื่อเกิดการเจ็บป่วย

2. รูปแบบการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ที่คณะวิจัยได้พัฒนาขึ้น แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ ระยะสั้น และระยะยาว ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ข้อ หรือผลิตภัณฑ์การทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ครบสามารถปรับได้ตามความเหมาะสมของแหล่งทอ้งเที่ยว สิ่งที่เป็นบริการเสริมคือการประเมินภาวะสุขภาพก่อนและ/หรือหลังการร่วมกิจกรรม นักทอ้งเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุราชการมักจะมีเวลาทอ้งเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น การสร้างสุขภาพทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ จิตวิญญาณ ถ้าดำเนินการติดต่อกันระยะเวลาหลายวันย่อมส่งผลดีต่อสุขภาพ เป้าหมายรองที่คณะวิจัยคาดว่าควรจะเกิดกับนักทอ้งเที่ยวคือการส่งเสริมให้นักทอ้งเที่ยวนำวิถีการดำเนินชีวิตเช่นเดียวกับที่จัดให้ในผลิตภัณฑ์การทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ไปปฏิบัติด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

3. แนวทางการพัฒนาการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ชัยภูมิ) ต่อการดำเนินงานด้านการ

ทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ คณะวิจัยได้นำเสนอ 2 แนวทาง แนวทางที่ 1 เป็นการดำเนินการโดยผู้ประกอบการการทอ้งเที่ยว หรือผู้ที่เกี่ยวข้องหน่วยงานที่ให้บริการด้านสุขภาพเป็นผู้จัดการการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในกลุ่มอีสานใต้ ข้อดีของรูปแบบนี้ คือ มีความคล่องตัวด้านการจัดการหากเป็นหน่วยงานที่มีบุคลากรที่เข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพ และทราบกลุ่มเป้าหมายนักทอ้งเที่ยวที่นิยมการทอ้งเที่ยวรูปแบบนี้ ข้อเสียของรูปแบบนี้ คือ การสร้างความร่วมมือกับชุมชนอาจจะไม่ชัดเจน อาจขาดพลังอำนาจในการดำเนินการเนื่องจากดำเนินการตามลำพัง ไม่มีการประสานร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แนวทางที่ 2 ดำเนินการโดยความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ชุมชน และหน่วยงานที่ให้บริการด้านสุขภาพ เป็นแนวทางที่น่าจะเป็นหนทางที่ดีกว่าแนวทางที่ 1 เนื่องจากในปัจจุบันกระทรวงสาธารณสุขมีนโยบายให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีนโยบายให้โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ มีโครงการการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพเพิ่มขึ้น ดังนั้นหากทั้งภาครัฐและเอกชนมีความร่วมมือกันเพื่อช่วยให้นักทอ้งเที่ยวหันมานิยมบริโภคการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น ย่อมส่งผลให้สุขภาพประชาชนดีถ้วนหน้าต่อไปในอนาคต

4. ยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการการทอ้งเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านพบว่าควรมีการพัฒนาสิ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการเชื่อมโยงการทอ้งเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น นโยบายการพัฒนาเส้นทางทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพในอีสานใต้ การสร้างความร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลหรือสถานเือนามัยของประเทศเพื่อน

บ้านเพื่อช่วยจัดกิจกรรมด้านสุขภาพให้นักท่องเที่ยว ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรร่วมกันด้านสุขภาพของประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

หัวหน้าสถานที่ท่องเที่ยวได้ให้ข้อคิดเห็นเรื่องยุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนว่า สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

“ควรเริ่มจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้โรงพยาบาลของรัฐ เอกชนจัดกิจกรรมการสร้างสุขภาพให้กลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มเสี่ยงต่อโรคบางอย่าง เช่น โรคอ้วน ด้วยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ แทนการรักษาในโรงพยาบาลเพียงอย่างเดียว ควรส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจให้เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่าง ๆ ทุกระดับตั้งแต่ระดับตำบล อำเภอ จังหวัด กลุ่มจังหวัดให้เห็นความสำคัญของการส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง โดยเน้นให้เห็นว่าท้องถิ่นตนเองมีสิ่งที่ดีต่อสุขภาพสมควรรักษาและพัฒนาให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น ควรมีการนโยบายให้ผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ สนับสนุนให้มีสื่อประชาสัมพันธ์ที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ ควรดำเนินการด้านการตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้กับชาวต่างชาติ ให้ชัดเจนว่าประเทศไทยโดยเฉพาะกลุ่มอีสานใต้ มีผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ที่มีคุณภาพมากมาย และจัดทำฐานข้อมูลที่สามารถให้เข้าชมภาพและเสนอกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้ตลอดปีไว้ด้วย การเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรมีนโยบายสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศไทย ประเทศลาวด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดำเนินการ

โดยหน่วยงานด้านสุขภาพของทั้งสองประเทศเป็นหน่วยงานหลักที่จะดำเนินการในเรื่องนี้”

### ข้อเสนอแนะ

คณะวิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดกลุ่มอีสานใต้ เช่น การบริการเสริมด้านล่างพิชด้วยสมุนไพรในท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม หรือเป็นจุดขายให้กับชุมชน นอกจากนี้ องค์การที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรจัดโอกาสให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และทราบแหล่งทรัพยากรที่มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มอีสานใต้ เพื่อเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดและเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านต่อไป

2. ควรมีนโยบายส่งเสริมให้โรงพยาบาลของรัฐ เอกชน จัดกิจกรรมการสร้างสุขภาพให้กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเสี่ยงต่อโรคบางอย่าง เช่น โรคอ้วน ด้วยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ แทนการรักษาในโรงพยาบาลเพียงอย่างเดียว

3. ควรส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจให้เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่าง ๆ ทุกระดับตั้งแต่ระดับตำบล อำเภอ จังหวัด กลุ่มจังหวัดให้เห็นความสำคัญของการส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง โดยเน้นให้เห็นว่าท้องถิ่นตนเองมีสิ่งที่ดีต่อสุขภาพสมควรรักษาและพัฒนาให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น ควรมีนโยบายให้ผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ สนับสนุนให้มีสื่อประชาสัมพันธ์ที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ

4. ควรดำเนินการด้านการตลาดเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้กับชาวต่างชาติ ให้ชัดเจนว่าประเทศไทยโดยเฉพาะกลุ่มอีสานใต้ มีผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ที่มีคุณภาพมากมาย และจัดทำฐานข้อมูลที่สามารถให้เข้าชมภาพและเสนอกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ใน

อีสานใต้ตลอดปีได้ด้วย

5. ควรส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานบริการด้านสุขภาพ เกิดความร่วมมือกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อขยายโอกาสให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้มีโอกาสทราบข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้ 

### บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547). **แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ** (อัดสำเนา)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **ทัวร์สุขภาพ** (อัดสำเนา)
- บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล. (2546) **ธรรมชาติบำบัด : ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**. มติชนสุดสัปดาห์, 1171 (23), หน้า 38
- พันธุ์ดี เกตุวันดี. (2548). **กลยุทธ์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพสำหรับธุรกิจโรงแรม คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**
- โรงพยาบาลดำเนินสะดวก, (2544). **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**. (อัดสำเนา)
- วิชาญ เกิดวิชัย. (2541) **การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม สำนักบริการวิชาการ โรงพยาบาลบุรีรัมย์**. บุรีรัมย์ : โรงพิมพ์นิพนธ์
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2544). **บริการเพื่อสุขภาพระยะยาว : แหล่งรายได้ที่ควรเร่งส่งเสริม**. (อัดสำเนา).
- สุรเกียรติ์ อาชานุกาพ. (2541) **สุขภาพองค์รวม**. วารสารกรมอนามัย, 97(4), 8-9.

### บุคลากรนุกรม

- กัณติชาติ เลิศสุวรรณวงศ์ ผู้จัดการสวนสวดยคุณต่อ จ.นครราชสีมา, สัมภาษณ์
- ทักษิณ อาชาคม หัวหน้าสถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกราช จ.นครราชสีมา
- ธาวินี บรรเทิงสุข เจ้าหน้าที่ประจำเขื่อนสิรินธร จ.อุบลราชธานี, สัมภาษณ์
- นพดล นาซิน หัวหน้าอุทยานแห่งชาติตาดีด, จ.ชัยภูมิ, สัมภาษณ์
- บุญเหลือ นาคาติ เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย, จ.อุบลราชธานี, สัมภาษณ์
- สุวรรณ วัฒนพิทักษ์พงษ์ หัวหน้าอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร, จ.ศรีสะเกษ, สัมภาษณ์



## Why Tourism Educational Cooperation and Networking Among the Southeast Asian Countries

Chomyong Toatong

Phetchaburi Rajabhat University

### Abstract

This paper discusses the reason why tourism educational cooperation and networking among the Southeast Asian countries should be taken. The writer discusses while strong commitment in sport has been taken for over fifty years, very little has been done in tourism cooperation especially in education and networking area. The paper shows the distinction and strength of tourism destination in these 6 countries as well as the benefits of the cooperation and networking. The writer emphasizes its plausibility by showing the results of her research entitled “Research for the Development of Sustainable Tourism Researchers in the Greater Mekong Sub-region Countries” as a case study. The research project was conducted as a means to strengthen cooperation among tourism academics and practitioners of the six countries. With the expectation of a high potential of success based on comprehensive and mutual understanding among the neighboring countries, the 6-week training to the 30 participants from the GMS countries (namely Lao PDR, Cambodia, Vietnam, Myanmar and Thailand) offered in 2005 was considered a pilot project to test such possibility. It has proven that mutual understanding and good cooperation could be made occurred through educational cooperation if strong efforts were made. The suggestion of this paper is to set up a consortium for tourism educational cooperation and networking in the Southeast Asian countries. The writer confirms that it should be double the previous SEAGAMES proposed rationale that expected to use regional sports event to promote cooperation, understanding and relations among countries in the Southeast Asian region.

**Keywords :** SEAGAMES, tourism education cooperation and networking, the Greater Mekong Sub-region, consortium

### Introduction

Tourism has already contributed substantially to foreign exchange earnings, employment and national revenue; and direct, indirect and induced income in a number of countries. It has also been found to help reduce regional economic disparities within countries. According to

UNWTO (2007), Asia and the Pacific (+9%) stands out as the best performing region in the world in the first four months of 2007, confirming its role as one of the motors of the international expansion. It also sustained the healthy growth of 2006. ESCAP (2007) stated that tourism in the Greater Mekong which is the subregion in Southeast Asia offers one of the world's most promising growth prospects for the early 21st century.

Tourist attractions in Southeast Asian countries possess distinct characteristics and unique spirits when compared to those in other parts of the world. The infinite uniqueness of various sites, nature, culture, and history has made the countries in Southeast Asia some of the world's most famous tourist destinations and will increasingly attract more overseas tourists to come and visit in this century. Yet, while several measures and approaches have been undertaken to support these upcoming changes, little has been done, in terms of systematic educational development throughout the Southeast Asian region, to create a valuable cooperation. As Khanal (2006), the research manager of Mekong Institute discussed, "Many institutions and specialists in and out of the sub-region have initiated research projects covering GMS development and cooperation as well as socio-cultural transformation. However, these researchers do not have sufficient opportunities to meet and exchange ideas."

With the few chances to meet, collaboration and mutual understanding cannot be easily created. This may unintentionally cause

some inadequate performances that can lead to misunderstanding of problems facing them. There was certain logic to the idea. The countries of the region had many similarities. Modest of population and on a comparable economic footing, they shared common participation as well as roughly equal standards of achievement. Such cooperation would serve as a stepping stone for Southeast Asian countries to raise their standards so as to be more competitive when they cooperate in the larger arenas of the world.

However, cooperation cannot be made easily if the parties have not had real communication among them. The example was from the work of the Rajabhat University Network that consists of 40 universities situated in different provinces around Thailand, tried to respond to the government policy by creating the research forum aiming at sustainable tourism development since 2003. The community-based scheme has been applied in order to strengthen the local community. Up till present, over a hundred and fifty research projects have been implemented in local areas. Within these projects, some researchers in the Rajabhat Universities situated in the provinces that share the border with nearby countries to Thailand such as Kamphaengphet, Loie, Buriram and Chiang Rai tried to find ways to connect tourist routes with the neighboring countries, it was found that connecting these routes was difficult due to the differences in political and economic system; the restrictions of law and regulations; and misconception of culture, traditions and ways of life. (Toatong, 2005)

Thus far, Southeast Asia has been quite fortunate in the sense that several dominant organizations participating in Southeast Asian tourism development have been pushing tourism development toward a desired direction. Upstream sources of supply are getting more attention in terms of being the strategic source of development. Those organizations include, among others, the Asia Pacific Tourism Association (APTA), Asia - Pacific Education and Training Institute in Tourism (APETIT), ASEAN Tourism Association (ASEANTA), ASEAN Secretariat Infrastructure and Tourism Unit, and the ASEAN Communication Team and Tourism (ACTT.) Their success has been seen worldwide “Timothy and Tosun (2003) noted” The Association of Southeast Asian Nations has seen significant success since the late 1980s in its promotional efforts where the region as a whole is promoted and marketed to potential visitors through multi-national cooperative efforts.” In addition, administrators of the Southeast Asian countries seek closer cooperation. At the opening of the 24th ASEAN Tourism Forum (ATF 2005) Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi, the Prime Minister of Malaysia said, “We can gain much by being more connected and by making travel within the region easier, not just for ASEAN nations but also for travelers the world over.” According to him, instead of operating individually most of the time, the “prosper thy neighbors” principle could be a useful guide. (The New Straits Times Press (M) Berhad, 2005)

Despite several strong international cooperative efforts have been established to

secure sources of supply for tourism and to create Southeast Asian countries as a single destination, each has been conducted within a limited area of coordination and adopted different standards of quality measurement. As a consequence, each tourism development strategy was implemented without exploring the overall impact. Thus, the direction of tourism development in Southeast Asia has been driven by groups of leading organizations with abundant resources and activities, rather than by a collection of organizations that uses a systematic approach which incorporates in its internal operations an understanding of the impact of the dynamic changes of a single tourism component on others that share resources, such as culture and nature.

It is important to Southeast Asian countries beyond the essence of sport cooperation and economic prosperity. Not only can this opportunity bring about the regional sports event to promote cooperation, understanding and relations among countries in the Southeast Asian region and sustainable well-being to heritage, natural and cultural treasures of the region, but it can also create a breakthrough that frees Southeast Asian development from western models that are not reflective of Southeast Asian sources of tourism and which are dependent on the world's economic cycles.

Without taking a systematic educational development approach into account, Southeast Asian tourism will merely be a trend of interest in the early stages of the region's development,

and will eventually fade away. The opportunity for tourism development will not realize its potentials if it can not be sustained. The writer foresees the significance of this danger, and suggests a mechanism that validates a systematic approach to cooperative tourism strategy that could create a new paradigm of tourism development in Southeast Asian countries

### **Conceptual framework of the article**

This paper articulates the idea of mobilizing tourism education as a means of creating a systematic approach to a sustainable Southeast Asian cooperation objective. Utilization of synthesized profound knowledge in Southeast Asian countries, tourism is the key to validate this approach. In a holistic view, the writer pictures an ideal driving force in tourism as a learning organization in which the understanding and integration of many concepts and principles are continuously improved, learned, and shared within and throughout the region, and in which the same standards and measurements are applied. Creating a comprehensive tourism education system across Southeast Asian countries is the most basic and effective way of developing Southeast Asia tourism right from the foundation of Southeast Asia societies.

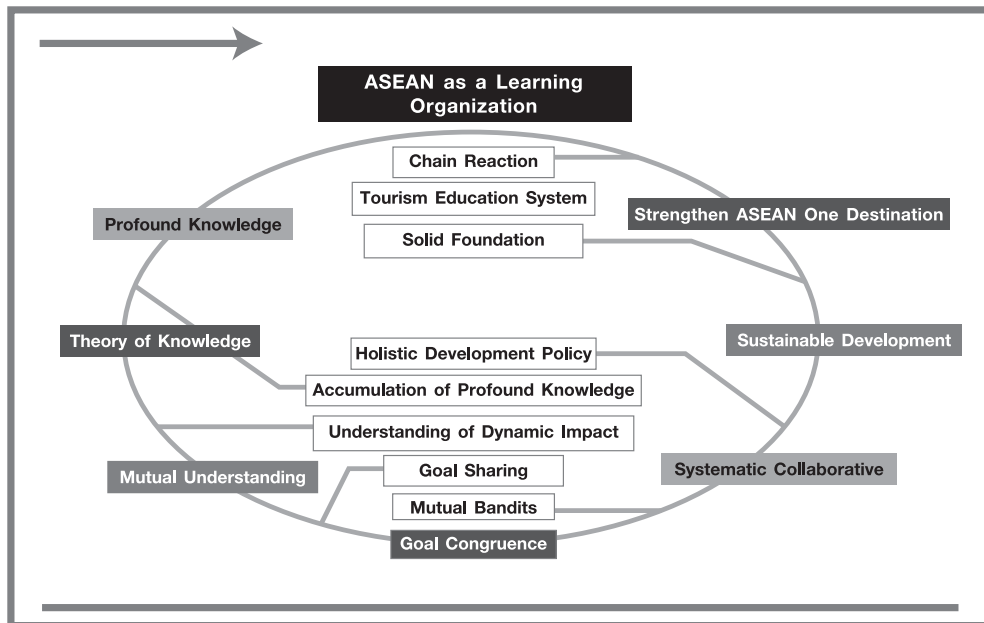
At present, there is no organization exclusively or officially responsible for a comprehensive regional Southeast Asian tourism education. Currently, problems and solutions in tourism are presented by many organizations and

the result of a non-functional educational approach with no single education system installed. An educational tourism approach can help break this unproductive cycle by establishing a collaborative center for Southeast Asian countries tourism education. This education center will function as the Southeast Asian tourism learning organization, delivering a product of multiple chain reactions from its system. This educational initiative will be a form of cooperation that pushes Southeast Asian tourism toward sustainable development, since all relevant tourism perspectives will be learned and shared across the region. One of the core functions of this education center will be to continuously provide an authentic theory of tourism knowledge; such as, assessing tourism capacity, monitoring and evaluating the process of resource utilization, creating capability from the healthy coordination of resource utilization and capacity, delivering value creation ideas through mutual understanding, efficient handling of inter- and intra-organizational conflict resolution and collaboration, making projections and preparing to maximize the benefits from external environments outside the Southeast Asian region. These functions can be proposed to universities and institutions that offer tourism programs or related fields. The provision of working opportunities, interaction among educators, and participation in important meetings at milestones of Southeast Asian tourism development will provide educators with opportunities to learn from each other. By using synergy from education to fill in the missing links among organizations or nations, the possibility of

making Southeast Asian countries tourism a single solid destination becomes more dynamic and

realizable. The conceptual framework can be concluded by the following figure:

**Figure 13 : The conceptual framework: Tourism Education as a means of creating a systematic approach to a sustainable Southeast Asian Cooperation**



### Tourism Education in Southeast Asian countries

At present, tourism education programs offered by Southeast Asian countries are constructed separately in each country, despite similarities of nature, history, and culture. Most programs and curricula follow the educational views of the world, which is completely market-led and simply provides attractions and facilities that the tourist market demands (Smith, 2000; Timothy and Tosun, 2003.) Many of these are not quite suitable for nor fit well in the Southeast Asian countries identity. Most curricula are sensitive to and supportive of government

policies, which are oriented to economic benefit. Even in Southeast Asian cooperative efforts, high competition between countries on economic grounds is commonplace. This situation leads to cost cutting and trying to do more for less. The shared identity of being Southeast Asian is unintentionally ignored because each country seeks to boost its own economy. As most of the Southeast Asian countries are developing, foreign currency is essential for their economic development. Consequently, most countries try their best to attract as many tourists as possible because greater numbers means more income and foreign currency to the country. Educational

institutions of course respond to the government policy. They organize courses and programs to educate and train their prospective graduates to satisfy the nations needs, and the tourism industry becomes the means of acquiring foreign exchange. But, the impact of tourism development affects not only the people's economic well-being and way of life, but also their environment and culture as well.

### **Possible solutions**

There are many ways to achieve our goal of Southeast Asian Cooperation. However, the writer would like to propose that education is the essential key to success, especially at the tertiary level, namely vocational, undergraduate, graduate, and short course training programs. In this paper, an analytical approach is applied to address undergraduate education in tourism among Southeast Asian countries because it is at the undergraduate level where all Southeast Asian countries are producing the majority of tourism programs. Thus, it should be the major point to do the adjustment. The solution at the undergraduate level is that, tourism education in Southeast Asian countries should include curricula that emphasize conceptual issues and that addresses questions related to the specific goals of certain tourism degrees. It should be based on appropriate content and syllabus design, knowledge and skills and techniques, as well as relevant issues corresponding to current trends and appropriate educational approaches related to the cultural, natural, historical and social

consequences in the region. Some suggestions are offered on how to succeed with the one-destination tourism concept in the region.

### **The Results of the Case Study Entitled “Research for the Development of Sustainable Tourism Researchers in the Greater Mekong Sub-region Countries and Two Focus Groups Supporting the Idea.**

The writer did three studies in order to determine the needs of various stakeholders in tourism development in Thailand and in the Greater Mekong Sub region (GMS) which are the countries under the Southeast Asian region. The results are projected as follows:

According to a case study entitled “Research for the Development of Sustainable Tourism Researchers in the Greater Mekong Sub-region Countries” that was done in 2005 and part of it was the six weeks training for sustainable tourism research done to the 30 academics from the five countries (Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam and Thailand from August 1 until September 9, 2005), the results showed that education was an appropriate way to establish mutual understanding, trust, and friendship. Within the six weeks of training, the thirty participants who were tourism lecturers, tourism planners and tourism practitioners not only gained knowledge but an understanding of each other. They were able to create 11 distinctive collaborative tourism research proposals that showed strong cooperation among GMS countries. Some examples of the

proposals are: 1) Community - based for Sustainable Trekking Tourism Development in Namha (Lao) and Sapa (Vietnam). 2) Cross Border Tourism Cooperation between Prah Vihea, Cambodia and Srisaket, Thailand. Also, another nine distinctive projects were identified. (Toatong, 2005)

Another two focus groups were done, first with the GMS group on August 17, 2005, to see about future collaboration. The results showed that the GMS people need a tourism consortium as a mechanism through which to collaborate on tourism education. The other was done with Thai educators, business and public sectors on September 9, 2005. The result showed that there is a need to develop tourism quality personnel and promote tourism as a regional cluster

### **Southeast Asian Tourism Education at the Under Graduate Level**

As aforementioned earlier, most Southeast Asian countries are developing their tourism industries with a view to its revenue generating potential. The demands of stakeholders and countries for the growth and development of a domestic tourism industry have driven institutions to create independent and locally relevant curricula. Consequently, most undergraduate curricula in tourism are designed to serve potential economic growth of each nation, which views tourism as a major source of foreign exchange, harmonious employment creation, generating more income and helping with the balance of payments.

In this sense, the curriculum design for undergraduate level programs in most Southeast Asian universities could be viewed as market-based or business-oriented. Most courses tend to emphasize how to manage the tourism and hospitality industries to meet the needs of tourists or guests. Maintaining traditional local identities and the impact of tourism on local peoples are hardly considered. A comparative study of tourism education in ASEAN countries can be characterized as the following. (Toatong, 2005)

### **Comparison of Tourism and Hospitality Programs in Universities in Southeast Asian Countries**

Studies of six leading countries that offer tourism degree programs show that the degree requirements in terms of credits hours puts more emphasis on business-oriented issues. The following curriculum examples show how most universities in Southeast Asia provide courses to students.

#### **Thailand**

Educational institutions in Thailand offer a wide range of programs in tourism-such as Tourism Industry, Hotel Industry, Hotel and Tourism, Hospitality Service, Tourism Management, Hospitality Industry and Tourism Development. Most of these engage students in different areas of tourism business management, services in hotels, food and beverage management, business development, and current trends of the tourism industry. To finish a tourism program, most students are required to take courses totaling about 130 units (credit-hours) or over.

### **Cambodia**

The tourism sector in Cambodia is in the process of re-developing due to the civil war that lasted from 1975 to 1998 (Heng, 2003). Education in tourism is viewed as an important path that brings advantages to not only the tourism business but all industrial sectors countrywide. Currently tourism education development in Cambodia could be considered as at the preparation stage. The Asia Development Bank as well as the Ministry of Tourism and other public sectors in the country have created good awareness of academic institutions. Curricula that are offered currently in Cambodia put more emphasis on its host community and local identity. Programs in tourism education at the undergraduate level are currently being offered in about 20 universities (Heng, 2003), including Royal University of Phnom Penh, National University of Management, Norton University, Build Bright University and many others.

### **Indonesia**

Within ASEAN countries, Indonesia is considered a country that is making rapid progress in tourism education. Tourism industry programs have been offered for over twenty years. Many universities, such as Petra Christian University and others are now offering a variety of programs. Some are called Tourism Industry, Hospitality and Tourism, and Hospitality Management or Tourism Management.

### **Vietnam**

Although tourism education in Vietnam is relatively new compared to other Southeast Asian countries, many universities both public and private are now offering a variety of courses in the tourism industry. Vietnam National University, Hue University, Danang University and Duy Tan University are some of these. The programs aim at providing students with basic, interdisciplinary knowledge of the tourist culture and geography in order to give them the ability to adjust themselves to the needs of tourism. Training provides skills in communication, management, and research that are needed for a bachelor's degree in tourism.

### **Malaysia**

Tourism education in Malaysia, compared to most other ASEAN countries, is well developed. Many universities are now offering tourism industry programs such as Tourism Management and Hospitality Management. Most programs aim at preparing knowledgeable and skilled professionals for the industrial and service sectors. Emphasis is placed on several aspects including the activities of organizations, development, economics, management and policies dealing with various industries. Undergraduates will be equipped with skills and analytical ability to enable them to identify economic environments conducive to entrepreneurial operations. Courses offered will expose students to policies of industrialization, the role of government, market structure, behavior of firms in responding to domestic and

international changes, labor market analysis, investment, and technology flows.

### **Singapore**

The Tourism and Hospitality program in Singapore is designed to prepare students for a career in this dynamic and rapidly expanding industry which incorporates multi sectors. Graduates will acquire knowledge, understanding and competencies from studying a wide range of general business and specialized subjects. The course is international in scope, reflecting the global reach of the industry, but focus on the region. It has been prepared in consultation with industry representatives and is supported by the Singapore Tourism Board. (Nanyang Business School, 2007)

### **Suggested Solutions : Southeast Asian tourism curricula development**

According to the abovementioned, it can be concluded that Southeast Asian tourism curricula are based on knowledge and views drawn from the Western world. In addition, they illustrate concepts of “people” requiring “services” in order to achieve certain “objectives” (Chadwick, 1994). , Gunn (1988), also suggested that most tourism curricula referred to the “functioning tourism system involving five components: market, attractions, service/facilities, transportation and information promotion.” These concepts were applied to the existing curricula in world tourism and they can also be related to tourism program administration. Most curricula emphasize guest satisfaction and managing

cultural activities to fit the tourist’s needs. Many courses such as service psychology, the art of service and communications, tourism behaviors, and organizational management, are put in the curricula while some courses like national archaeology, cultural heritage, national culture and society might be unintentionally ignored.

The suggested solution is to develop South-east Asian tourism curricula that put more emphasis on the local identity. The curricula adjustment will offer a new way to educate local people to have more awareness of their own identity.

This approach can also fit in with specific trends in tourism. The answer to the new development is not only to strengthen the local people but to fit with the “FITs” (Free Independent Travelers), the new trends of tourism. The FITs is a trend that many tourists in many countries are adopting. It means that tourists prefer to travel by themselves independently or in small groups which offer more chance to explore local communities more deeply.

### **Areas or Activities for Cooperation in Tourism Education**

Tourism education can be best attained through three skill sets: tourism planners, tourism educators, and tourism practitioners. The following could be the key activities enhancing tourism education cooperation in ASEAN graduates.

1. Set up a Southeast Asian Tourism

Education Consortium consisting of a working committee from every country, and establish an ASEAN university network on tourism education. The consortium needs to mobilize knowledge

among ASEAN educators, exchange scholars, establish a youth forum for students, and use education as a means to re-engineer attitudes and develop trust in each other.

2. Construct a Southeast Asia Tourism Curriculum for both undergraduate and graduate levels. At the graduate level, the creation of a research university to get a deep understanding of the Southeast Asian region is urgently needed.

3. Cooperate in sharing resources, skills and training facilities, including networking of tourism training centers, re-education of trainers, creation of a data-based network as a one-stop service, displaying who is doing what and where, and provision of technical assistance and experts exchange programs.

## Discussions

It is believed that this cooperation will, of course, needs a lot of efforts and it will most certainly create various degrees of positive impacts throughout the region. These can be seen as immediate, short, medium and long term impacts which can be described as follows:

At the immediate level, there will be an increase in collaboration and mutual understanding among academic personnel and other people involved, as well as increased team-building of

people with similar backgrounds. Further, there will be some convincing and supporting of each other towards the desired direction.

Among the short term impacts, it is expected that this Southeast Asian tourism curricula and program will be promoted by each member country. As a result, the knowledge and information of Southeast Asia will be provided to the stakeholders as well as the tourists. In doing this, the number of quality tourists will be increased and Southeast Asian strengths and opportunities as a tourist destination can be shown to the world.

In terms of medium and long term impacts, it can be predicted that conflicts involving neighboring nation will be resolved more peacefully. This is because people in the countries work together more closely and will of course understand more about each other. Local culture - rituals, arts, crafts, and traditional ways of life, the distinction of Southeast Asian countries - will be promoted to create unity. As a consequence, people will participate more in environmental and cultural conservation activities and the result will be evident in the increased income generation in the local community. Further, learning societies that encompass both “hosts” and “guests.” will be created and nourished.

## Conclusion

Tourism education can be an essential key tool to promote Southeast Asian Cooperation emphasizing the similarities of local cultures,

ethnic groups, history and ways of life, and which would promote the image of a holistic region that can compete with other parts of the world. There is a need to establish an educator's consortium as a body to promote and develop knowledge and management in tourism of Southeast Asian countries. The consortium should consist of educators from all Southeast Asian countries, and frequent meetings should be organized in order to keep abreast of the changing environment. The consortium will participate actively with other regional and international organizations to update information and work closely with them.

The construction of Southeast Asian tourism curricula for graduate level students is

also needed. A research university is required for the region. Experts from each country should work in cooperation to strengthen regional education. Curricula in tourism should put more emphasis on the distinctive competitiveness of the region and aim at the re-education of the host community. Short-course training such as training of trainers, training of new job skills and technology as well as provision of technical assistance and experts should also be provided under the consortium's supervision to suit the needs of community and local universities. Finally, this cooperation will not be only to promote the prospect of one-destination of ASEAN but will also create mutual understanding leading to greater peace in the whole region.

## References

- Chadwick, R. (1994). **Concepts, Definitions and Measures Used in Travel and Tourism Research in Travel Tourism, and Hospitality Research**. U.S.A.: John Wiley & Son, Inc.
- Cohen, E. (2001). **Thailand in Touristic Transition** in P.Teo, T.C. Chang and K.C.Ho (eds.) *Interconnected Worlds: Tourism in South East Asia*, pp. 155 - 175. Amsterdam: Pergamon.
- Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi, the Prime Minister of Malaysia. The New Straits Times Press. (2005). **Call for Closer Cooperation**. [Online] available : <http://www.nst.com.my/travel/article/TravelNews?20050427111617> 26/9/05.
- Gunn, Claire A. (1988). **Tourism Planning**, 2nd ed. New York: Taylor and Francis.
- Heng, Seyla. (2003). **Demand for Tourism Higher Education in Cambodia. An Initial Investigation Research**. A Thesis for the Degree of Master of Arts. Cambodia : Royal University of Phnom Penh.
- Khanal, Bhoj Raj. (2006). **Empowering Development and Strengthening Cooperation in Public and Private Sectors in the Greater Mekong Sub region through Research and Learning Programs**. Paper presented at the International Conference "Strengthening

**Partnership among Academic and Development Institutions : New Dimensions of Social and Culture and Economic Cooperation in the Upper Greater Mekong Sub region”** 16-18 February, 2006 Chiangrai Rajabhat University.

Nanyang Business School, **Nanyang Technological University**. [Online] available : [http://www.nbs.edu.sg/student/Undergrad\\_portal/curriculum\\_share/TH.asp](http://www.nbs.edu.sg/student/Undergrad_portal/curriculum_share/TH.asp) 6/11/07

Pearce Philip L, Moscardo Gianna, and Ross Glenn F. (1996). **Tourism Community Relationship**. North Queensland : Pergamon.

Singh, S, Timothy, D.J., and Dowling R.K. (2003). **Tourism in Destination Communities**. Cambridge : CABI Publishing.

Smith R.A. (2000). **Tourism Planning and Development in Southeast and South Asia**. In : Hall, G.M. and Page, S.(eds). **Tourism in South and Southeast Asia: Issues and Cases**. Oxford: Butterworth Heinemam.

The Ministry of Foreign Affair. (2007) **Tourism in the Greater Mekong Sub-region(GMS) Program** [Online] available : <http://www.mfa.go.th/web/1251.php>

Toatong, C. (2004). **The Situational Studies for Tourism Research Development**. Phetchaburi : Phetchaburi Rajabhat University.

(2005) The International Workshop on GMS Collaborative Tourism Research Training. Phetchaburi: Phetchabiri Rajabhat University

(2006). The Synthesis of Sustainable Tourism Research Projects of Rajabhat University Network. Phetchaburi : Phetchabiri Rajabhat University.

UNWTO.(2007) **Tourism Highlights 2007 Edition**. <http://www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights>.

The 2 Focus Groups: 1. **The 15 representatives from the Greater Mekong Sub-region and 5 Thai representatives from public and private sectors**. How tourism Education in GMS can be Strengthen. August 17, 2005

2. The 25 Thai educators, business and public sector. The Destination of Thai Tourism. September 9, 2005



## กระบวนการบริหารจัดการสื่อเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

### Media Management Process for Tourism Development in Surin Province

ศุภางค์ นันตา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Supang Nunta

Surindra Rajabhat University

#### บทคัดย่อ

จังหวัดสุรินทร์เป็นหนึ่งในจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ที่ต้องการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวด้วยลักษณะทางกายภาพที่มีพื้นที่ชายแดนติดกับประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นแหล่งอารยธรรมที่เก่าแก่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกเปรียบเสมือนเป็นประตูสู่สากล จากข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 จังหวัดนครราชสีมา ได้แสดงให้เห็นว่าจังหวัดสุรินทร์ เป็นพื้นที่ที่มีโอกาสในด้านการสร้างรายได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งมีผลสืบเนื่องมาจากการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ เชิญชวน และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมและใช้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดสุรินทร์

ดังนั้นในบทความชิ้นนี้ผู้เขียนจึงมีจุดมุ่งหมายที่จะนำเสนอให้เห็นถึงความสำคัญของกระบวนการบริหารจัดการสื่อที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพเพื่อกำหนดใช้ในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดได้

**คำสำคัญ :** กระบวนการบริหารจัดการสื่อ, การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

#### Abstract

Surin Province is one of many provinces that needs to develop its tourism. The province is close to Cambodia which is known as the land of ancient civilization. For this reason, Surin has potentiality to develop its tourism.

In order to connect to other world heritages. The province can be the open door to internationality. According to the Tourism Authority of Thailand, Northeastern Area 1, Nakornrachasima Province, The number of tourists and the amount of income from tourism have significantly increased. In order that, the major factor that enables Surin to be an outstanding place for tourists from all over the world is the use of medias in public relations. Presumably,

The public relation process encourages tourists to come to Surin.

For this reason, The article aims to present the importance of proper and efficient media management process to be the guidance for policy setting and practice in developing tourism of the province.

Keywords : Media management process, the tourism development in Surin Province

### คำนำ

“หมู่บ้านช้าง” และ “งานแสดงช้าง” เป็นชื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รู้จักจังหวัดสุรินทร์ ในนามเอกลักษณ์ของเมืองช้างที่ถูกนำเสนอและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและเป็นเสมือนสัญลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวหลักของจังหวัดที่ทำให้สุรินทร์มีการเปลี่ยนแปลงด้านรายได้จากการท่องเที่ยวและมีสถิตินักท่องเที่ยวค่อยๆเพิ่มขึ้นนับตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงเห็นความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมมือกับจังหวัดสุรินทร์ ประกาศในปี 2551 เป็นปีแห่งการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์กิจกรรมท่องเที่ยวเต็มระบบตลอดปี เพื่อแสดงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยได้ปรับปรุงภูมิทัศน์ ของวนอุทยานพนมสวาย ซึ่งเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เคาะระฆังพันใบ และเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้ไปเยือนหมู่บ้านผ้าไหมท่าสว่าง และหมู่บ้านเลี้ยงช้างแห่งเดียวในโลก ที่รวบรวมวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่ผูกพันมานานนับร้อยปีระหว่างชาวกูยกับช้างที่เลี้ยงเสมือนเป็นเพื่อนคู่บ้าน ตลอดจนการส่งเสริมสินค้าที่ได้รับการกล่าวขวัญ คือ ข้าวหอมมะลิ ทั้งนี้เพื่อมารับ

นโยบายของรัฐบาลที่กำหนดให้ปี 2551-2552 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวและการลงทุนของประเทศไทย

อย่างไรก็ตามถึงแม้จะมีการกำหนดปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวเต็มระบบตลอดปีของจังหวัดสุรินทร์ แต่อย่างไรหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1 จังหวัดนครราชสีมา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสุรินทร์ องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล รวมถึงภาคเอกชนและภาคประชาชนจะสามารถใช้เครื่องมือทั้งสื่อกระแสหลักและสื่อชุมชนรวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสมัยใหม่อื่นๆ ให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวและผลักดันให้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ได้รับการตอบรับจากทุกภาคส่วน ดังนั้นกระบวนการบริหารจัดการสื่อที่มีประสิทธิภาพและการดำเนินกิจกรรมที่ครบทุกขั้นตอนจึงจะสามารถช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้ตรงตามเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการวางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวซึ่งในพื้นที่จำเป็นต้องมีการตั้งคณะทำงานหรือภาคีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อร่วมกันกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เลือกข่าวสารและสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ที่รับผิดชอบ บริหารจัดการภายใต้งบประมาณที่มี และสร้างสรรค์ชิ้นงานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวออกสู่มวลชน หลังจากนั้น จึงมีการวัดประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นการตรวจสอบทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภายหลังการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น หากมีกระบวนการบริหารจัดการสื่อที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับบริบท

การท่องเที่ยวของพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ก็สามารถนำมากำหนดใช้ในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดได้

### ความสำคัญของกระบวนการบริหารจัดการสื่อ

การใช้สื่อเพื่องานพัฒนาหรือส่งเสริมกิจกรรมใดๆ ในสังคมไทยมักกล่าวถึงกลยุทธ์ที่สำคัญ 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การบริหารจัดการสื่อ และกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับเนื้อหาหรือสาร ดังทัศนะ

ของกาญจนา แก้วเทพ (2548 : 31) กล่าวถึงกระบวนการบริหารจัดการสื่อว่า สังคมไทยจะให้ความสนใจและให้ความสำคัญเฉพาะขั้นตอนของการผลิตสื่อ (media production) ทุกหน่วยงานของรัฐจึงล้วนผลิตสื่อ แต่ไม่สนใจและไม่ได้ให้ความสำคัญกับวงจรอื่นๆ เช่น ขั้นตอนการแพร่กระจาย (distribution) ขั้นตอนบริโภค (consumption)

ดังนั้นในความเป็นจริงกระบวนการบริหารจัดการสื่อจึงต้องมีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง ทั้ง 3 ขั้นตอนหลัก ประกอบด้วย



แผนภาพ 14 ภาพแสดงกระบวนการบริหารจัดการสื่อ

จากแผนภาพกระบวนการบริหารจัดการสื่อ ในแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้

**ขั้นตอนการผลิตสื่อ** หน่วยงานหรือองค์กรมุ่งให้ความสำคัญกับองค์ประกอบดังต่อไปนี้

ตาราง 16 ขั้นตอนการผลิตสื่อ

| องค์ประกอบของขั้นตอนการผลิตสื่อ      | สาระสำคัญ                                                                                                            |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประการแรก การวางแผนเตรียมการผลิตสื่อ | โดยกำหนดแนวคิดและประเด็นที่จะนำเสนอโดยให้สอดคล้องกับนโยบาย งบประมาณ ของหน่วยงานหรือองค์กร ชุมชนที่เป็นเจ้าของโครงการ |

| องค์ประกอบของ<br>ขั้นตอนการดำเนินการผลิตสื่อ           | สาระสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประการที่สอง<br>การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย              | การผลิตสื่ออาจมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน เช่น การผลิตสื่อเชิงพาณิชย์นั้นมักจะสำรวจกลุ่มเป้าหมายในเชิงปริมาณและมุ่งหมายที่จะผลิตสื่อและส่งสารไปเพื่อการโน้มน้าวใจ หากทว่าการผลิตสื่อแบบมีส่วนร่วมนั้นจะสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อผลิตสื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับด้วย                                                                                                            |
| องค์ประกอบ ของขั้น<br>การดำเนินการผลิตสื่อ             | สาระสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ประการที่สาม<br>การกำหนดวัตถุประสงค์                   | วัตถุประสงค์ของการผลิตสื่อเพื่อต้องการอะไร เช่น เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมและใช้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ                                                                                                                                                                                                       |
| ประการที่สี่<br>การกำหนดช่องทาง<br>หรือการเลือกใช้สื่อ | มีกลยุทธ์ในการเลือกสื่ออย่างไรบ้าง เช่น การเลือกใช้สื่อมวลชนระดับชาติและระดับท้องถิ่น เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้ประชาชนทั่วไป การใช้สื่อผสมระหว่าง สื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมประเพณีของแต่ละพื้นที่เพื่อบอกกล่าวเล่าต่อแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย การเลือกใช้ Brand ambassador และ web site สารคดีท่องเที่ยว เพื่อโน้มน้าวใจและสร้างภาพลักษณ์แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ |
| ประการที่ห้า<br>การกำหนดเนื้อหาสื่อ                    | การกำหนดเนื้อหาสื่อที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร เช่น การบรรยายละเอียด ข้อความที่ชัดเจน เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยว แผนที่ สถานที่และกิจกรรมต่างๆ ในสื่อประเภท นิตยสาร แผ่นพับ คู่มือแนะนำเที่ยว การให้ข้อมูลที่ทันสมัย ภาพและเสียงที่น่าสนใจ สำหรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่ออินเทอร์เน็ต                                                                               |
| ประการที่หก<br>การประเมินผลหลังการผลิตสื่อ             | ประเมินผลโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาทั้งรูปแบบ วิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการผลิต                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### ขั้นตอนการเผยแพร่หรือแพร่กระจายสื่อ

เมื่อดำเนินการผลิตสื่อแล้วหน่วยงานหรือองค์กรใดๆ ต้องมีการบริหารจัดการเรื่องการเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารด้วยวิธีต่างๆ การ

จัดสรรงบประมาณ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการเผยแพร่สื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารตลอดจนการจัดการในด้านการจัดเก็บเป็นระบบฐานข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไปในขั้นตอนนี้จึงมีกลยุทธ์ในการเผยแพร่ ดังนี้

ตาราง 17 กลยุทธ์ในการเผยแพร่หรือกระจายสื่อ

| กลยุทธ์ในการเผยแพร่                                            | สาระสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประการแรก ความต่อเนื่อง                                        | คือ กลยุทธ์ที่สร้างความต่อเนื่องให้เกิดขึ้นในใจของผู้รับสาร เป็นการเตือนความทรงจำให้ผู้รับสารรู้สึกผูกพันกับเนื้อหาของสารจากสื่อที่เปิดรับ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ประการที่สอง<br>ประสิทธิผลของการเข้าถึง                        | คือ การเปิดรับสารแต่ละครั้งมีค่าไม่เท่ากัน การสื่อสารเพียงครั้งเดียวสามารถเข้าถึงผู้รับสารใหม่จำนวนมากได้ แต่อาจไม่มีประสิทธิผลใดเกิดขึ้น เพราะผู้รับสารยังคงมีทัศนคติเดิมและไม่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใดๆ ผู้วางแผนจึงควรกำหนดกลยุทธ์ให้สื่อที่ใช้เกิดประสิทธิผลของการเข้าถึงในช่วงที่ผู้รับสารได้รับความถี่ที่เพียงพอจากการสื่อสาร                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ประการที่สาม<br>การแพร่กระจายข่าวสารผ่านสื่อไปยังจุดใดจุดหนึ่ง | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) การแพร่ข่าวสารไปตามสภาพภูมิศาสตร์ เช่น การใช้ภาษาท้องถิ่นเพื่อรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคเหนือภาคใต้ภาคอีสาน</li> <li>2) การส่งสารตามฤดูกาล คือ การเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสำคัญของพื้นที่นั้น ๆ เช่น เทศกาลงานแห่เทียนเข้าพรรษา จ.อุบลราชธานี ประเพณีบวชนาคช้าง จ.สุรินทร์ เทศกาลกินเจ จ.ภูเก็ต เป็นต้น</li> <li>3) การส่งสารตามลักษณะผู้รับสาร เช่น การนำเสนอข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่าน web site เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมักสนใจเนื้อหาสารที่มีรูปแบบน่าสนใจ สามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว หรือการส่งสารโดยผลิตสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ เพื่อใช้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการเปิดรับสื่อภาพและเสียง</li> <li>4) การส่งสารตามสื่อ วิธีนี้ใช้ในกรณีหากสื่อใดสื่อหนึ่งใช้ได้ผลดีมากกว่า ก็ไม่จำเป็นต้องกระจ่ายเงินงบประมาณเพื่อใช้สื่อหลากหลายประเภทมากเกินไป ซึ่งอาจจะไม่ได้ผลดีเท่ากับการใช้สื่อใดสื่อหนึ่ง หรือเลือกใช้สื่อ 1-2 ประเภทก็เพียงพอ</li> </ol> |

ขั้นการเผยแพร่หรือแพร่กระจายสื่อนี้ หากหน่วยงานหรือองค์กรธุรกิจมีงบประมาณจำกัด ก็อาจไม่เลือกใช้สื่อที่คู่แข่งชนใหม่ใช้มาก ๆ กลับมาพิจารณาเลือกใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ โดยไม่มีการรบกวนจากคู่แข่งชน แต่มีความเด่นในแง่ของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น ไม่จำเป็นต้องเลือกใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ที่จ่ายค่าโฆษณาจำนวนมาก แต่เลือกใช้สื่อที่ผู้รับสารสามารถพบเห็นได้เสมอขณะออกนอกบ้าน เช่น แผ่นป้ายโฆษณาหรืออักษรวิ่งตามจุดแยกสัญญาณไฟจราจร หรือป้ายจอตรกรโดยสารประจำทาง

**ขั้นการบริโภคสื่อ** เมื่อผลิตแล้วสื่อจะแพร่กระจายส่งไปยังผู้รับสารหรือผู้บริโภคสื่อต่อไป จึงเป็นขั้นตอนของการติดตามประเมินผลอีกครั้งว่า ผู้รับสารเลือกใช้ช่องทางสื่อใดบ้างในการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ในการรับรู้ข่าวสาร ตลอดจนเกิดพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้างเมื่อบริโภคสื่อแล้ว

จากกระบวนการบริหารจัดการสื่อที่กล่าวมาข้างต้น ทั้ง 3 ขั้นตอนมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน โดยหน่วยงานหรือองค์กรจะดำเนินโครงการ

หรือกิจกรรมใดก็ตาม หากต้องการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ควรให้ความสำคัญตั้งแต่ขั้นตอนของการดำเนินการเพื่อผลิตสื่อขึ้นมา หลังจากนั้นจึงมีกระบวนการจัดการเผยแพร่สื่อดังกล่าวให้เข้าถึงผู้รับสารเป้าหมายอย่างชัดเจน และมีความต่อเนื่องในการกระจายข่าวสาร จนกระทั่งการดำเนินขั้นตอนติดตามประเมินผลต่อว่าผู้รับสารมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงอย่างไร เมื่อบริโภคสื่อ นั้น ๆ จากหน่วยงานหรือองค์กรที่ส่งไปเมื่อครบตามกระบวนการบริหารจัดการสื่อแล้ว นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่าสื่อสามารถใช้เป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกิจกรรมและโครงการใด ๆ ได้

**ผลสะท้อนจากงานวิจัย :** ประเด็นศึกษาสื่อกับการท่องเที่ยว

จากความสำคัญของกระบวนการบริหารจัดการสื่อ พบว่ามีงานวิจัยหลายชิ้นที่สะท้อนให้เห็นถึงการนำสื่อมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆดังตัวอย่างงานวิจัยจากตารางต่อไปนี้

ตาราง 18 ตัวอย่างงานวิจัย

| เจ้าของงานวิจัย/ ปี | เรื่อง                                                                                                                                                                                   | ข้อค้นพบ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ศิริสา สอนศรี 2541  | การศึกษาบทบาทของการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่ | ว่าแผนการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อหลัก โดยมีสื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนเป็นสื่อรอง กองประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดเชียงใหม่ ยังขาดความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องของเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับสูงมาก เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลในระดับปานกลาง |

| เจ้าของ<br>งานวิจัย/ ปี        | เรื่อง                                                                                       | ข้อค้นพบ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ศรีหญิง ศรีศุข<br>2544         | การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา     | การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| สมยศ<br>ไธสงเคลือบ<br>2544     | พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น                                | พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชาชนจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ นสพ. สื่อบุคคล นิตยสารวารสาร หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต ส่วนแผนที่การท่องเที่ยวมีผู้เปิดรับน้อยที่สุด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Chantarapanich<br>2003         | ความตระหนักและการใช้ประโยชน์ การสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว | พบว่า แหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุดคือสื่อบุคคล รองลงมาได้แก่การได้ข้อมูลจากโบชัวร์ และใช้ประโยชน์จากสื่อในการท่องเที่ยวประเภทโบชัวร์ แผนที่ รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| หนึ่งฤทัย<br>ขอมผลกลาง<br>2546 | สถานการณ์และกระบวนการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง  | สื่อที่ใช้ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ สื่อมวลชน คือ วิทูและโทรทัศน์ สื่อบุคคล คือ ประชาชนในพื้นที่และภาคใต้ สื่อเฉพาะกิจ คือ แผ่นพับ โปสเตอร์ และคู่มือแนะนำเที่ยว สื่อกิจกรรม คือ งานประเพณีประจำท้องถิ่น                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| จรีพร<br>จันทร์พาณิชย์<br>2550 | คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้                                     | พบว่า สถานการณ์สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันสื่อส่วนใหญ่เป็นสื่อที่ผลิตโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 และเขต 2 สื่อสิ่งพิมพ์เน้นการให้ข้อมูลด้านเนื้อหา มีภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบ สื่อโทรทัศน์เน้นการใช้ข้อมูลการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสำคัญของแต่ละจังหวัดเวลาออกอากาศค่อนข้างน้อย สื่อวิทยุของจังหวัดจะนิยมนำเสนอเป็นตอนๆ สื่อวีซีดีส่วนใหญ่จะนำเสนอในทุกแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบสารคดี สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทุกประเภทมีคุณภาพอยู่ในระดับต่ำ สื่อที่นักท่องเที่ยวสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือหนังสือพิมพ์และคู่มือท่องเที่ยว |

| เจ้าของ<br>งานวิจัย/ ปี                   | เรื่อง                                                                                    | ข้อค้นพบ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กิ่งแก้ว<br>ปะติงไช<br>และคณะ<br>2550     | การใช้และความต้องการสารสนเทศ<br>ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ<br>ชาวต่างประเทศในกลุ่มอีสานใต้ | รูปแบบของสารสนเทศประเภทสื่อพิมพ์ที่นัก<br>ท่องเที่ยวชาวไทยใช้และต้องการในระดับมาก คือ<br>หนังสือ สื่อสารสนเทศไม่ตีพิมพ์ที่ใช้และต้องการ<br>คือ ภาพถ่ายสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้และต้องการ<br>ระดับมาก คือ อินเทอร์เน็ต                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| นันทพร<br>อดิเรกโชติกุล<br>และคณะ<br>2550 | การพัฒนาการประชาสัมพันธ์<br>การท่องเที่ยวของ อบต. ในกลุ่ม<br>อีสานใต้                     | พบว่า 1. ปัจจัยด้านการจัดการการประชาสัมพันธ์<br>การท่องเที่ยวของ อบต. ยังขาดประสิทธิภาพใน<br>การบริหารจัดการทั้งด้านบุคลากรและสื่อ โดย<br>อบต. เกือบทุกแห่งไม่มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริม<br>การท่องเที่ยวโดยตรง และเจ้าหน้าที่ยังขาดทักษะ<br>ด้านการสื่อสาร<br>2. ปัจจัยด้านนโยบาย อบต. ไม่มีการกำหนด<br>นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว<br>ที่ชัดเจน ขาดงบประมาณในการดำเนินงานและ<br>ขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชน และภาคีท่องเที่ยว<br>3. ปัจจัยด้านการดำเนินงาน อบต. มีบทบาทน้อย<br>มากในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว<br>เพราะเจ้าหน้าที่ขาดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ<br>และ ความสามารถในการผลิตสื่อ                                   |
| ทัศนัยวรรณ<br>ดวงมาลา<br>และคณะ<br>2550   | กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด<br>การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว<br>ในกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้   | การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่<br>จะใช้วิธีการโฆษณา เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ การ<br>ประชาสัมพันธ์จะเป็นการที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง<br>จัดให้มีการแถลงข่าว หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ<br>ของทางจังหวัดได้จัดขึ้น ปัญหา อุปสรรค คือ<br>หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวมีหลาย<br>หน่วยงานทำให้ขาดการประสานงานที่ดี ไม่มีความ<br>ต่อเนื่อง ชุมชนในท้องถิ่นเองไม่มีความรู้ความ<br>สามารถในการช่วยกันส่งเสริมการตลาดการ<br>ท่องเที่ยว ขาดบุคลากร และงบประมาณไม่เพียงพอ<br>กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการส่งเสริมการตลาด<br>การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คือ 1) การ<br>โฆษณา 2) การประชาสัมพันธ์ 3) การส่งเสริม<br>การขาย และ 4) การขายโดยพนักงาน |

จากตัวอย่างงานวิจัยที่ศึกษาด้านสื่อกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พบว่าประเด็นที่ศึกษาสามารถแบ่งกลุ่มการศึกษาได้ 3 ประเด็นหลัก ๆ ได้แก่ 1. กลุ่มงานวิจัยที่ศึกษาหน่วยงานที่รับผิดชอบผลิตสื่อและใช้สื่อเพื่อการท่องเที่ยว 2. กลุ่มงานวิจัยที่ศึกษาตัวสื่อ และกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 3. กลุ่มงานวิจัยที่ศึกษาการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว

งานวิจัยทั้ง 3 กลุ่มได้สะท้อนให้ถึงความสำคัญของกระบวนการบริหารจัดการทั้ง 3 ขั้นตอน คือ การผลิตสื่อ การเผยแพร่หรือกระจายสื่อ และการบริโภคโดยกลุ่มงานวิจัยที่ศึกษาหน่วยงานที่รับผิดชอบผลิตสื่อและใช้สื่อเพื่อการท่องเที่ยว เช่น งานวิจัยเรื่องคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ ของจุรีพร จันทรพาณิชย์ (2550:บทคัดย่อ) ได้ให้แง่มุมมองว่าในปัจจุบันสื่อส่วนใหญ่เป็นสื่อที่ผลิตโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 และเขต 2 ซึ่งเป็นหน่วยงานจากส่วนกลางที่ผลิตสื่อในลักษณะการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมมากกว่า ในขณะที่งานวิจัยเรื่องการพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. ในกลุ่มอีสานใต้ ของนันทพร อติเรกโชติกุล และคณะ (2550:บทคัดย่อ) ได้ระบุผลที่แสดงให้เห็นถึงหน่วยงานในระดับท้องถิ่นมีส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยเฉพาะในพื้นที่นั้นๆ แต่กลับพบว่า มีข้อจำกัดในการบริหารจัดการทั้งด้านบุคลากร และการดำเนินงานเพื่อผลิตสื่อ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มงานวิจัยที่ศึกษาตัวสื่อ และกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เช่น งานวิจัยของหนึ่งฤทัย ขอมผลกลาง (2546:บทคัดย่อ) มีข้อค้นพบว่า สื่อมวลชนมีส่วนส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในขณะที่เดียวกันสื่อบุคคลและสื่อ

กิจกรรมอื่นๆ ในพื้นที่ต่างๆ ก็มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเช่นกัน รวมถึงหากต้องการใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่เหมาะสมอย่างยิ่งก็คือการพยายามใช้สื่อที่มีความหลากหลายชนิดควบคู่กันเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวให้สามารถเปิดรับสื่อรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวนั่นเอง

ดังนั้นงานวิจัยที่ตอบโจทย์ในประเด็นสุดท้ายคือกลุ่มงานวิจัยที่ศึกษาการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว เปรียบเหมือนเป็นการประเมินกระบวนการบริหารจัดการขั้นตอนสุดท้ายว่า ผู้รับสารเลือกใช้ช่องทางสื่อใดบ้างในการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารเป็นอย่างไร ตลอดจนเกิดพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้างเมื่อบริโภคสื่อแล้ว เพื่อจะนำมาปรับกลยุทธ์ในการวางแผนผลิตสื่ออีกครั้งหนึ่ง

จากการวิเคราะห์งานวิจัยทั้ง 3 กลุ่มผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่าควรมีการศึกษาต่อในประเด็นการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อจริงๆ ในการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวหรือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกันในตลาดสหกรณ์ท่องเที่ยวที่มีปัจจัยที่เกิดจากการใช้สื่อจริงๆ

#### **การจัดการงานสื่อสารมวลชน เครื่องมือหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**

กิตติมา สุรสนธิ (2548:43) กล่าวว่า การจัดการงานสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการทางสังคม และเป็นเทคนิคการจัดใช้ทรัพยากรทางด้านงานสื่อสารมวลชน รวมทั้งทรัพยากรที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารมวลชน อันได้แก่ บุคคล วัตถุ ดิบ เครื่องจักร การผลิต และการเผยแพร่ เพื่อให้กิจกรรมต่างๆ ประสานงานกันอันจะนำไปสู่ความสำเร็จเป้าหมายขององค์กรหรือสถาบัน

ทางสื่อสารมวลชนและหน่วยงานที่ใช้การสื่อสารมวลชนเป็นเครื่องมือ

ภารกิจหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ การโน้มนำนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวของไทย ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งเกิดจากการใช้เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ทูตการท่องเที่ยวหรือ Brand ambassador หรือแม้แต่การบอกกล่าวเล่าต่อจากบุคคล ทั้งนี้เพื่อส่งเสริม และสร้างความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายใต้สโลแกน Amazing Thailand ด้วยกระบวนการวางแผนว่าจะใช้สื่ออะไรบ้าง ข่าวสารอะไร งบประมาณด้านสื่อเท่าไรจะจัดใช้อย่างไร สื่อชนิดใดควรใช้เวลาไหนอย่างไร

ดังนั้นการจัดการงานสื่อสารมวลชนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อผลักดันให้โครงการณรงค์ปีการท่องเที่ยวไทย Amazing Thailand หรือโครงการอื่นใดที่สนับสนุนให้ตราสินค้าการท่องเที่ยวไทยเป็นที่ยอมรับ โดยเมื่อพิจารณาแล้วอาจใช้แนวคิดการกำหนดกลยุทธ์เพื่อวางแผนงานจัดการงานสื่อสารมวลชนให้เหมาะสมด้วยทฤษฎีสี่เหลี่ยม (Box Theory)

เพื่อช่วยในการวางแผนดังภาพต่อไปนี้

| การเข้าถึงผู้รับสาร<br>(reach) | ความถี่<br>(frequency)             |
|--------------------------------|------------------------------------|
| ผลของการสื่อสาร<br>(impact)    | เวลา / ช่วงเวลา<br>(time / period) |

งบประมาณ

แผนภาพ 15 ทฤษฎีสี่เหลี่ยม

ที่มา : การวางแผนการสื่อสาร แนวคิดและเทคนิค  
กิตติมา สุรสนธิ : 2548

จากภาพอธิบายได้ว่ากลยุทธ์การวางแผนจัดการงานสื่อสารมวลชน เมื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการวางแผนเพื่อรองรับโครงการ Amazing Thailand ตัวแปรที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย การเข้าถึงผู้รับสาร ความถี่ เวลา/ ช่วงเวลาและผลของการสื่อสาร โดยมีเงื่อนไขในเรื่องงบประมาณเป็นตัวควบคุม ดังนั้นหากต้องการให้สื่อที่ผลิตขึ้นเข้าถึงผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวจำนวนมากก็ต้องเพิ่มความถี่ในการส่งสารให้มากขึ้น หรือถ้าต้องการให้ผลการสื่อสารเกิดขึ้นในปริมาณมากต้องเข้าถึงผู้รับสารมากด้วยเช่นกัน ในขณะเดียวกันถ้าใช้ความถี่เพิ่มขึ้นระยะเวลาจะน้อยลงหรือใช้ความถี่น้อยจะต้องเพิ่มช่วงเวลาให้มากขึ้นเพื่อให้ได้ผลทางการสื่อสารเพิ่มขึ้นนั่นเอง

ผู้วางแผนสามารถปรับขนาดให้สี่เหลี่ยมเล็กทั้ง 4 มีขนาดใหญ่ขึ้นหรือเล็กลง มีขนาดต่างกันหรือกันภายในวงเงินงบประมาณที่รับ เช่น นโยบายและวัตถุประสงค์ ต้องการให้เข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากโดยใช้สื่อไม่กี่ครั้ง แต่มีเวลาน้อย กรอบสี่เหลี่ยมการเข้าถึงผู้รับสารจะมีขนาดใหญ่ขึ้น กรอบสี่เหลี่ยมของเวลา / ช่วงเวลา และกรอบความถี่จะเล็กลงด้วย ดังภาพ

งบประมาณ

แผนภาพ 16 ภาพการปรับขนาด

| การเข้าถึงผู้รับสาร<br>(reach) | ความถี่<br>(frequency)             |
|--------------------------------|------------------------------------|
| ผลของการสื่อสาร<br>(impact)    | เวลา / ช่วงเวลา<br>(time / period) |

ของทฤษฎีสี่เหลี่ยม

ที่มา : การวางแผนการสื่อสาร แนวคิดและเทคนิค  
กิตติมา สุรสนธิ : 2548

ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์เพื่อใช้ในการวางแผนจัดการงานสื่อสารมวลชนของหน่วยงานการท่องเที่ยว จึงไม่มีกฎตายตัว หากเป็นแนวทางที่ผู้วางแผนจะเลือกพิจารณาใช้ให้เหมาะสมกับสภาพปัญหาและโอกาสที่กำลังเผชิญอยู่ตลอดจนบริบทพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน ย่อมมีการกำหนดกลยุทธ์ที่แตกต่างกันได้

### สถานการณ์และการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในบริบทพื้นที่ จ.สุรินทร์

จากแนวคิดเรื่องการบริหารจัดการสื่อและการจัดการงานสื่อสารมวลชน สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยจะเห็นได้จากกรณี จังหวัดสุรินทร์ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสนับสนุนงบประมาณเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อกระแสหลัก เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สกู๊ปข่าว หรือสารคดีในหนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่ออินเทอร์เน็ต ข้อมูลบนหน้าเว็บไซต์ รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ เช่น การแถลงข่าว การจัดนิทรรศการ เพื่อนำเสนอความยิ่งใหญ่ของการแสดงช้างให้เป็นงานประจำปี ซึ่งจัดอย่างต่อเนื่องในช่วงเดือนพฤศจิกายนของทุกปี นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้ใช้ภาพยนตร์เรื่อง “ต้มยำกุ้ง” โดยเนื้อหาหรือการเล่าเรื่องผ่านแผ่นฟิล์มส่วนหนึ่งมาจากการถ่ายทอดความผูกพันด้วยวิถีชีวิตคนกับช้าง นับเป็นผลพลอยได้ให้การท่องเที่ยว จ.สุรินทร์ ไปโดยปริยาย

นอกจากนี้ข้อมูลจากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ จังหวัดสุรินทร์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำวันที่ 19-20 พฤศจิกายน 2550 ได้ยืนยันว่าแม้กระทั่งสื่อต่างประเทศเองยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น บริษัท TV Man Union Inc จากประเทศญี่ปุ่นได้

ถ่ายทำภาพยนตร์สารคดี “Elephant Swimming” โดยวัตถุประสงค์ในการนำเสนอวิถีชีวิตช้างสุรินทร์ เพื่อถ่ายทอดวิถีชีวิตระหว่างคนกับช้างให้ผู้ชมชาวญี่ปุ่นได้รู้จักกันมากขึ้น

ในขณะเดียวกันสื่อของไทยเองก็ได้แสดงบทบาทหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการใช้คอลัมน์ในหนังสือพิมพ์เป็นช่องทางการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สุ่มวลชนที่เป็นเป้าหมายจำนวนมาก เช่น การนำเสนอคอลัมน์สุวรรณภูมิ สังคมวัฒนธรรมในหนังสือพิมพ์มติชน : ประชาชื่น ประจำวันที่ 25 กรกฎาคม 2551 ด้วยสารคดีเรื่อง “จุ่มเรียบข้าว เมืองเขื่อน : สวัสดิ์เมืองสุรินทร์” เนื้อหาเป็นการเปิดตัวตลาดการค้าของจ่อม ซึ่งเป็นด้านชายแดนไทยกัมพูชาที่มีความสำคัญและมีความน่าสนใจตรงที่เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเพื่อมาซื้อสินค้า และเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชาวไทยและชาวกัมพูชาหรือการนำเสนอสารคดีตอน “หมอช้าง” ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ เนื้อหาเพื่อสะท้อนถึงความเชื่อ พิธีกรรมระหว่างความเชื่อช้างกับช้าง

นอกจากความพยายามของภาครัฐด้วยการใช้สื่อทุกช่องทางที่จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสุรินทร์แล้ว ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มโรงแรมที่พัก บริษัทนำเที่ยว ร้านขายของฝากของที่ระลึก ได้ใช้วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อมุ่งให้นักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อบริการด้านการท่องเที่ยวโดยหวังผลกำไรทางธุรกิจเช่นกัน ดังจะเห็นจากตัวอย่างธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ได้อาศัยความเป็นเจ้าของสื่อหรือผู้สัมปทานสื่อในระดับจังหวัด นำสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อเคเบิลทีวีเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ เช่น การผลิตสไลด์โฆษณาผ่านสถานีวิทยุ

กระจายเสียง การเสนอรายการทางเคเบิลทีวี ออกอากาศอย่างต่อเนื่องตลอดปีไม่ว่าจะเป็นช่วง เทศกาลการท่องเที่ยวหรือไม่ก็ตามในขณะที่ชุมชน ที่มีแหล่งท่องเที่ยวต่างๆเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อที่มีอยู่ใน ชุมชนเองส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น สื่อบุคคล หรือ ผู้นำชุมชนที่มีบทบาทต่อการท่องเที่ยวจังหวัด สุรินทร์ ทำหน้าที่ประสานและแสวงหาการมี ส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่คนในท้องถิ่นในการช่วยกันส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการเป็นเจ้าบ้านที่ดีหรือจัดการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นด้วยตนเอง ตลอดจนการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ เพื่อรองรับการขยายตัวของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มอาชีพทอผ้าไหม หมู่บ้าน ทำสาว กลุ่มคนเลี้ยงช้าง หมู่บ้านตากกลาง กลุ่มผลิตเครื่องเงินหมู่บ้านเขวาสินรินทร์ เป็นต้น

#### **สื่อชุมชน: การบริหารจัดการที่ไม่ควรมองข้าม**

นอกเหนือจากการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสื่อมวลชนกระแสหลักที่เราคุ้นเคยกันแล้ว “สื่อชุมชน” กำลังได้รับการผลักดันให้แสดงบทบาทในการสร้างเอกลักษณ์หรือความเป็นตัวตนของชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งบทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน บทบาทการเสริมพลังทางเศรษฐกิจ บทบาทในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม บทบาทในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวสินค้าและบริการบทบาทในการฟื้นฟูและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเดิม สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ อีกด้วย

สื่อชุมชนในที่นี้ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารภายในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของพื้นที่ต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว กิจกรรมการแสดงวัฒนธรรมงานประเพณี พิธีกรรมประจำท้องถิ่น

จากที่มาดังกล่าว จังหวัดสุรินทร์ จึงได้ชูประเด็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวปี 2551 โดยมุ่งไปที่การพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงประเพณีท้องถิ่น ให้เป็นรูปธรรม มีความยิ่งใหญ่ ภายใต้สโลแกน “surin by nature วิถีสุรินทร์ วิถีธรรมชาติ” อันเป็นเอกลักษณ์และดึงเอาศักยภาพของสื่อชุมชนที่แท้จริงของ จ.สุรินทร์ เพื่อนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และกิจกรรมที่หลากหลายน่าสนใจเป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน เช่น งานประเพณีขึ้นเขาพนมสวาย เเคะระซังพันโบ ไหว้ 9 สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ประเพณีบวชนาคช้างงานแสดงช้างและหมู่บ้านช้างเลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดในโลก ประเพณีแซนโถงตามบูชาบรรพบุรุษ ประเพณีการแข่งขันเรือยาวที่ อำเภอท่าตูม มหกรรมไหมสุรินทร์ สุดยอดผ้าไหมโลก ข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ที่ชุมพลบุรีที่ปลูกข้าวมากถึง 3 ล้านไร่ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าสื่อชุมชนมีจุดเด่นและมีศักยภาพที่สามารถสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ซึ่งแตกต่างจากการสนับสนุนงบประมาณกับการใช้สื่อกระแสหลักเพื่อกระจายข่าวสารอย่างกว้างขวางไปยังประชาชนจำนวนมาก แต่ยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตามการบริหารจัดการสื่อชุมชนให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถแสดงศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง สื่อชุมชนจึงควรประกอบด้วยคุณสมบัติที่สำคัญ ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2543:51) ได้ระบุไว้คือ สื่อชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน ไม่ว่าชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้เอาไว้เช่นใดก็ตาม ประกอบกับสื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชนโดยปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสาร

จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งมาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของคนทุกคน และที่สำคัญสื่อชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในหลาย ๆ บทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ

### **การใช้สื่อผสม : กระบวนทัศน์ทางเลือกในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์**

จากงานวิจัยที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น มิติของนักท่องเที่ยวในการเปิดรับสื่อและแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มิติของผู้ผลิตสื่อ เช่น หน่วยงานภาครัฐ หรือมิติของตัวสื่อที่มีข้อดีข้อจำกัดแตกต่างกัน แต่มีข้อที่น่าสังเกตประการหนึ่งคือ การใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นิยมการใช้กลยุทธ์ในรูปแบบของสื่อผสม (multi media) เช่น ผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ของทัศนัยวรรณ ดวงมาลา และคณะ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ชี้ให้เห็นแล้วว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวสามารถทำได้โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโดยใช้แผ่นพับ โบรชัวร์ ผนวกกับการจัดแถลงข่าว การจัดกิจกรรมต่างๆ ของจังหวัด และการส่งเสริมการขาย

ธนกฤต สังข์เฉย (2550 : 67) ได้เสนอแนะให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศในอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการดำเนินการตลาดท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งจำเป็นในยุคปัจจุบันเพราะจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นจำนวนมากแล้ว นักท่องเที่ยวยังสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวๆ นั้นด้วยตนเอง และสามารถซื้อบริการการท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการโดยตรง ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวได้รับความนิยมในการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

สอดคล้องกับข้อเสนอของณรงค์ สมพงษ์ (2543:116) ที่ระบุถึงการกำหนดยุทธศาสตร์การใช้สื่อมวลชนว่า การใช้สื่อมวลชนหลายชนิดรวมกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การประชุม การสาธิต การทัศนศึกษา นอกสถานที่ การจัดนิทรรศการ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดข้อจำกัดบางอย่างของสื่อมวลชน และเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้เกิดขึ้นในลักษณะการสื่อสารสองทางให้มากยิ่งขึ้น การใช้สื่อผสม (multi-media) ตั้งแต่ 2 สื่อขึ้นไป อย่างบูรณาการ (integration) จะช่วยให้สื่อสนับสนุนซึ่งกันและกัน และกลุ่มเป้าหมายเกิดการเรียนรู้ได้เร็วขึ้นแต่ควรมีการกำหนดลำดับขั้นตอนการใช้สื่อต่างๆ ให้สอดคล้องและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ดังนั้นผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับกลยุทธ์การใช้สื่อผสม(Multi-media approach) ซึ่งเป็นกระบวนทัศน์ทางเลือกที่สามารถนำมาพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในบริบทพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ได้ โดยมีข้อควรพิจารณาดังต่อไปนี้

1. การพิจารณาคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิดมีข้อดีหรือข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้นการนำข้อดีของสื่อแต่ละชนิดมาใช้ร่วมกันให้เหมาะสมกับเนื้อหาจะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด เช่น ใช้สื่อกระแสหลักร่วมกับสื่อชุมชน และสื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

2. การใช้สื่อผสมสามารถลดทอนความแตกต่างทางการศึกษา ระดับความสามารถในการรับรู้หนังสือของประชาชนซึ่งอยู่ในระดับต่างๆ กัน

3. วิธีการและสื่อที่ต่างกันสามารถใช้เสริมกันได้ ด้วยการเสนอข่าวสารด้านการท่องเที่ยวใน

หลาย ๆ มุมมองและกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองหลาย ๆ ด้านจากกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว จนสุดท้ายมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เราต้องการ

จากข้อเสนอเพื่อพิจารณาที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นแล้วว่าการบริหารจัดการสื่อที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมจึงควรเริ่มจาก

**ประการแรก** หน่วยงานหรือองค์กร ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ มีการวางแผนการผลิตสื่ออย่างชัดเจน ภายใต้งบประมาณที่มีอยู่ โดยมีการเชื่อมประสานจากหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในจังหวัดสุรินทร์ ด้วยการประสานนโยบายมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยสร้างกิจกรรมและโครงการต่างๆ ที่สอดคล้องซึ่งกันและกัน แล้วเชื่อมประสานสื่อในรูปแบบการใช้สื่อผสม เป็นต้น

**ประการที่สอง** มีการกระจายข่าวสารอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอในช่วงเวลาที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวซึ่งระบุไว้ในปฏิทินประจำปีโดยพิจารณาความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

**ประการสุดท้าย** นับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารจัดการสื่อ คือ ต้องมีการทดสอบประสิทธิภาพ (efficiency) และประสิทธิผล (effectiveness) ของการบริหารจัดการสื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั้งหมด ด้วยการวัดปฏิบัติการที่มีต่อสื่อว่ากลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว มีทัศนคติหรือความพอใจในด้านเทคนิคการผลิต การนำเสนอสื่อ ความเหมาะสมของสารที่ส่งไปอย่างไร ถ้าหากมีการนำสื่อไปใช้แล้วนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่ดีต่อสื่อ ก็จะ

สามารถสร้างความมั่นใจได้ว่าข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปนั้นมีความเหมาะสมตรงตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมายอย่างไรก็ตามต้องมีการติดตามวัดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อไปอีกว่าการเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมที่ได้คาดหวังไว้หรือไม่ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลของการบริหารจัดการสื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จ.สุรินทร์ อย่างแท้จริง

## unasu

จากการวิเคราะห์กระบวนการบริหารจัดการสื่อเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ พบว่า หากมีกระบวนการบริหารจัดการสื่อที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับบริบทการท่องเที่ยวของพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ก็สามารถนำมากำหนดใช้ในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดได้ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านรายได้จากการท่องเที่ยวและมีสถิตินักท่องเที่ยวค่อยๆ เพิ่มขึ้น ถึงแม้จะไม่ใช่ว่าพื้นที่หลักในด้านการท่องเที่ยวก็ตามแต่หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำกลยุทธ์วิธีการใช้สื่อผสม โดยมีการจัดการงานสื่อสารมวลชน ให้ความสำคัญกับสื่อชุมชน ตลอดจนใช้สื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ มาบริหารจัดการตลอดทั้งกระบวนการตั้งแต่ขั้นการผลิตสื่อ การเผยแพร่สื่อ และขั้นการบริโภคสื่อ ก็จะสามารถผลักดันให้จังหวัดสุรินทร์มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ โดยอาศัยกระบวนการบริหารจัดการสื่อเป็นเครื่องมือตนเอง 

## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543). **สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- \_\_\_\_\_. (2548). **ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- กิ่งแก้ว ปะติตังโข และคณะ. (2550) **การใช้และความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในกลุ่มอีสานใต้**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- กิติมา สุรสนธิ .(2548). “**แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนและการจัดการงานสื่อสารมวลชน**” ใน เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา การวางแผนและการจัดการงานสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 1. พิมพ์ครั้งที่ 15. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- \_\_\_\_\_. (2548). **การวางแผนการสื่อสาร : แนวคิดและเทคนิค**. กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์.
- “ข้อพิพาทตามพื้นที่ชายแดนไทย-กัมพูชา ไม่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์” (2551). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.citiservice.net/forum/index.php?PHPSESSID=...> สืบค้น 27 กันยายน 2551.
- จุรีพร จันทรพาณิชย์. (2550) **คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- “**ซูปี 51 เดินเครื่องท่องเที่ยวเมืองสุรินทร์เต็มระบบ**” (2551). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.step2travel.com/news-detail.aspx?id=336> สืบค้น 25 กันยายน 2551.
- ณรงค์ สมพงษ์. (2543). **สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทัศไนยวรรณ ดวงมาลา และคณะ.(2550) **กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- นันทพร อติเรกโชติกุล และคณะ. (2550 ) **การพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. ในกลุ่มอีสานใต้** กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ธนกฤต สังข์ไชย. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ**. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริสา สอนศรี. (2541) **การศึกษากลยุทธ์การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์สาขาวิชานิติศาสตร์ พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรีหญิง ศรีศุข. (2544) การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบน  
สื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนการ.  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมยศ โอ่งเคลือบ. (2544). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวของ  
ประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์สาขาการจัดการอุตสาหกรรม  
ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานการท่องเที่ยว ฯ เขต 5 ประชุมชี้แจงแผนการตลาดท่องเที่ยว ททท ปี 2551" (2551).  
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [www.Localnews.udclick.com](http://www.Localnews.udclick.com) สืบค้น 20 กันยายน 2551.

หนึ่งฤทัย ขอมลกลาง . (2546) สถานการณ์และกระบวนการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม  
ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ  
วิจัย (สกว.).

Chantarapanich. (2003). Awareness and Utilization of Tourist Information and  
Tourist's satisfaction



## การจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติของไทย

### Tourism Safety Management in Thailand National Parks

พิจนัฏิตตล สรึสมพงษ์

มทลวึทลยลัณนสรวส พะเยล

Phatpitta Sreesoompong

Naresuan University (Phayao)

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วหลายทั่วทุกภูมิภาค และยังเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศมาให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวก็มีมากมายเช่น กิจกรรมล่องแพ และกิจกรรมเดินป่า เป็นต้น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกกิจกรรมต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เพราะหมายถึงชื่อเสียงและความอยู่รอดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาตินั้นก็ต้องให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย เพราะพบว่ามีอุบัติเหตุและปัญหาเกิดขึ้นเสมอๆ กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เป็นเพราะสาเหตุหลายประการ เช่น สภาพอากาศไม่เหมาะสมในการเดินทาง นักท่องเที่ยว มักคุเทศก์ หรือผู้นำเที่ยวขาดประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว และพาหนะในการเดินทางไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น

ในบทความนี้ผู้เขียนมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอความหมายและความสำคัญของความปลอดภัย ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดความปลอดภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว การกำหนดมาตรการช่วยเหลือและดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และความร่วมมือในการสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการสร้างความมั่นคงปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนข้อเสนอแนะของผู้เขียนสรุปได้ว่า เรื่องการจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเป็นเรื่องที่สำคัญและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานด้วยกันในการหาแนวทางและมาตรการในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

**คำสำคัญ :** การจัดการความปลอดภัย ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติ

### Abstract

Currently, the tourism industry is one of the world's largest industries. Thailand's tourism industry is a viable business generating billions of baht in income each year because the country

has much to offer in terms of a variety of tourism resources be they beauties of nature or a rich cultural, historical heritage and tourism activities (rafting, trekking) as well as other tourist attractions.

All involving tourism activities have to pay attention to tourist safety including life and property. This presents the tourist industry reputation. For tourism activities in national park, tourists should realize tourism safety management because many accidents usually occur from inappropriate climate, tourists, guides or tour leaders little tourism experience, low transportation standard and etc.

The objectives of this article were to indicate the importance and meaning of safety management for tourism, the factor to support tourism safety, tourism safety problems, and tourist helping and saving. In short, this article suggests that the tourism stakeholders set up the safety management for tourist. In summary, safety management for tourism is important and the tourism stakeholders should collaborate to find the way and the measurement of tourism safety management plan.

**Keywords :** Safety Management, Tourism Safety, National Park

### คำนำ

ปัจจุบันสภาวะการณ์ทั่วโลกกำลังประสบกับปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาประชากรของโลกที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร วัตถุดิบและพลังงานต่างๆ ฯลฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั่วโลก ประเทศไทยเองก็กำลังประสบปัญหา

เหล่านี้อยู่ด้วยเช่นกันทั้งปัญหาการขาดดุลการค้า และปัญหาการส่งออก เป็นต้น แต่ทว่าการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการกลับทวีบทบาทสูงมากยิ่งขึ้น นอกจากจะสามารถนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศมาให้แก่ประเทศชาติเป็นจำนวนมากแล้วยังช่วยในการสร้างงานและช่วยกระจายความเจริญออกไปสู่ส่วนภูมิภาคได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

ประเทศไทยมีทรัพยากรที่มีคุณค่าทางการท่องเที่ยวสูงอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันยาวนาน ยิ่งไปกว่านั้นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังเป็นที่สนใจของชาวต่างชาติจำนวนมากและยังได้รับการยอมรับทางด้านการบริการจากนานาประเทศไม่ว่าจะเป็นการบริการด้านที่พักอาศัย อาหาร ร้านค้า การบริการด้านสุขภาพอนามัย ตลอดจนการบริการด้านการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวจากหลายประเทศทั่วโลกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และนำความประทับใจกลับไปบอกต่อจนทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย (เอกนรินทร์ บันยนาะ, 2547) จากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยจากอุบัติเหตุเช่น อุบัติเหตุจากการเดินทาง อุบัติเหตุจากภัยธรรมชาติ เช่นน้ำป่า โคลนถล่ม ภัยจากอาชญากรรม เช่นการโดนทำร้ายร่างกาย การโดนลักทรัพย์ และตัวแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความปลอดภัย เป็นต้น

นอกจากนี้ตามเอกสารประกอบการประชุมยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) มี

การนำเสนอข้อมูลจากการสำรวจในปี พ.ศ.2548-2549 ของบริษัท FutureBrand ได้ทำการสำรวจปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการพิจารณาประเทศเป้าหมายที่ต้องการเดินทางและสรุปปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง (Needs) และความต้องการพื้นฐาน (Wants) ของนักท่องเที่ยว โดยในปี 2548 นักท่องเที่ยวจัดอันดับให้ความสนใจในเรื่องภูมิอากาศ (Weather) เจ้าบ้าน/ความมีน้ำใจ (People/

Friendliness) ความคุ้มค่าเงิน (Value for Money) และความปลอดภัย (Safety) ตามลำดับ แต่มาในปี 2549 นักท่องเที่ยวจัดลำดับให้เรื่องของความปลอดภัย (Safety) มาเป็นปัจจัยอันดับแรก ตามด้วยความคุ้มค่าเงิน (Value for Money) ความสามารถในการติดต่อสื่อสารอย่างง่ายตาย (Ability to Communicate Easily) ตามลำดับ ดังตาราง 19 (สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนากิจการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2550:43)

ตาราง 19 ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ปี 2548-2549

| ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ |                                          | ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการพื้นฐาน |                      |
|------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------|
| 2548                               | 2549                                     | 2548                                       | 2549                 |
| ภูมิอากาศ                          | ความปลอดภัย                              | พักผ่อนหย่อนใจจากการท่องเที่ยว             | ธรรมชาติที่สวยงาม    |
| เจ้าบ้าน/ความมีน้ำใจ               | ความคุ้มค่าเงิน                          | การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม      | ความเป็นดั้งเดิม     |
| ความคุ้มค่าเงิน                    | ความสามารถในการติดต่อสื่อสารอย่างง่ายตาย | กิจกรรมต่างๆ สำหรับครอบครัว                | ศิลปะ/วัฒนธรรม       |
| ความปลอดภัย                        | ความเหมาะสม                              | ชายหาด                                     | ที่พัก/รีสอร์ท       |
|                                    | ภูมิอากาศ                                | การรับประทานอาหาร                          | กิจกรรมกลางแจ้ง/กีฬา |

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนากิจการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวก็คือความปลอดภัย นั่นก็หมายความว่าสถานที่ท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญนั่นก็คือ ความปลอดภัยในชีวิต

ร่างกาย และทรัพย์สินของตนเองและหมู่คณะ

ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเดินทางท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเป็นจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติทั่วประเทศไทยในปี พ.ศ. 2550 เป็นจำนวน

12,233,721 คน (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2551) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเป็นสิ่งที่นิยม แต่ในขณะเดียวกันแม้จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในอุทยานแห่งชาติเป็นจำนวนมากแต่ก็จะพบว่ามียกนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งที่ประสบกับอุบัติเหตุได้รับบาดเจ็บและเสียชีวิตในพื้นที่อุทยานแห่งชาติบ่อยครั้ง ยกตัวอย่างเช่น เหตุการณ์เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2547 นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ตะเกียงแก๊สแล้วเกิดระเบิด บริเวณจุดกางเต็นท์สำรองค่ายฝึกอบรมเยาวชนสุรสวัสดิ์บนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา (2547) เหตุการณ์ครั้งต่อมาเกิดเมื่อวันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2547 นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เตาอั้งโล่ผิงไฟในเต็นท์ทำให้เสียชีวิตบริเวณสนามหญ้า ที่ทำการอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ (พื้นที่ปดอหคอม, 2547) ต่อมาในวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2551เกิดเหตุการณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยพลัดตกจากยอดเขาบริเวณวนอุทยานภูชี้ฟ้า ตำบลดับเต่า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย (ฤกษ์เฉลิม ณ วันจันทร์, 2551) และเหตุการณ์ครั้งล่าสุด เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ.2551เกิดอุบัติเหตุรถทัวร์ของบริษัท

สยามฮอลิเดย์ทัวร์พานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและชาวไต้หวันตกเขาก่อนถึงวัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร จังหวัดเชียงใหม่ (เนชั่นทันข่าว, 2551) เป็นต้น

ดังนั้นปัญหาเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจึงกลายเป็นปัญหาที่ได้รับความสนใจจากทั้งภาครัฐและเอกชน เนื่องจากทุกฝ่ายได้ตระหนักถึงผลกระทบที่จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ฉะนั้นหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหลายที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาด้านความปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ในบทความนี้ผู้เขียนมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอความหมายและความสำคัญของความปลอดภัย ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดความปลอดภัย ภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว การกำหนดมาตรการช่วยเหลือและดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และความร่วมมือในการสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่างๆ ในการสร้างความมั่นคงปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนข้อเสนอแนะของผู้เขียน

### ความหมายและความสำคัญของความปลอดภัย

คำว่าความปลอดภัยมีผู้ให้นิยามความหมายไว้อย่างมากมายดังนั้นผู้เขียนจึงขอสรุปความหมายของคำว่าความปลอดภัยเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายดังตารางต่อไปนี้

#### ตาราง 20 การประมวลความหมายของคำว่าความปลอดภัย

| ผู้ให้นิยาม    | ปี พ.ศ. | ความหมาย                                                                                                                                            |
|----------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Strasser       | 2516    | เงื่อนไขหรือสภาวะที่เป็นผลมาจากการปรับพฤติกรรมของมนุษย์และหรือการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อลดอันตรายที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยลดอุบัติเหตุลงได้ |
| ราชบัณฑิตยสถาน | 2525    | พ้นภัย                                                                                                                                              |

| ผู้ให้สัมภาษณ์                              | ปี พ.ศ. | ความหมาย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| โสภณ เลือพันธ์                              | 2530    | วิถีทางที่สิ่งมีชีวิตในโลกนี้พึงปรารถนา ไม่ว่ามนุษย์หรือสัตว์ย่อมต้องการความปลอดภัยทั้งสิ้น                                                                                                                                                                                                                                             |
| วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ และวิฑูรย์ สิมะโชคดี | 2535    | การปราศจากภัยและอันตรายที่มีโอกาสจะเกิดขึ้น                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| อำพล ชี้อตรง                                | 2543    | ความปลอดภัยความเสี่ยงที่ยอมรับไม่ได้ ความปลอดภัยเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องพร้อมใจกันทำ ทุกคนต้องให้ความสนใจและช่วยกันรักษาความปลอดภัย จนเกิดเป็นจิตสำนึกที่ไม่ต้องให้ใครมาสั่งให้ทำ สิ่งที่จะช่วยให้เกิดความปลอดภัยได้คือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยให้ทุกคนมีส่วนร่วมช่วยกันคิดช่วยกันหาวิธีและร่วมมือกันอย่างมีระบบและทำอย่างสม่ำเสมอ |
| เอมอัชฌา (รัตนริมจ) วัฒนบุรานนท์            | 2548    | การไม่มีอุบัติเหตุเกิดขึ้นเท่านั้น แต่ความปลอดภัยยังมีความหมายรวมทั้งการดำรงชีวิตอยู่อย่างสุขกาย สุขใจ ไม่เสี่ยงภัย มีความมั่นใจในการประกอบกิจกรรมต่างๆ และมีการเตรียมป้องกันภัยไว้ล่วงหน้าอย่างถูกต้อง เหมาะสมและสม่ำเสมอ                                                                                                              |
| เฉลิมชัย ชัยกิตติภรณ์                       | 2549    | สภาวะการปราศจากภัยหรือการพินัย รวมถึงการปราศจากอันตราย (danger) การบาดเจ็บ (injury) การเสี่ยงภัย (risk) หรือ การสูญเสีย (loss)                                                                                                                                                                                                          |

จากตาราง 20 ผู้เขียนสรุปความหมายของคำว่า ความปลอดภัย ในบทความนี้หมายถึง การปราศจากภัย อันตราย และจากความหมายของความปลอดภัยที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น สามารถสรุปเป็นความหมายของคำว่าความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว ในบทความนี้หมายถึง การไม่ประสบกับอันตรายต่างๆ ทั้งอันตรายที่มีต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในขณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย โดยเฉพาะในบทความนี้จะหมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานแห่งชาติเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ความสำคัญของความปลอดภัยถือเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกในการป้องกันอุบัติเหตุ

หรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและตัวนักท่องเที่ยวเองต้องมีความรับผิดชอบและตระหนักถึงความสำคัญของความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพราะว่าความปลอดภัยเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาตามธรรมชาติของมนุษย์ ไม่ว่าชนชาติใดก็ตาม และเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนจะต้องพยายามหลีกเลี่ยงที่จะไม่ให้เกิดขึ้นกับตนเอง

หากทุกหน่วยงานตระหนักและให้ความสำคัญถึงความปลอดภัยโดยมีการให้บริการที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยมากยิ่งขึ้นผลที่ได้รับตามมาก็คือนักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยเมื่อเดินทางมายังแหล่ง

ท่องเที่ยวในประเทศไทย อันจะเป็นการสร้าง ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จะได้รับทราบถึงสถานการณ์เกี่ยวกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและจะได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม ความปลอดภัยเป็นเรื่องที่ทุกหน่วยงานในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวพยายามที่จะดำเนินการแก้ไขเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวของตน เช่นเดียวกันกับหน่วยงานที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติก็ต้องดำเนินงานทางด้านการจัดการความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุนี้เองทางหน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางอุทยานแห่งชาติต้องรู้ถึงมูลเหตุปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนให้เกิดความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

### ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดความปลอดภัย

การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคล ประกอบกับมีปัจจัย

ด้านต่างๆที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมากขึ้น ตามที่ ยศพล (2543) กล่าวไว้ว่า มูลเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนเป็นความต้องการของมนุษย์ทุกคนแต่จะแตกต่างกันไปในแต่ละคน แต่ละช่วงเวลา แต่ละวัฒนธรรม นอกจากนั้น ในการเดินทางแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการรองลงมาจาก การได้รับการบริการที่ดีและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าประทับใจแล้ว ยังมีอีกหนึ่งสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการคือความปลอดภัยซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของฉลองศรี (2544) ที่ได้กล่าวถึงเรื่องความปลอดภัยนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการ

โดยสรุป ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่างๆ ย่อมเป็นสิ่งสำคัญ หากนักท่องเที่ยวประสบปัญหา เช่น การถูกเอารถเอาเปรียบ หรือ ไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้จะทำให้มีผลเสียต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทย ดังนั้นทุกหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวต้องรู้ถึงปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้ช่วยกันดูแลความปลอดภัยที่จะเกิดให้แก่นักท่องเที่ยว

### ตาราง 21 ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

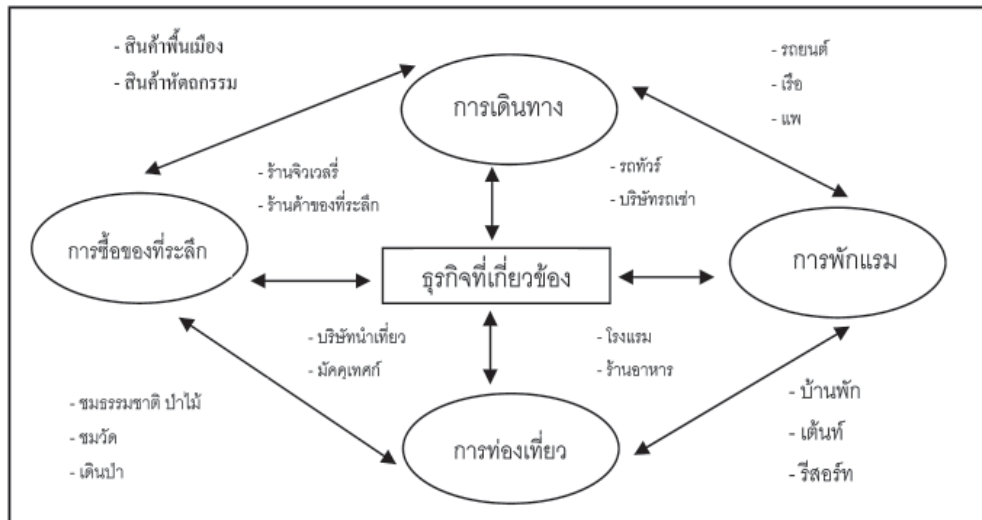
| ปัจจัย            | ลักษณะ                                                                                                                                                                           |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. นักท่องเที่ยว  | <ul style="list-style-type: none"> <li>* มีความพร้อมด้านสุขภาพ</li> <li>* ทำความเข้าใจในกฎเกณฑ์และการปฏิบัติตนอย่างมีวินัย</li> <li>* ไม่ประมาทในการเดินทางท่องเที่ยว</li> </ul> |
| 2. การคมนาคมขนส่ง | <ul style="list-style-type: none"> <li>* ผู้ขับขีหรือพนักงานขับรถต้องมีความพร้อมด้านสุขภาพ ความชำนาญ มีระเบียบ</li> <li>* มีการตรวจสภาพพาหนะสม่ำเสมอ</li> </ul>                  |

| ปัจจัย                                                            | ลักษณะ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. สถานที่พักแรม                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>* มีความมั่นคงปลอดภัย</li> <li>* มีระบบเตือนภัย</li> <li>* มีเจ้าหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 4. สถานที่ท่องเที่ยว                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>* มีระบบอำนวยความสะดวก</li> <li>* จัดให้มีป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายที่ชัดเจน</li> <li>* จัดสภาพภูมิทัศน์ ให้สะอาด สะดวก ปลอดภัย สิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่จัดไว้เช่น ม้านั่ง ทางเดิน ระเบียบ ที่นั่งพิง ต้องแข็งแรงไม่อยู่ในสภาพที่เสี่ยงต่อการหักพัง</li> <li>* จัดให้มีอุปกรณ์ เพื่อความปลอดภัยต่างๆ เช่น เสื้อชูชีพ ห่วงยาง เชือก และเตรียมไว้ในที่ที่สามารถนำออกมาใช้ในยามฉุกเฉินได้อย่างรวดเร็ว</li> <li>* จัดสภาพภูมิทัศน์ ให้สะอาด สะดวก ปลอดภัย สิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่จัดไว้เช่น ม้านั่ง ทางเดิน ระเบียบ ที่นั่งพิง ต้องแข็งแรงไม่อยู่ในสภาพที่เสี่ยงต่อการหักพัง</li> </ul> |
| 5. การใช้บริการบริษัทนำเที่ยว<br>ร้านอาหาร หรือร้านขายของที่ระลึก | <ul style="list-style-type: none"> <li>* สะอาดถูกสุขลักษณะ</li> <li>* ไม่โกงราคานักท่องเที่ยว</li> <li>* ไม่หลอกลวงขายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ</li> <li>* ให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างดี</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 6. เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับ<br>การท่องเที่ยว                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>* มีความซื่อสัตย์และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว</li> <li>* ปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มแข็ง และจริงจัง</li> <li>* มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

จากตาราง 21 ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว นั้นเกิดจากวงจรทางกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ดังภาพที่ 17 คือนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะในการเดินทางเช่น รถยนต์ เรือ เครื่องบินเพื่อที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ต่อจากนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางถึงยังแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจจะมีการเลือกใช้บริการต่างๆ เช่น สถานที่พักแรม บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหารหรือร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนต้องการรับทราบ

ข้อมูลหรือวิธีการปฏิบัติตนในการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธีจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องซึ่งในแต่ละขั้นตอนของวงจรกิจกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นจะมีเรื่องของความปลอดภัยสอดแทรกอยู่ตลอดเวลาที่นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบทความนี้วงจรกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติก็จะพบปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวชนิดอื่นๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วในตาราง 21

ภาพ 17 วงจรกิจกรรมของนักท่องเที่ยว



ที่มา: สายสุนีย์ สิงห์สน์ (2545)

โดยสรุป การจัดการความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะอุทยานแห่งชาตินั้นควรให้ความสนใจในเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและควรรู้ถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรมและลานกางเต็นท์ควรมีระบบเตือนภัย และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (รปภ.) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพัก สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรมีระบบอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัยเพื่อจะสามารถดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้เมื่อแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเล็งเห็นถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวแล้วผลดี

ที่จะได้รับก็คือนักท่องเที่ยวเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

### ภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

ในประเทศไทย ภัยที่จะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวในส่วนมากจะเกิดจากวงจรทางกิจกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น ภัยจากอุบัติเหตุ ภัยธรรมชาติ โจรขโมยทรัพย์สินนักท่องเที่ยว และตัวแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความปลอดภัย เป็นต้น ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวทุกที่ในประเทศไทยรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติก็อาจจะมีภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้เหมือนเช่นแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ

ดังนั้น จากภาพที่ 17 วงจรกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ผู้เขียนจึงสรุปภัยที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดังตาราง 22 ต่อไปนี้

ตาราง 22 ภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ

| ลักษณะ                                      | ภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. การเดินทางไปอุทยานแห่งชาติ               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาอุบัติเหตุ ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> <li>* พาหนะในการเดินทางไม่ได้มาตรฐาน</li> <li>* อุปกรณ์ช่วยเหลือไม่เพียงพอ</li> <li>* ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน</li> <li>* ความประมาทเลินเล่อจากบุคคลอื่นบนท้องถนน</li> </ul> </li> </ul> |
| 2. การพักผ่อน                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาอาชญากรรม ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> <li>* ลักทรัพย์ และประทุษร้ายต่อทรัพย์</li> <li>* ปล้น ชำ</li> <li>* หลอกหลวง ข่มขู่</li> <li>* ข่มขืน และทำร้ายร่างกาย</li> </ul> </li> </ul>                                       |
| 3. การท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาอาชญากรรมในแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- ปัญหาจากอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- ปัญหาจากพืชและสัตว์ภายในแหล่งท่องเที่ยว</li> </ul>                                                                                                  |
| 4. การใช้บริการจากผู้ประกอบการ              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาการเอาเปรียบและการบริการ <ul style="list-style-type: none"> <li>* การบริการที่ได้มาตรฐาน</li> <li>* เอาเปรียบ และโก่งราคาค่าสินค้าและบริการ</li> <li>* หลอกหลวงคุณภาพสินค้า</li> </ul> </li> </ul>                                       |
| 5. เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาด้านการขาดข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว <ul style="list-style-type: none"> <li>* ประมาทเลินเล่อ</li> <li>* เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อเกิดอุบัติเหตุ</li> <li>* ไม่ซื่อสัตย์</li> </ul> </li> </ul>                |
| 6. นักท่องเที่ยว                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภัยจากการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว</li> <li>- ภัยจากการดื่มสุรา</li> <li>- ภัยจากพฤติกรรมเสี่ยงซึ่งเกิดจากความประมาทและคึกคะนอง</li> </ul>                                                                                   |
| 7. ธรรมชาติ                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภัยธรรมชาติ <ul style="list-style-type: none"> <li>* อุทกภัย</li> <li>* วาตภัย</li> <li>* อัคคีภัย</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                     |

โดยสรุปปัญหาหรือภัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวนั้นมีหลายลักษณะดังนั้นปัญหาหรือภัยต่างๆ จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศได้ ดังนั้นหากหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวไม่ร่วมมือกันแก้ไขและหามาตรการต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหาเหล่านี้อย่างจริงจัง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศก็จะได้รับผลกระทบอย่างแน่นอน แต่หากหน่วยงานเหล่านี้ร่วมมือกันอย่างจริงจัง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศก็จะยิ่งเจริญรุดหน้า ดังเช่นที่ สุวรรณชัย ฤทธิ์รักษ์ (2529) กล่าวไว้ว่า หากจะส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องขจัดปัญหาอุปสรรคหรือปัญหาด้านความปลอดภัยให้หมดไป

#### การกำหนดมาตรการช่วยเหลือและดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

สำนักงานตำรวจแห่งชาติได้กำหนดแผนแม่บทฉบับที่ 4 ในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกตลอดจนการคุ้มครองความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวโดยให้มีการกวดขันป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทุกประเภทที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

ประชาสัมพันธ์และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องตลอดจนในกลุ่มนักท่องเที่ยวในการให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกไม่เอารัดเปรียบหรือก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่นักท่องเที่ยว ระดมกำลังตำรวจทุกหน่วยงานเข้ารักษาความปลอดภัย ช่วยเหลือและบริการนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ และห้วงเวลาในการท่องเที่ยวโดยใช้มาตรการเข้มงวดกับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนกฎหมาย (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2545)

ดังนั้น การท่องเที่ยวทุกประเภท โดยเฉพาะในบทความนี้ที่เกี่ยวข้องกับอุทยานแห่งชาติมักจะมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นเสมอ ไม่ว่าเหตุการณ์นั้นจะเป็นสิ่งดีหรือไม่ดีไม่ว่าเหตุการณ์จะเป็นอย่างไรก็ตาม หน่วยงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภายในแหล่งท่องเที่ยวต้องให้ความช่วยเหลือและดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวเสมอ ดังนั้นทางกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สำนักอุทยานแห่งชาติ (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2551) จึงได้มีมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยในอุทยานแห่งชาติ 3 มาตรการ ดังตาราง 23

ตาราง 23 มาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยในอุทยานแห่งชาติ

| มาตรการ                        | แนวทาง/วิธีการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. การเตือนภัย/<br>การแจ้งเหตุ | 1. จัดให้ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหรือที่ทำการอุทยานแห่งชาติ เป็นศูนย์ประสานงานด้านการรักษาความปลอดภัย และให้มีเจ้าหน้าที่ประจำตลอด 24 ชม. ปฏิบัติงานรับแจ้งเหตุ รับ-ส่งข้อมูลข่าวสาร การขอความช่วยเหลือต่างๆ และประสานให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว<br>2. ให้ทำการปิดประกาศเบอร์โทรศัพท์ ที่สามารถติดต่อแจ้งเหตุฉุกเฉินเหตุร้ายและภัยธรรมชาติต่างๆ ไว้ให้เห็นอย่างชัดเจน และประชาสัมพันธ์เบอร์ สายด่วน 1362 |

| มาตรการ                        | แนวทาง/วิธีการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. จัดเตรียม วัสดุ อุปกรณ์ เพื่อการแจ้งเตือนภัยให้พร้อมใช้งาน</li> <li>4. จัดเตรียมความพร้อมของเจ้าหน้าที่เตือนภัยให้พร้อมใช้งาน</li> <li>5. ชักซ้อมแผนและแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว</li> <li>6. ให้ศูนย์ประสานงานฯ ต้องมีอุปกรณ์สำหรับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น</li> <li>7. ให้สร้างเครือข่าย ในพื้นที่ เพื่อการระดมกำลังและประสานขอความช่วยเหลือในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินใดๆ ขึ้น จนเกินกว่าความสามารถของอุทยานแห่งชาติในการให้ความช่วยเหลือ เช่น หน่วยกู้ภัยในพื้นที่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง สถานพยาบาล</li> <li>8. ให้แสดงแผนผัง พร้อมชื่อ และเบอร์โทรติดต่อ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการรายงานสถานการณ์ฉุกเฉิน ไว้ที่ศูนย์ประสานงานฯ</li> <li>9. หากมีเหตุการณ์เกิดอุบัติเหตุ ให้รีบรายงานให้กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ทราบสถานการณ์เบื้องต้นโดยด่วน</li> </ol>                                                                                                                                                                                                  |
| 2. การจัดการแหล่งท่องเที่ยว    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดให้มีป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายที่ชัดเจน</li> <li>2. จัดทำป้ายเตือน ให้ชัดเจน และติดตั้งไว้ในบริเวณที่ล่อแหลมต่อการเกิดอันตราย เช่น หน้าผาชัน วิวทิวทัศน์ หน้าผาน้ำตก น้ำลึก น้ำวน เตือนพื้นที่ลื่น ฯลฯ</li> <li>3. จัดให้มีอุปกรณ์ เพื่อความปลอดภัยต่างๆ เช่น เสื้อชูชีพ ห่วงยาง เชือก และเตรียมไว้ในที่ที่สามารถนำออกมาใช้ในยามฉุกเฉินได้อย่างรวดเร็ว</li> <li>4. จัดสภาพภูมิทัศน์ ให้สะอาด สะดวกปลอดภัย สิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่จัดไว้เช่น ม้านั่ง ทางเดิน ระเบียบ ที่นั่งพิง ต้องแข็งแรงไม่อยู่ในสภาพที่เสี่ยงต่อการหักพัง</li> <li>5. จัดระเบียบที่จอดรถให้เหมาะสม ดูแลไม่ให้มีอันตรายจากกิ่งไม้แห้ง</li> <li>6. จัดให้มีหุ่นหรือธงแสดงการดำน้ำที่เป็นสากล สำหรับอุทยานแห่งชาติทางทะเลที่มีการประกอบกิจกรรมการดำน้ำลึกเพื่อเป็นสัญญาณให้รู้ว่ามี การดำน้ำในบริเวณนั้น</li> <li>7. ห้ามประกอบกิจกรรมดำน้ำลึกและดำน้ำตื้นในบริเวณที่อุทยานแห่งชาติไม่ได้กำหนดไว้เป็นแหล่งดำน้ำทั่วไป</li> <li>8. ในอุทยานแห่งชาติที่มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เป็นไปตามที่กำหนดโดยเคร่งครัด</li> </ol> |
| 3. การควบคุมกิจกรรม. นันทนาการ | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ให้อุทยานแห่งชาติทุกแห่ง กำหนดบริเวณการทำกิจกรรมนันทนาการต่างๆ ให้ชัดเจน เพื่อการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และการป้องกันความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

| มาตรการ | แนวทาง/วิธีการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. ในสถานที่ประกอบกิจกรรมนันทนาการ เช่น กิจกรรมว่ายน้ำ ต้องจัดให้มีอุปกรณ์ เพื่อการรักษาความปลอดภัยต่างๆ เช่น เสื้อชูชีพ ห่วงยาง เชือก ฟันแสดงแนวเขตการว่ายน้ำ ฯลฯ</li> <li>3. ให้เข้มงวด ตรวจสอบ ทุกกิจกรรมนันทนาการ ต้องใช้อุปกรณ์ป้องกัน และเพื่อความปลอดภัย ที่ได้มาตรฐานและครบถ้วน</li> <li>4. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ ฝ้าระวัง และควบคุม กิจกรรมนันทนาการทุกกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมดำน้ำ ล่องแก่ง พายเรือแคนู ฯลฯ ให้อยู่ในความปลอดภัย</li> <li>5. กิจกรรมที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายได้ง่าย ได้แก่กิจกรรมดำน้ำ ต้องควบคุมนักดำน้ำให้ดำน้ำตามประสบการณ์และความสามารถของนักดำน้ำ กิจกรรมล่องแก่ง ควรมีอุปกรณ์มาตรฐานและผู้ชำนาญการนำในการล่อง เป็นต้น</li> <li>6. ให้อุทยานแห่งชาติทางทะเลหรืออุทยานแห่งชาติทางบก ที่มีการปิดแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัยและฟื้นฟูทรัพยากรให้มีความเข้มงวด ควบคุมมิให้มันักท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการรายใดเข้าในเขตที่มีการปิดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกิจกรรมดำน้ำและกิจกรรมอื่นๆ ที่ดำเนินการในทะเล</li> <li>7. ในช่วงฤดูฝนให้อุทยานแห่งชาติทุกแห่งปิดการท่องเที่ยวในถ้าที่มีลำธารไหลผ่านหรือถ้ำน้ำ ไม่อนุญาตให้มีการเข้าชมโดยเด็ดขาด</li> </ol> |

จากการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่ทางกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สำนักอุทยานแห่งชาติ จัดทำขึ้นนั้น จะเห็นได้ว่ามีทั้งมาตรการการเตือนภัย/การแจ้งเหตุ มาตรการการจัดการแหล่งท่องเที่ยว และ มาตรการการควบคุมกิจกรรมนันทนาการ จากมาตรการทั้ง 3 มาตรการนั้นจัดทำขึ้นเพื่อที่จะลดปัญหาความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติง่ายขึ้น

โดยสรุป การมีมาตรการให้ความช่วยเหลือ และดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่เกิด

อุบัติเหตุหรือเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดภายในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในอุทยานแห่งชาติจะต้องมีการเตรียมความพร้อมให้ดี เพื่อที่จะได้ลดปัญหาให้มัน้อยลง ซึ่งการเตรียมตัวขั้นแรกของเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว คือ การเตรียมการด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่และวัสดุอุปกรณ์ เช่น การจัดเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอต่อการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว สนับสนุนให้เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรได้มีโอกาสศึกษาหาความรู้ด้านการรักษาความปลอดภัย เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และในส่วนของวัสดุอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกเพื่อขจัดปัญหาต่างๆ ต้องมีอย่างเพียงพอ และมีการตรวจสภาพอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะได้พร้อมใช้ตลอดเวลา เป็นต้น

## ความร่วมมือในการสร้างความปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยว

การกำหนดแผนงานการป้องกันและแก้ไขกรณีเกิดอุบัติเหตุของนักท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่สำคัญ ฝ่ายต้องให้ความสำคัญ และต้องใช้นุเคราะห์มาปฏิบัติการดำเนินการด้านความปลอดภัยเป็นจำนวนมากทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ ในเรื่องของการสร้างความมั่นคงปลอดภัยและรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวให้ปราศจากความไม่ปลอดภัยต่างๆ

เช่น จากโจรผู้ร้าย จากอุบัติเหตุ จากการหลงทาง และจากภัยธรรมชาติ เป็นต้น ถึงแม้ว่าจะมีมาตรการต่างๆ ที่ทางกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สำนักอุทยานแห่งชาติ ออกมาเพื่อดูแลและป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเต็มที่แล้ว แต่ในบางครั้งการดูแลอาจยังไม่ทั่วถึง ดังนั้นทางกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สำนักอุทยานแห่งชาติ ต้องประสานงานขอความช่วยเหลือกับหน่วยงานอื่นๆ ที่มีส่วนรับผิดชอบในการให้บริการด้านความปลอดภัย ดังตาราง 24

ตาราง 24 หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

| หน่วยงาน                             | หน้าที่ความรับผิดชอบ                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (สบท.)      | ทำหน้าที่เกี่ยวกับด้านการประสานงานแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว รับเรื่องร้องเรียนอำนวยความสะดวก ให้บริการนักท่องเที่ยว ประสานกับส่วนราชการและเอกชนในด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว                  |
| กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว (บก.ทท.) | ทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกให้ความปลอดภัยและคุ้มครองผลประโยชน์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สืบสวนป้องกันปราบปรามอาชญากรรม ดูแลความสงบเรียบร้อยให้กับนักท่องเที่ยวทั่วราชอาณาจักร    |
| สถานีตำรวจ                           | ทำหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนทั่วไปซึ่งมีหน้าที่ให้การดูแล ป้องกันปัญหาอาชญากรรมต่างๆ และจับกุมผู้กระทำความผิดมาลงโทษ                                                    |
| สถานีวิทยุรับแจ้งเหตุร้ายและของหาย   | ให้บริการรับแจ้งเหตุร้ายจากประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนในเรื่องทั่วไป เช่น สิ่งของหาย รถหาย คนหาย รวมถึงปัญหาการจราจร ซึ่งรายการวิทยุดังกล่าวจะคอยประสานงานให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องนั้นๆ ดำเนินการต่อ |

| หน่วยงาน                 | หน้าที่ความรับผิดชอบ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| โรงพยาบาล หรือสถานอนามัย | หน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้บริการรักษาพยาบาล หากนักท่องเที่ยวได้รับบาดเจ็บให้รีบนำส่งโรงพยาบาล ที่ใกล้ที่สุด แต่หากนักท่องเที่ยวได้รับบาดเจ็บและเป็นสถานที่ห่างไกลเช่นต่างจังหวัดที่ไกลจากโรงพยาบาล สามารถติดต่อสถานอนามัยของแต่ละตำบลนั้นๆ ได้ เพื่อทำการรักษาเบื้องต้นก่อนนำส่งโรงพยาบาลต่อไป                                                                  |
| สถานทูต                  | ทำหน้าที่คอยให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในระหว่างที่เข้ามาพักในประเทศไทย ซึ่งสถานทูตของประเทศต่างๆ จะอยู่ในกรุงเทพมหานครและตามต่างจังหวัดที่สำคัญ เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี สงขลา และภูเก็ต เป็นต้น หากนักท่องเที่ยวได้รับความเดือดร้อน หรือได้รับบาดเจ็บและเสียชีวิต ในระหว่างที่อยู่เมืองไทย ให้ติดต่อสถานทูตเพื่อดำเนินการติดต่อประเทศของตนต่อไป |

โดยสรุป จากตาราง 24 ทางกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สำนักอุทยานแห่งชาติ จะต้องมีการประสานงานหรือร่วมมือกันกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังที่ได้กล่าวไว้ในตาราง 24 ยิ่งไปกว่านั้น ถ้าแต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว มีการกำหนดหน้าที่รับผิดชอบกันอย่างชัดเจน ก็จะทำให้แต่ละหน่วยงานมีภาระที่เบาลงและถ้าได้มีการกำหนดมาตรการอย่างเหมาะสมก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ เช่น มีผู้รับผิดชอบดำเนินการด้านความปลอดภัยไม่ขาดตกบกพร่อง เกิดการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์และการป้องกันแก้ไข และสิ่งสุดท้ายคือเมื่อเกิดปัญหาด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องรีบดำเนินการโดยด่วนก็จะง่ายที่จะแจ้งให้กับบุคลากรหรือว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบพิจารณาตัดสินใจได้อย่างทัน่วงที

### บทสรุป

เมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเจริญเติบโตมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นภัยอันตรายต่างๆ ก็อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา ซึ่งภัยต่างๆ อาจเป็นอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมาตรการป้องกันภัยอย่างจริงจัง เพื่อให้อันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวลดลง

ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องเร่งให้มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาและสาเหตุของการเกิดความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ที่ได้ระบุถึงการเพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวรวมทั้งให้มีการเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและ

สังคมแห่งชาติ, 2544) ดังนั้นการจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวยิ่งไปกว่านั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวก็ต้องให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาและหาแนวทางมาตรการในการบริหารจัดการหรือความไม่ปลอดภัยนั้นให้หมดไป เพราะว่าความปลอดภัยเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาตามธรรมชาติของมนุษย์ ไม่ว่าชาติใดก็ตามจะต้องพยายามหลีกเลี่ยงต่อภัยที่จะเกิดขึ้นกับตนเอง ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวใดไม่มีความปลอดภัย ก็ไม่สามารถเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปได้

ในบทความนี้ผู้เขียนใคร่ขอเสนอแนะ

มาตรการหรือวิธีการจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติว่าควรยึดหลักดังต่อไปนี้ รัฐบาลหรือองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันความไม่ปลอดภัยผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ และให้การสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปราบปรามการกระทำความผิดที่ทำลายอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของประเทศ ตลอดจนส่งเสริมให้หน่วยงานที่เป็นเจ้าของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวทั้งรัฐบาลและเอกชนเกิดการรวมกลุ่มดำเนินงานป้องกันอุบัติเหตุหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว

### บรรณานุกรม

- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. 2551. สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2550. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2551, จาก [http://www.dnp.go.th/NPRD/develop/data/stat50/n\\_n\\_50.pdf](http://www.dnp.go.th/NPRD/develop/data/stat50/n_n_50.pdf) (22).
- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. 2551. มาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยในอุทยานแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2551, จาก <http://www.fca16.com/weblog/blog.php?id=suthep-pui1>
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. 2544. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลิมชัย ชัยกิตติภรณ์. 2533. ปรัชญาและแนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน. เอกสารการสอนชุด วิชาการบริหารงานความปลอดภัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เทรกกิ้งไทย. 2547. นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ตะเกียงแก๊สแล้วเกิดระเบิดบริเวณจุดกางเต็นท์ค่ายฝึกลอบรบเยาวชนขุนสร้อย. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2551, จาก <http://board.trekkingthai.com>.
- เนชั่นทันข่าว. 2551. อุบัติเหตุรถทัวร์ของบริษัทสยามฮอเลียตี้ทัวร์ตกเขาก่อนถึงวัดพระธาตุดอยสุเทพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2551, จาก <http://breakingnews.nationchannel.com/>
- พันทิปดอทคอม. 2547. นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เตาอั้งโล่ผิงไฟในเต็นท์ทำให้เสียชีวิตที่อุทยาน

**แห่งชาติดอยอินทนนท์.** สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2551, จาก <http://topicstock.pantip.com>  
ฤกษ์เฉลิม ณ วันจันทร์. 2551. **ห้วยน้ำดัง ห้วยน้ำจ้อย.** สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2551, จาก <http://www.cmprice.com>

ยศพล ณ นคร. 2543. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพยาง และแพไม้ไผ่ของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมล่องแก่ง ณ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก.** วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2525. **พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525.** กรุงเทพมหานคร.

วีระพงษ์ เกลิมจิรรัตน์ และวิฑูรย์ สิมะโชคดี. 2535. **วิศวกรรมและการบริหารความปลอดภัยในโรงงาน.** กรุงเทพฯ. เอเชียเพรส.

สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์. 2529. **ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว.** จุลสารการท่องเที่ยว 5 (มกราคม 2529 : 73).

โสภณ เสือพันธุ์ และคณะ. 2530. **ความปลอดภัย.** กรุงเทพฯ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2544. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549).** กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550. **ยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวไทยในระยะแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 -2554).** สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. 2545. **แผนกรมตำรวจแม่บทฉบับที่ 4 (2545-2549).** กรุงเทพฯ : สำนักงานแผนงานและงบประมาณ สำนักงานตำรวจ.

สายสุนีย์ สิงห์ทัศน์. 2545. **การจัดการความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว.** เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการ ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว: หน่วยที่ 8-15. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เอกรินทร์ ปันยานะ. 2547. **รายงานมาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ: ศึกษากรณีสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ.** งบประมาณสนับสนุนจากคณะกรรมการวิจัยและพัฒนาของวุฒิสภา สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ปีงบประมาณ 2546

เอมอัชฌา (รัตนริมจ) วัฒนบุรานนท์. 2548. **ความปลอดภัย.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

อำพล ชื่อดรง. 2543. **ความปลอดภัย.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

Strasser, Marland K. et al. 2516. **Fundamentals of Safety Education.** New York: The McMillan

การบริหารจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง  
กรณีศึกษา หมู่บ้านบุญไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา

Homestay Management Based on The Sufficiency Economy Concept : A Case Study of  
Baanbusai, Wang Nam Khiao District, Nakhon Ratchasima Province

ยุทธนา สมลา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Yutthana Somla

Chulalongkorn University

บทคัดย่อ

การศึกษาการบริหารจัดการที่พักอาศัยแบบโฮมสเตย์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แนวทางการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาที่พักอาศัยแบบโฮมสเตย์ร่วมกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรท้องถิ่น รวมถึงวิถีชีวิตชุมชนมาใช้ได้อย่างเหมาะสม มีการกำหนดพื้นที่ศึกษาในหมู่บ้านบุญไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยยึดดัชนีชี้วัด 8 ด้านของโฮมสเตย์มาตรฐานสำหรับการบริหารจัดการ ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านมูลค่าเพิ่ม และด้านส่งเสริมการตลาด

กระบวนการวิจัยได้มีการเก็บข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิก่อนในเบื้องต้นเพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา และการเก็บข้อมูลในภาคสนามที่ได้จากการสัมภาษณ์และสังเกต โดยแยกแบบสอบถามออกเป็น 3 ชุด สำหรับกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ จำนวน 18 หลัง เก็บข้อมูลได้ 100% (2) กลุ่มสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมอื่นของโฮมสเตย์ เก็บข้อมูลได้ 54 ราย จาก 110 ราย (3) กลุ่มนักท่องเที่ยว มีการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม 2549 - เดือนมกราคม 2550 สามารถเก็บข้อมูลได้ 80 ราย และ (4) กลุ่มผู้นำโฮมสเตย์ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์จากผู้นำกลุ่มโฮมสเตย์ และกรรมการบริหาร ทั้งหมดจำนวน 3 ราย

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ชุมชนบ้านบุญไทรได้มีการรวมกลุ่มสมาชิกเปิดทำที่พักอาศัยแบบโฮมสเตย์เพื่อเป็นกิจกรรมสร้างรายได้เสริมแก่ชุมชน โดยยึดเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อให้การบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชนเกิดความสมดุลและอยู่บนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเองอย่างแท้จริง ซึ่งปัจจัยสำคัญที่สร้างความสำเร็จในการทำโฮมสเตย์ของชุมชนบ้านบุญไทรนั้น มาจากภาวะความเป็นผู้นำของประธานกลุ่มฯ ที่เล็งเห็นถึงความสามารถของชุมชนในการที่จะพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม รวมถึงต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งคือการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่มีจุดมุ่งหมายเดียวกันใน

การที่จะพัฒนาชุมชนให้มีความก้าวหน้าและเกิดความเข้มแข็ง โดยยึดหลักในการพึ่งพาตนเองเป็นสำคัญ

**คำสำคัญ :** โฮมสเตย์, บริหารจัดการ, ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

### Abstract

In this study, we focus on a homestay accommodation administration and management based on the sufficiency economy concept. The study aims to analyze an application of the sufficiency economy concept to developing homestay accommodation by exercising local wisdom, resource management principles, with the community's way of life being taken into account. Baan Busai, Wang Nam Khiao District, Nakhon Ratchasima Province, is our study site. Eight aspects of homestay are used as indexes for categorizing management standards: aspects of physical characteristics (i.e. buildings, infrastructure) ; food and hygiene; safety; management; sightseeing and entertaining activities; environment; value added; and marketing promotion plan.

At the beginning, data was collected from secondary sources in order to provide an overview of Baan Busai. Then, further data collected from field study was derived from interviews and observation. Questionnaires are divided into 3 types for 4 subject groups: homestay accommodation owners; members participating in homestay's activities; tourists; and homestay accommodation leaders. (1) Homestay accommodation owners: 18 homestay accommo-

dations. All data was collected. (2) Members participating in homestay activities: 54 from 110 questionnaires were collected. (3) Tourists: data was collected between October 2006 - January 2007: 80 tourists. (4) Homestay accommodation leaders and management committee: 3 people were interviewed.

The study's results show that the Baan Busai Community has joined hands in setting up a homestay accommodation. They aim to earn extra money from the homestay. Their homestay management is based on the concept of sufficiency economy to achieve a balanced resource allocation and the community's self-reliance. The key factor contributing to the Baan Busai Homestay's success is leadership of the group leader who realizes the community and individual's potentials. He manages to successfully add value to the existing resources and upgrade the community's quality of life. Another key factor leading to the success of the Baan Busai Homestay is community involvement: community members all share common goals in developing and strengthening their community.

**Keywords :** Homestay, Managment, Sufficiency Economy, Theory, Concept

### คำนำ

ประเทศไทยมีจุดเด่นในเรื่องของการท่องเที่ยวอันมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์และถือว่าเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสกับบรรยากาศของสถานที่ดังกล่าวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาได้มีนัก

ท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศสนใจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Homestay) กันมากขึ้น จากกระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) โดยที่รูปแบบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้นเป็นการพักอาศัยในบ้านหลังเดียวกับชาวบ้าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เอกลักษณ์และวัฒนธรรมประจำถิ่น โดยมีความเกี่ยวเนื่องและสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนนั้นๆ ซึ่งสามารถแบ่งการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้เป็น 4 ลักษณะตามรูปแบบกิจกรรมได้ดังนี้ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การจัดการที่พักอาศัยแบบโฮมสเตย์นั้นเป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนโดยมีนโยบายส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลเป็นตัวสนับสนุนในขณะเดียวกับชุมชนเองต้องมีส่วนในการบริหารจัดการร่วมกัน โดยจะต้องช่วยกันส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการดูแลรักษาวัฒนธรรม ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นเอาไว้ เพื่อให้ยังประโยชน์ถึงคนรุ่นหลังสืบไป แต่ที่ผ่านมาโฮมสเตย์หลายแห่ง ยังขาดความร่วมมือและแนวทางที่เหมาะสมในการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น และบางแห่งยังละทิ้งวิถีชีวิตอันดีของชุมชนเมื่อมีการเปิดรับนักท่องเที่ยวแทนที่โฮมสเตย์จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน กลับนำผลเสียมาสู่ชุมชน ซึ่งถือว่ายังไม่ใช้วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Homestay) ที่มุ่งหวังให้ใช้เอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และให้เกิดความร่วมมือของคนในชุมชน อันจะเป็นแนวทางที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนต่อไป ดังนั้นแนวทางทฤษฎีที่เหมาะสมต่อการนำมาพัฒนาที่พักอาศัยแบบโฮมสเตย์ ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนได้นั้น ก็คือ แนวทางเศรษฐกิจพอเพียงหรือ

ระบบเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองได้ (Self-Sufficient Economy) ซึ่งเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาเป็นระยะเวลานานกว่า 20 ปี ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2539 โดยแนวปรัชญานี้เป็นการชี้แนะแนวทางการปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับชั้นตั้งแต่ ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐทั้งในการพัฒนาและการบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549: 4)

หมู่บ้านบุไทรตั้งอยู่ที่ หมู่ 4 ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่ทั้งหมดรวม 5,424.45 ไร่ ในส่วนการเดินทางเข้าสู่พื้นที่นั้น สามารถเดินทางได้ทางรถยนต์จาก 2 เส้นทางด้วยกัน โดยเส้นทางที่ 1 จากกรุงเทพมหานคร ใช้เส้นทางองครักษ์-นครนายก-ปราจีนบุรี ระยะทางรวมประมาณ 200 กิโลเมตร ถึงสี่แยกกบินทร์บุรีใหม่ไปตามทางหลวงหมายเลข 304 และเส้นทางที่ 2 จากนครราชสีมาใช้เส้นทางปักธงชัย-วังน้ำเขียว ตามถนนสาย 304 ระยะทาง 80 กิโลเมตร สภาพภูมิประเทศทั่วไปเป็นพื้นที่สูงล้อมรอบไปด้วยเทือกเขาเขียวขจี มีลักษณะเป็นแอ่งกระทะ จึงทำให้มีอากาศดีตลอดทั้งปี อุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ 28 องศาเซลเซียส ความเป็นมาของหมู่บ้านบุไทรนี้เกิดจากกลุ่มชาวบ้านหลากหลายท้องถิ่นที่เข้ามาครอบครองพื้นที่ทำกินเมื่อ 50 ปีก่อน ปัจจุบันรูปแบบวิถีชีวิตของคนในชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม เช่น การเพาะเห็ดหอม ปลูกดอกเบญจมาศ ผักสลัด ปลอดภัยพืช และพืชไร่อื่น ๆ รวมทั้งเลี้ยงสัตว์ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่เรียบง่ายในรูปแบบของการพึ่งพาตนเองตามแนวพระราชดำริ ซึ่งเริ่มจากการรวม

กลุ่มกับชุมชนอื่นในตำบลไทยสามัคคีจัดตั้ง “กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวางรากฐานการดำรงชีวิตแบบพอเพียงและยั่งยืนให้กับสมาชิกมีการตั้งเป็นสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อเป็นกองทุนของชุมชน และเป็นตัวแทนในการรวบรวมเอาผลผลิตไปขายยังตลาดและส่วนที่เหลือจะนำไปพัฒนาเป็นสินค้าที่ระลึกเพื่อขายให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งกลุ่มที่ชื่อว่า “กลุ่มมดแดง” ในการทำกิจกรรมเพื่อเป็นการปลูกฝังให้เยาวชนรู้จักการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมของชุมชน และเวลาต่อมาทางกลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูลได้เข้าร่วมฝึกอบรมเพิ่มเติมเรื่องการทำเกษตรชีวภาพกับกลุ่มกิจกรรมไร้สารพิษวังน้ำเขียว ซึ่งต่อมาได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงรับโครงการส่งเสริมกิจกรรมไร้สารพิษวังน้ำเขียวไว้เป็นโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

โฮมสเตย์บ้านบุไทร เริ่มขึ้นเมื่อปี 2543 กลุ่มเกษตรกรบ้านสุขสมบูรณ์ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น ได้ติดต่อเข้าไปยังมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เพื่อขอความช่วยเหลือด้านวิชาการเพาะเห็ดหอม ซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีได้ค้นพบวิธีการกระตุ้นเห็ดหอมให้ออกดอกได้ตลอดทั้งปีในที่ไม่หนาวเย็นมากนักมหาวิทยาลัยจึงได้จัดทำโครงการพัฒนาการผลิตเห็ดหอมเพื่อการค้า โดยมี ผศ.ดร. ธวัชชัย ฑิตชุมพลเหียร เป็นหัวหน้าโครงการวิจัย เมื่อโครงการก้าวหน้าไปได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดเป็นแหล่งศึกษาดูงานของชุมชนอื่นทั้งในอำเภอมัญจาคีรีและจังหวัดอื่น ซึ่งในการเข้าดูงานแต่ละครั้งจะมีคณะเดินทางมาหลายคน ทำให้ต้องมีที่พักในการรับรองกลุ่มบุคคลดังกล่าว แต่เนื่องด้วยที่พักในละแวกใกล้เคียงนั้นมีแต่รีสอร์ทที่พักราคาแพง โดยปกติคณะที่มาดูงานจะเป็น

เกษตรกรเสียส่วนใหญ่ซึ่งไม่สามารถจ่ายค่าที่พักในราคาสูงได้ ในระยะแรกจึงได้มีการจัดให้คณะดูงานเข้าพักในบ้านของสมาชิก

ต่อมาอาจารย์จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ได้เล็งเห็นถึงศักยภาพทางด้านธรรมชาติ การเกษตร และการท่องเที่ยวของตำบลไทยสามัคคี อำเภอมัญจาคีรี จึงได้เลือกตำบลไทยสามัคคีเป็นพื้นที่เป้าหมายในโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากของประเทศตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ในปี 2545 จากการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและความต้องการของชุมชน พบว่า การให้บริการท่องเที่ยวยังขาดการบริการที่พักแบบโฮมสเตย์ที่จัดการโดยชุมชน ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและสามารถเพิ่มรายได้เป็นอาชีพเสริมให้แก่ชาวบ้าน ในเวลาต่อมานายอินทร์ มูลพิมาย และสมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูลบ้านบุไทรได้เข้าร่วมโครงการดังกล่าว โดยในระยะเริ่มแรกมีบ้านพักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว จำนวน 10 หลัง แต่ปัจจุบันในปี 2550 มีบ้านพักเพิ่มเป็น 18 หลัง มีลักษณะการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกชุมชน รวมถึงการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยการบายศรีสู่ขวัญและการแสดงดนตรีพื้นบ้านของเยาวชนกลุ่มมดแดง ซึ่งภายใต้การบริหารจัดการและการจัดกิจกรรมทั้งหมดนี้มีการนำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการจัดการ จนทำให้หมู่บ้านบุไทรสามารถพึ่งพาตัวเองอย่างมั่นคง และเกิดกระบวนการความร่วมมือจนเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง ซึ่งต่อมาทางมูลนิธิพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศได้เลือกให้ชุมชนบ้านบุไทรเป็นชุมชนหนึ่งภายใต้ “โครงการสร้างสังคมการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับระบบประชาธิปไตย” (มูลนิธิพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ, 2550)

เมื่อวิเคราะห์จากสถิติของจำนวนผู้เข้าพักของโฮมสเตย์ตามตารางแสดงนี้ จะพบว่าจำนวนผู้เข้าพักที่เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งถือว่าเป็นโฮมสเตย์แห่งหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมที่ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นรากฐานในการบริหารจัดการ

**ตาราง 25 แสดงรายละเอียดจำนวนผู้เข้าพักของโฮมสเตย์บ้านบุญไทร**

| ปี พ.ศ. | จำนวนผู้เข้าพัก (คน) | อัตราการเพิ่มขึ้น |
|---------|----------------------|-------------------|
| 2547    | 726                  | -                 |
| 2548    | 1,167                | 60.74 %           |
| 2549    | 2,043                | 75.06 %           |

ที่มา : กลุ่มโฮมสเตย์บ้านบุญไทร มกราคม 2550

จึงเป็นที่น่าสนใจว่าชุมชนบ้านบุญไทรสามารถนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการบริหารจัดการโฮมสเตย์อย่างไรให้ประสบผลสำเร็จ รวมถึงมีวิธีการดำเนินการจัดการอย่างไรกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนเมื่อมีการเปิดรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ยังเป็นชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปได้

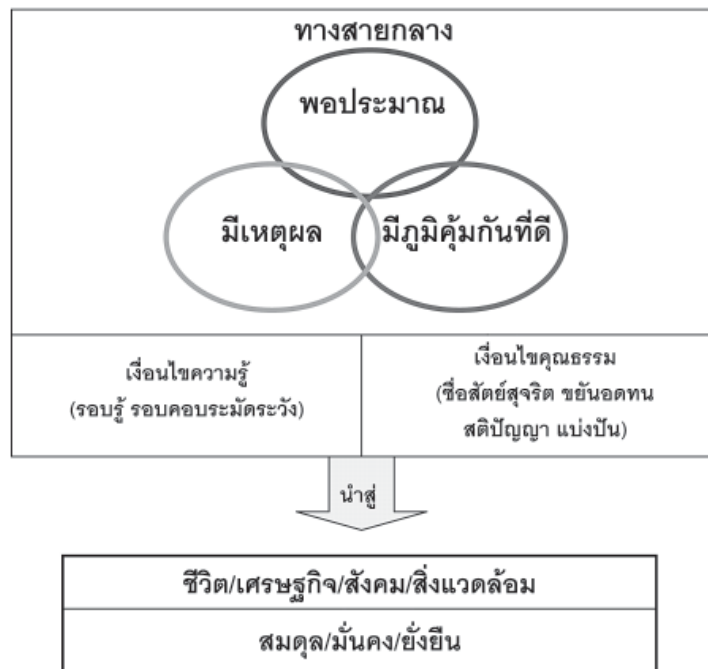
### **แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงชี้แนะการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปใน ทาง

สายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียงหมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎีและนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2542: 4-5)

สรุปได้ว่า “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ และทุกอาชีพ กิจกรรม เพื่อเป็นการมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาที่มาจากพื้นฐานทรัพยากร และศักยภาพที่ตนเองมีอยู่ โดยใช้องค์ความรู้ท้องถิ่นมาประยุกต์ให้เป็นจริงได้ในทางปฏิบัติ รวมถึงการดำเนินงานด้วยความมีคุณธรรมเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม อันจะเป็นรากฐานสำคัญที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนต่อไปในอนาคต ดังแนวปฏิบัติตามหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข อันเป็นพื้นฐานในการนำไปพัฒนาให้เกิดความเหมาะสมกับกิจกรรมที่ดำเนินงาน

ภาพ 18 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2542:15

### เครื่องมือและวิธีการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งไปที่การบริหารจัดการของโฮมสเตย์บ้านปูไทรโดยพิจารณาจากหลักการบริหารจัดการโฮมสเตย์มาตรฐานที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กำหนด โดยแบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม ความคิดเห็นต่างๆ ของสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ของชุมชน สุดท้ายจะเป็นการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักแรม เพื่อเป็นข้อมูลในการให้ข้อเสนอแนะต่อไป การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

### \* ข้อมูลทุติยภูมิ

ดำเนินการศึกษาทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งพักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ผลงานทางวิชาการ งานวิจัย และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปของพื้นที่ที่ทำการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณี และรูปแบบที่อยู่อาศัยของชุมชนที่ทำการศึกษารวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร สรุปผลการสัมมนา บทความและสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอันจะเป็นข้อมูลสนับสนุนในการวิเคราะห์การบริหารจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนที่ทำการศึกษา

### \* ข้อมูลปฐมภูมิ

ดำเนินการสำรวจพื้นที่ โดยจะเก็บข้อมูลจากสภาพทั่วไปในปัจจุบันของหมู่บ้านนุไทร อำเภอน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในส่วนของการสัมภาษณ์สำหรับการวิจัยนี้ได้มีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้นำทั้งหมด 3 รายในเรื่องของแนวความคิดในการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับการบริหารจัดการโฮมสเตย์ โดยจะมีการเก็บข้อมูลจากบุคคลอื่นที่มีส่วนร่วมกับการบริหารจัดการโฮมสเตย์เป็นข้อมูลประกอบด้วยอีก 3 ชุด คือ สัมภาษณ์สมาชิกที่เป็นเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ทั้ง 18 หลัง เก็บข้อมูลได้ 100% เพื่อต้องการข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบของที่พักและการให้บริการ รวมทั้งสัมภาษณ์สมาชิกรายอื่นที่เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์ถึงความคิดเห็นต่างๆ ที่มีต่อโฮมสเตย์ของชุมชน ได้จำนวน 54 รายจาก ทั้งหมด 110 ราย ซึ่งใช้หลักการสุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีของ Yamané ที่ความเชื่อมั่น 95% โดยเก็บตัวอย่าง 30% แต่ในการศึกษาครั้งนี้สามารถเก็บข้อมูลได้มากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเรื่องที่เกี่ยวกับการให้บริการในการเข้าพักที่โฮมสเตย์บ้านนุไทรตั้งแต่เดือนตุลาคม 2549-มกราคม 2550 โดยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งได้จำนวนทั้งสิ้น 80 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำและสมาชิก และข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ มาประกอบในการพรรณนาเชิงวิเคราะห์เกี่ยวกับการบริหารจัดการของโฮมสเตย์บ้านนุไทรว่ามีการดำเนินการที่เข้าหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่สามารถแสดงเป็นรูปธรรมได้อย่างไรบ้าง และมีวิธีการดำเนินการอย่างไร โดยแสดงข้อมูลออกเป็น 8 กลุ่ม ตามหลักบริหารจัดการ

โฮมสเตย์มาตรฐานที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากำหนด

### ผลการศึกษา

หมู่บ้านนุไทรมีการรวมกลุ่มสมาชิกจัดทำโฮมสเตย์ขึ้นมาเป็นกิจกรรมเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน โดยยังคงยึดถือวิถีชีวิตเกษตรกรรมเป็นพื้นฐานในดำรงชีวิต และการดำเนินกิจกรรมโฮมสเตย์นั้นก็มีความสอดคล้องกับชุมชนซึ่งผลสำเร็จที่ได้มาเกิดจากกระบวนการความร่วมมือของสมาชิกที่มีอุดมการณ์ร่วมกันและภาวะความเป็นผู้นำของประธานกลุ่มโฮมสเตย์ฯ เป็นกลไกสำคัญ นอกจากนี้โฮมสเตย์ยังมีส่วนช่วยให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับสมาชิกอื่นในชุมชนด้วยเช่นกัน ในลักษณะของการรวมกลุ่มผลิตสินค้าโดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้กับวิชาการสมัยใหม่ออกมาในรูปของสินค้าที่ระลึกเพื่อขายแก่นักท่องเที่ยว อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์เกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป ผลิตภัณฑ์จักสาน เป็นต้น

ก่อนหน้านี้ที่ชุมชนบ้านนุไทรจะรวมกลุ่มจัดตั้งโฮมสเตย์ได้มีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตทั้งในระดับครัวเรือนและระดับชุมชน ด้วยความเชื่อมั่นว่าหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นกระบวนการทางสังคมที่จะนำชุมชนกลับสู่ฐานเศรษฐกิจที่แท้จริงพร้อมกับส่งเสริมการดำเนินชีวิตประจำวันและการใช้ชีวิตในบทบาทของสังคมให้เกิดความสมดุล โดยยืนอยู่บนรากฐานของการพึ่งพาตนเองที่ผ่านมาการชุมชนบ้านนุไทรได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นกรอบในการบริหารจัดการโฮมสเตย์จนทำให้เกิดผลสำเร็จได้อย่างเช่นปัจจุบัน ซึ่งทรัพยากรภายในชุมชนที่ผ่านมามีนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมและไม่ส่งผลเสียต่อ

ชุมชน โดยสามารถจำแนกรายละเอียดของหลักการบริหารจัดการตามดัชนีชี้วัด 8 ด้าน ที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้กำหนดไว้ ดังนี้

#### \* ด้านที่พัก

บ้านพักโฮมสเตย์ทั้ง 18 หลังนั้น เป็นการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างของบ้านมาปรับปรุงเป็นที่พักโดยไม่มีการก่อสร้างขึ้นใหม่แต่อย่างใดซึ่งถึงเป็นความเข้าใจร่วมกันของสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ เนื่องจากมีความเห็นว่าไม่เป็นการดีที่จะมีการลงทุนในสิ่งที่เป็นตัวและไม่ต้องการจะทำเป็นธุรกิจโดยสมาชิกมีความมุ่งหวังเพียงเป็นแครายได้เสริมแก่ครัวเรือนเท่านั้น แต่ถึงอย่างไร ก็ยังต้องมีการปรับปรุง ซ่อมแซมบ้านพักบางจุดเพื่อความปลอดภัยในการใช้งาน ด้านการจัดสรรผู้เข้าพักทางกลุ่มจะมีการจัดนักท่องเที่ยวเข้ายังบ้านพักตามลำดับเพื่อกันไม่ให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบกันระหว่างสมาชิก โดยในแต่ละหลังจะรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกินครั้งละ 7 คน

#### \* ด้านอาหารและโภชนาการ

การจัดเตรียมอาหารแก่ผู้เข้าพัก จะเป็นความรับผิดชอบของเจ้าบ้านที่จะดูแลในส่วนนี้แต่หากสมาชิกรายได้ไม่สะดวกในการให้บริการ ก็จะมีการมอบหมายให้ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ฯ เป็นผู้ดำเนินการแทน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดขึ้น ซึ่งในส่วนของวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร ล้วนสามารถหาได้จากภายในชุมชน ถือเป็นการช่วยลดต้นทุนและเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ในขณะเดียวกัน อาหารที่นำเสนอจะเน้นที่อาหารเพื่อสุขภาพ ใช้ผักที่ปลอดสารพิษและพืชสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยผสมผสานเข้ากับความรู้ในการปรุงอาหารท้องถิ่น ส่วนการบริการด้านจัดเตรียมอาหารสำหรับผู้เข้าพักที่มาเป็นหมู่คณะ ทางกลุ่มโฮมสเตย์ฯ ได้มีการเตรียมแผนรองรับไว้ 2 วิธี โดย (1)

เจ้าบ้านจะเตรียมมาให้แขกของตนโดยเฉพาะ (2) จัดให้กลุ่มแม่บ้านหรือร้านค้าในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ ถือว่าทางกลุ่มโฮมสเตย์ฯ ได้เตรียมการรับมือในกรณีมีผู้เข้าพักจำนวนมากได้อย่างเป็นระบบ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อเวลาส่วนตัวของสมาชิกมากนัก

#### \* การบริหารด้านความปลอดภัย

ตามที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้กำหนดความต้องการพื้นฐาน 10 ประการของนักท่องเที่ยว ได้มีการกล่าวไว้ว่าความปลอดภัยนั้นเป็นสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการสำหรับการเข้าพักอาศัย ดังนั้น ในการบริหารจัดการของโฮมสเตย์บ้านบุไทรจึงจำเป็นต้องมีเตรียมพร้อมในเรื่องการจัดเวรยามรักษาความปลอดภัย ซึ่งได้อาศัยความร่วมมือในระดับชุมชนเริ่มตั้งแต่ผู้นำชุมชนจนถึงลูกบ้านคนอื่น ๆ ถึงแม้ว่าอาสาสมัครบางคนจะไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มโฮมสเตย์ก็ตาม ในส่วนของการเตรียมความพร้อมที่จะรองรับเหตุอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นทั้งชีวิตและทรัพย์สินของผู้เข้าพักนั้น ทางกลุ่มโฮมสเตย์ฯ ได้เตรียมความพร้อมในเรื่องการปฐมพยาบาล การเตรียมหมายเลขโทรศัพท์ของโรงพยาบาลและสถานีตำรวจไว้ประจำบ้านพักทุกหลัง รวมถึงมีการจัดเตรียมที่เก็บรักษาทรัพย์สินมีค่า และการส่งคืนในกรณีที่ลืมหรือตกค้าง

#### \* การบริหารด้านการจัดการ

โดยในส่วนของโครงสร้างการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์ฯ พบว่ามีการนำต้นแบบจากกลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูลมาพัฒนาปรับเปลี่ยนให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยแบ่งแยกตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน รวมถึงการดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาล (Good governance) ที่อาศัยการมีส่วนร่วมของสมาชิกและการดำเนินงานที่โปร่งใส โดยกลุ่ม

โฮมสเตย์ยังเปิดให้สมาชิกอื่นที่ไม่ใช่สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ฯ เข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นคณะกรรมการบริหารร่วมกัน โดยการดำเนินงานของกลุ่มโฮมสเตย์ฯ ไม่เน้นตัวบุคคลแต่จะให้ความสำคัญในรูปแบบของกลุ่ม โดยประธานกลุ่มโฮมสเตย์ฯ หรือคณะกรรมการบุคคลใดบุคคลหนึ่งจะตัดสินใจดำเนินการโดยลำพังไม่ได้ เพราะการดำเนินการแต่ละเรื่องนั้นจะต้องผ่านประชาคมในที่ประชุมก่อนทุกครั้งเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับหมู่สมาชิก ซึ่งทำให้การดำเนินงานที่ผ่านมาของกลุ่มโฮมสเตย์ฯ สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกอย่างแท้จริง ส่วนด้านการจัดการสำหรับนักท่องเที่ยวที่ผ่านมา จะคำนึงถึงในภาพรวมทั้งชุมชนโดยข้อปฏิบัติต่างๆ จะวางกรอบอย่างเข้มงวดเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อวัฒนธรรมจารีต ประเพณี สิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ของสมาชิกอื่นในชุมชน โดยเฉพาะเรื่องการพนันและยาเสพติด เพื่อเป็นการป้องกันอบายมุขเหล่านี้ให้อยู่ห่างจากเยาวชนและผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นชื่อเสียงของชุมชน และสิ่งหนึ่งที่สำคัญก็คือการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทางกลุ่มโฮมสเตย์ฯ จึงได้ขอความร่วมมือจากสถานศึกษาเข้ามาช่วยจัดสอนภาษาอังกฤษแก่เยาวชนและสมาชิกที่สนใจเพื่อสำหรับเตรียมต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศจุดนี้ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะพัฒนาชุมชนให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่ว่าโลกจะมีพรมแดนที่แคบลง สังคมในแบบชุมชนจะก้าวสู่สังคมโลก การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรจึงเป็นภูมิคุ้มกันที่ดีสำหรับอนาคต

#### \* การบริหารด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์บ้านบุญไทรนั้น ได้มีการแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ สถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน ที่เป็นแหล่งการเรียนรู้ด้านเกษตรกรรมและวิถีชีวิตของชุมชน อีก

ส่วนหนึ่งจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีชื่อเสียงที่อยู่ใกล้ๆ กับชุมชน ซึ่งกิจกรรมทั้งสองแหล่งนี้ ถือเป็นกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของชุมชน ดูจากกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวเข้าไปศึกษาดูงานการเพาะปลูกพืช ไม่ว่าจะเป็นแปลงปลูกผักปลอดสารพิษ โรงเพาะเห็ดหอม สวนสมุนไพร หรือ แปลงปลูกดอกเบญจมาศ ล้วนเป็นกิจกรรมที่เป็นการประกอบอาชีพปกติของสมาชิกอยู่แล้วซึ่งไม่จำเป็นต้องปรับแต่งให้เป็นกิจกรรมที่ยุ่งยากและไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตมากนัก นอกจากนี้แล้วกิจกรรมที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยวนอกชุมชน ก็คือ การปลูกป่า โดยในแต่ละครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปในอุทยานแห่งชาติทับลาน ทางผู้นำเที่ยวจะมีการเตรียมต้นกล้าไม้ไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ปลูกเพื่อเป็นทั้งการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกเรื่องการรักษาทรัพยากรธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยวพร้อมกัน

#### \* การบริหารด้านสิ่งแวดล้อม

ในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชนบ้านบุญไทรได้เริ่มมีการรณรงค์เรื่องการรักษาความสะอาดภายในชุมชนด้วยการเริ่มต้นปฏิบัติจากตัวสมาชิกเองเป็นอันดับแรก แล้วจึงค่อยขยายสู่ในภาพรวม โดยการเก็บกวาดหน้าบ้านของตนให้สะอาดเรียบร้อย และปลูกไม้ดอกไม้ประดับไว้บริเวณหน้าบ้านทุกหลัง เพื่อสร้างทัศนียภาพที่สวยงามให้เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักโฮมสเตย์ รวมถึงบุคคลภายนอกที่ผ่านไปผ่านมาในชุมชน และถึงแม้ว่าการดำเนินร่วมกันรักษาความสะอาดนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว แต่สิ่งที่สมาชิกจะได้ก็คือความสะอาดและสุขอนามัยที่ดี และจุดนี้เองจะเป็นสิ่งที่ช่วยปลูกฝังให้

เยาวชนได้ปฏิบัติตามเป็นนิสัย และจะสานต่อเจตนารมณ์ต่าง ๆ ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนได้เป็นอย่างดี อีกส่วนหนึ่งที่สำคัญก็คือการขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในโฮมสเตย์ให้ช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชนด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการทิ้งขยะ การสร้างความเสียหายแก่แหล่งน้ำ ต้นไม้ หรือการทำร้ายสัตว์ป่าในขณะที่เที่ยวชมเพราะถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่จะทำให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมได้

#### \* การบริหารด้านมูลค่าเพิ่ม

การเปิดโฮมสเตย์ของชุมชนนอกจากจะเป็นการสร้างรายได้ที่เป็นตัวเงินแล้วสิ่งที่ได้เพิ่มขึ้นมา ก็คือการนำองค์ความรู้ที่มีอยู่มาพัฒนาร่วมกับทรัพยากรท้องถิ่นในรูปแบบของสินค้าที่ระลึกเพื่อขายแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในโฮมสเตย์ โดยในแต่ละครั้งจะผลิตให้มีปริมาณที่เหมาะสมกับปริมาณการซื้อเพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องของต้นทุนซึ่งกระบวนการเรียนรู้เหล่านี้ล้วนเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเปิดทำโฮมสเตย์ของชุมชนเพราะแต่เดิมนั้นชาวบ้านมีความรู้เพียงแค่ผลิตเพื่อใช้ภายในครอบครัว แต่ต่อมาเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาทำให้สามารถขยายช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ได้ซึ่งจุดนี้จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ อย่างอื่นอีกมากมายในอนาคต นอกจากนี้แล้วศิลปะท้องถิ่นอย่างการรำบายศรีก็ได้รับผลประโยชน์จากโฮมสเตย์ด้วยเหมือนกัน ซึ่งแต่เดิมนั้นไม่ค่อยได้มีการจัดการแสดงลักษณะนี้บ่อยนัก จนทำให้ถูกลืมไป โดยปัจจุบันนี้จึงเริ่มมีการฝึกอบรมให้กับกลุ่มเยาวชนในหมู่บ้านนุไทรเพื่อเป็นการอนุรักษ์ศิลปะพื้นบ้านและสร้างรายได้เสริม ในขณะที่เดียวกันระหว่างที่มีการเข้าพัก เจ้าของบ้านและนักท่องเที่ยวก็มี

โอกาสได้แลกเปลี่ยนความรู้และข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ต่อกัน ซึ่งถือเป็นมูลค่าเพิ่มที่มีส่วนช่วยให้หมู่บ้านนุไทรได้มีมุมมองในการพัฒนาชุมชนได้กว้างขึ้น

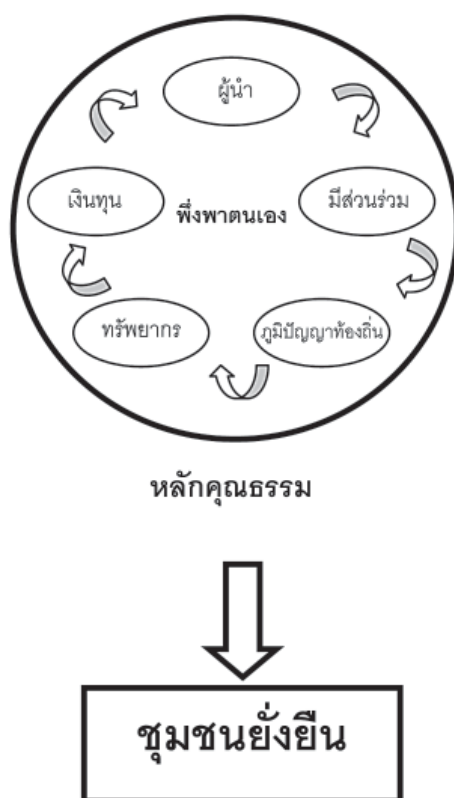
#### \* การบริหารด้านส่งเสริมการตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโฮมสเตย์บ้านนุไทรมีด้วยกันหลากหลายอาชีพและช่วงอายุ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์จึงมีการใช้ช่องทางการดำเนินงานหลายทางด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ด้วยการเขียนลงสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับโฮมสเตย์บ้านนุไทร การทำเอกสารประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดีที่สุด แต่เหนือสิ่งอื่นใดสื่อที่ดูจะมีอิทธิพลและความน่าเชื่อถือได้ดีที่สุดน่าจะเป็นการบอกเล่าแบบปากต่อปากถึงความสวยงามของสถานที่และบรรยากาศที่ดีของชาวนุไทร ซึ่งถือเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์มากที่สุด และด้วยความที่ชุมชนบ้านนุไทรเป็นชุมชนเกษตรกรรม ยังไม่มีความชำนาญในการใช้สื่อและเทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ ทำให้ต้องมีการขอความร่วมมือจากองค์กรอื่นเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ และเสนอแนะการดำเนินงานในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งทางกลุ่มโฮมสเตย์ก็ได้รับการช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมถึงมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) และความช่วยเหลือจากหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในการช่วยประชาสัมพันธ์ในรูปแบบการศึกษาดูงานด้านเศรษฐกิจชุมชนอีกทางหนึ่ง เมื่อวิเคราะห์ดูแล้วจะพบว่าทางกลุ่มโฮมสเตย์บ้านนุไทรยังคงมีข้อด้อยในการใช้

สื่อประชาสัมพันธ์ ด้วยเป็นรูปแบบการดำเนินงานที่ใหม่และดูจะยุ่งยากสำหรับสมาชิก เนื่องจากไม่มีพื้นฐานความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีมาก่อน แต่ถึงอย่างไรก็ตามข้อดีของจุดนี้เองก็ได้มี

การแก้ไขในลักษณะของการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากองค์กรและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้ามาดำเนินการช่วยเหลือในจุดบกพร่องนี้

ภาพ 19 สรุปปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการของโฮมสเตย์บ้านบุไทร



การบริหารจัดการโฮมสเตย์จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อจะทำให้ชุมชนเกิดความยั่งยืนและสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคง ดังจะเห็นได้จากแผนภูมิข้างต้นที่แสดงกระบวนการดำเนินการของโฮมสเตย์บ้านบุไทร ที่มีจุดเริ่มต้นจากการพึ่งพาตนเองก่อนเป็นอันดับแรก โดยมีผู้นำทางความคิดเป็นผู้ริเริ่มโครงการ ต่อมาคือการแสวงหาความร่วมมือจัดตั้งเป็นกลุ่ม การ

นำทรัพยากรทางความรู้และทรัพยากรท้องถิ่นเป็นต้นทุนในการดำเนินการ โดยมีกองทุนจากสมาชิกเป็นเงินลงทุนเบื้องต้น สิ่งเหล่านี้คือองค์ประกอบสำคัญที่อยู่บนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเองแต่อย่างไรก็ตามการจะนำมาซึ่งความสำเร็จได้นานหรือไม่คุณธรรมในการดำเนินการเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อมาที่ต้องคำนึงถึง เพราะการดำเนินกิจกรรมที่เป็นกลุ่ม อันมีผู้คนหลากหลายเข้าร่วมนั้น จำเป็นที่จะต้องมีความซื่อสัตย์และ

โปร่งใสในการบริหารจัดการ ถึงจะสร้างความมั่นคงให้กับกลุ่มหรือชุมชนได้ เมื่อการบริหารจัดการทรัพยากรต่างๆ ในปัจจุบันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรมแล้ว สิ่งเหล่านี้จะเป็นองค์ประกอบหรือต้นแบบสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนชุมชนไปสู่ความยั่งยืนต่อไปได้ในอนาคต

### ข้อเสนอแนะ

1) การสร้างความเข้าใจและกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ในเบื้องต้นควรสร้างความเข้าใจในกลุ่มสมาชิกถึงการดำเนินกิจกรรมโฮมสเตย์ เป็นการร่วมกลุ่มทำกิจกรรมเพื่อช่วยสร้างความเข้มแข็งและเป็นการสร้างรายได้เสริม ดังนั้นชุมชนควรมีการจัดหากิจกรรมอื่นที่ต่อเนื่องกับการทำโฮมสเตย์ ให้เกิดการรวมกลุ่มทำกิจกรรมเพื่อสร้างรายได้เสริม เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การฝึกอบรมอาชีพ ฯลฯ โดยเป็นการนำองค์ความรู้ของท้องถิ่นมาประยุกต์เข้ากับศาสตร์สมัยใหม่ รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กันระหว่างสมาชิก เพื่อปูรากฐานให้เกิดการคิดค้นและพัฒนาทรัพยากรในชุมชนให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของชุมชนต่อไป ซึ่งผลที่ได้รับนอกจากจะเกิดการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับสมาชิกในชุมชนมากขึ้นแล้ว ยังเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์ให้เป็นที่น่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายขึ้น

2) การทำแผนที่ชุมชน (Mapping) เพื่อเป็นการบอกตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน ว่ามีสถานที่ใดที่เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตด้านเกษตรกรรม กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น งานหัตถกรรมพื้นบ้าน สามารถเดินทางไปได้อย่างไร ซึ่งการทำแผนที่ชุมชนนั้นนอกจากจะส่งเสริม

กิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์แล้ว ยังช่วยในการพัฒนาชุมชนด้วย เนื่องจากจะทำให้รู้ว่าใครมีความสามารถในเรื่องใดบ้าง อยู่ที่ไหน เพื่อจะถอดองค์ความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาชุมชนให้เกิดประโยชน์ได้ต่อไป

3) การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบปฏิทินการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากการเข้าพักแบบโฮมสเตย์ที่ผ่านมา จะมีเพียงแค่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน หรือศึกษาดูงานด้านการทำเกษตรกรรม ส่งผลให้การเข้าพักจะใช้เวลาเพียงแค่ 1 คืน เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสิ่งที่จะทำให้เวลาการเข้าพักเพิ่มขึ้นหรือสร้างความน่าสนใจให้กับโฮมสเตย์บ้านบุไทรได้มากขึ้นนั้นควรมีการนำเอาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกชุมชนมาจัดเป็นกิจกรรมให้หลากหลาย เพื่อให้สามารถเกิดการเข้าพักได้ตลอดทั้งปี เพราะเมื่อดูจากศักยภาพของการเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตรของชุมชนและภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยแล้วเห็นว่ามีความสามารถที่จะดำเนินการได้ ยกตัวอย่างเช่น การจัดเที่ยวชมสวนดอกไม้บานในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม ซึ่งเป็นเวลาที่หมู่บ้านบุไทรกำลังมีสภาพอากาศเย็นสบาย การจัดเที่ยวชมสวนผลไม้ในช่วงฤดูการ การจัดกิจกรรมทางน้ำ เช่น การล่องแก่งในช่วงหน้าฝน กิจกรรมศึกษาวิถีชีวิตธรรมชาติที่มุลสามง่ามอันเป็นแหล่งต้นน้ำของแม่น้ำมูล การส่องสัตว์ดูกระทิงที่เขาแผงม้าดูโขลงช้างที่มุลหลง เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมท่องเที่ยวเหล่านี้ควรจัดเป็นรูปแบบของปฏิทินการท่องเที่ยวและมีการประชาสัมพันธ์ให้เด่นชัดควบคู่ไปกับการศึกษาวิถีชีวิตชุมชน

4) การวางแผนระยะยาวในการบริหารจัดการทรัพยากรของท้องถิ่น เนื่องจากปัจจุบันนี้ปริมาณน้ำและสาธารณูปโภคต่าง ๆ ของชุมชน

มีอยู่ในจำนวนที่เพียงพอกับสมาชิก แต่เมื่อมีการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวมากขึ้นซึ่งรวมถึงรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงด้วยนั้นกลุ่มโฮมสเตย์ฯ ควรมีการดำเนินการป้องกันปัญหาในจุดนี้เสียแต่เนิ่นๆ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการค้าทางชีวิตของสมาชิก รวมถึงผลกระทบในด้านการเพาะปลูก จึงควรขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ทั้งจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสถาบันการศึกษาให้เข้ามาตรวจสอบถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อที่จะได้หาทางแก้ไขได้ทันเวลา

5) การประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นที่รู้จักและสร้างความเข้าใจมากขึ้น เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการเข้าพักโฮมสเตย์อย่างดีพอ ซึ่งในจุดนี้ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรเร่งทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เพื่อสร้างความเข้าใจแก่ภาคประชาชนถึงรูปแบบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ถูกต้อง รวมถึงส่งเสริมให้ชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมโฮมสเตย์ต่างๆ ให้ยึดแนวทางการดำเนินการที่ถูกต้องเพราะสาเหตุจากความไม่เข้าใจของทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการนี้ จะส่งผลเสียต่อชุมชนได้ในอนาคต

6) เตรียมแผนรับมือกับปัญหามลพิษที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น มลพิษและสิ่งปฏิกูลก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะขยะและการบำบัดน้ำเสีย ควรมีการจัดเตรียมให้เป็นระบบ ยกตัวอย่างเช่น การกำจัดขยะ ควรมีการแยกขยะเพื่อให้ง่ายต่อการกำจัดและนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ในส่วนที่ชุมชนไม่สามารถดำเนินการได้เองอย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีการขอความร่วมมือจากหน่วยงานราชการ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล ให้เข้ามาช่วยดำเนิน

การและให้คำแนะนำในการจัดการน้ำเสียเพื่อเตรียมการป้องกัน

7) การจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าพัก ด้วยการทำระเบียบสำหรับผู้เข้าพัก รวมถึงจัดบันทึกสถิติและรายได้ที่สามารถดำเนินการตรวจสอบได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เนื่องจากการทำข้อมูลเหล่านี้ถือเป็นข้อมูลทางสถิติที่ดีจะใช้ในการวางแผนดำเนินการสำหรับการให้บริการ ผู้เข้าพักได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องมาจากทางกลุ่มโฮมสเตย์ฯ จะทราบช่วงเวลาที่ใดบ้างที่จะมีผู้เข้าพักมากหรือน้อย ข้อดีข้อด้อยที่ได้รับ การเสนอแนะจากผู้เข้าพัก สามารถนำไปแก้ไขปรับปรุงได้อย่างไรบ้างเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับชุมชน

เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบหลายๆ ประการที่ได้กล่าวไปข้างต้น จะพบว่าการบริหารจัดการของกลุ่มหรือชุมชนนั้น สิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงคือการสร้างสรรค์ที่เริ่มจากตัวเราเองเป็นสำคัญ เพราะคำว่า “พอเพียง” คือ พอสำหรับปัจจุบันและอนาคต ดังนั้นเมื่อเราเริ่มต้นทุนที่เรา มีอยู่ว่ามีศักยภาพในการพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้อย่างไรในปัจจุบัน เราก็ต้องมองไปข้างหน้า อีกด้วยว่าจะมีเหลือสำหรับคนรุ่นหลังในอนาคตหรือไม่

การดำเนินกิจกรรมโฮมสเตย์ของชุมชนในต่างจังหวัด ยังถือว่าเป็นธุรกิจใหม่ที่ต้องอาศัยความเข้าใจในการให้บริการ และความรอบคอบในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นพื้นฐานหลักของแนวคิดในการบริหารจัดการ ถือเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึง โดยมีหลักใหญ่ 3 ประการ คือ ความพอประมาณ ใช้ทรัพยากรที่หาได้ในชุมชน เป็นองค์ประกอบสำคัญในการให้บริการ ใช้สิ่งที

มีอยู่อย่างคุ้มค่าไม่เสียเปล่าอย่างเช่นการปรับปรุงห้องว่างเพื่อใช้เป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ไม่จำเป็นจะต้องลงทุนสร้างขึ้นใหม่ ต่อมาคือความมีเหตุผล ซึ่งการดำเนินกิจกรรมใดก็ตามควรมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับชุมชน เพราะโฮมสเตย์นั้นมีความแตกต่างจากที่พักแบบรีสอร์ทหรือโรงแรมที่ขายจุดเด่นที่การให้บริการและความสะดวกสบายแต่โฮมสเตย์ขายจุดเด่นที่เอกลักษณ์ของชุมชนวิถีชีวิตหรือสิ่งแวดล้อมที่มีในแต่ละแห่ง ฉะนั้นการลงทุนในการดำเนินการใดๆควรพิจารณาถึงเหตุจำเป็นก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อป้องกันการลงทุนที่ไม่เกิดประโยชน์ หรือไม่ถูกต้องตามหลักวัตถุประสงค์ สุดท้ายคือการมีภูมิคุ้มกัน ซึ่ง

ภูมิคุ้มกันในที่นี้หมายถึงแนวทางการป้องกันผลกระทบที่จะเกิดเป็นความเสียหายต่อชุมชนในอนาคตไม่ใช่ในรูปแบบของตัวเงินเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงสิ่งแวดล้อม เอกลักษณ์ท้องถิ่น เพราะจะเป็นมรดกที่จะต้องส่งต่อไปให้กับคนรุ่นหลังดูแลต่อไป และปัจจัยสำคัญอีก 2 ประการที่ลืมไม่ได้ คือ การใช้องค์ความรู้ หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่นำมาสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และประการสุดท้ายคือการดำเนินการด้วยความซื่อสัตย์และมีคุณธรรม เพื่อให้เกิดความเสมอภาคภายในกลุ่มหรือชุมชน รวมทั้งผู้รับบริการก็จะได้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าด้วยเช่นกัน 

#### บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, กระทรวง. **คู่มือการท่องเที่ยวที่พักรีสอร์ทวัฒนธรรมชนบท**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2547.
- การท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, กระทรวง. **โครงการสานสัมพันธ์เครือข่ายชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**. [Online] 2549. <http://www.stou.ac.th/Tourism/Achieve/May/Topic1.html>. [30 พฤษภาคม 2549]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **สรุปการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง จัด Home Stay อย่างไรไม่ให้ผิดทาง**. 25 พฤษภาคม 2544 ณ โรงแรมเมดิสัน ถนนพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร.
- โกมล ขอบชื่นชม. **ชุมชน: ยุทธศาสตร์การพัฒนาชนบทที่ก้าวหน้าและยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2541.
- ดูย ชุมสาย, มล. **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2527.
- ธงชัย สินติวงษ์. **การจัดการ. ครั้งที่ 1**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- พจนา สอนศรี. **คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน Community Based Tourism Handbook**. กรุงเทพมหานคร: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2545.
- ประเวศ วสี. **ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจสังคมและศิลปกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน, 2541.

วิษณุ พลอยศรี. การบริหารจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน: ศึกษากรณีศูนย์การเรียนรู้ชุมชนพลายซ้อย ตำบลโนนก่อ อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2547.

ราชวรมูณี (ประยุทธ์ ปยุตโต), พระ. พุทธธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ด้านสุทธาการพิมพ์, 2529.

เสนห์ จามริก. เศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Subsistence Economy and Sustainable Development). กรุงเทพมหานคร, 2541.

เสาวลักษณ์ เลิศบุศย์ สุรพลชัย. การพัฒนาแหล่งพักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

สุเมธ ตันติเวชกุล. การดำเนินชีวิตในระบบเศรษฐกิจแบบพอเพียงตามแนวพระราชดำริ. มติชนรายวัน (วันที่ 5 ธันวาคม 2541) : 6.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. คู่มือการจัดทำตัวชี้วัดการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร, 2547.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร?. กรุงเทพมหานคร, 2542.

Koontz. H. and O'Donnel, C. Principle of Management: An Analysis of Management Functions. New York: McGraw-Hill Book Company, 1972.

Schemahorn, J. R. Jr. Management. 6 ed. New York: John Wiley & Son, 1999.



## การพัฒนาบุคลากรเพื่อจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านคีรีวง

อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

Developing Personnel for Community-Based Tourism Management at Ban Kiriwong,  
Amphoe Lansaka, Nakhon Si Thammarat

นัยนา ทองศรีเกตุ

ชไมพร พุทธรัตน์

อรดา โอภาสรัตนากอร์

กัญจวรรณ ทองขุนคำ

วิชิต สุขกร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Naiyana Thongsrikate

Chamaiporn Buddharat

Orada Opasrattanakorn

Tippawan Tongkhundum

Wichit Sookkhathon

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

### บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้ประกอบด้วยโครงการย่อย 4 โครงการ คณะผู้วิจัยได้บูรณาการระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน แต่ละโครงการได้จัดเวทีการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยแต่ละเวทีได้สร้างกระบวนการคิดและวิเคราะห์สถานการณ์และเหตุการณ์ต่างๆ ร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ และนำความรู้ไปแก้ปัญหา (ปฏิบัติการ) ซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของโครงการวิจัย การจัดเวทีประชุมแต่ละครั้งได้เชิญกลุ่มที่มีส่วนร่วมโดยตรง คือ กลุ่มกรรมการที่รับผิดชอบการจัดการท่องเที่ยว และกรรมการกองทุนหมู่บ้าน หมู่ 5 บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งกลุ่มที่มีส่วนร่วมทางอ้อม ซึ่งหมายถึงชาวบ้านทั่วไปในชุมชนมาประชุมร่วมกัน นอกจากนี้ในการประชุมแต่ละครั้งมีการจัดกระบวนการประชุมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการ เนื้อหาที่ต้องการคำตอบ จากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ 2 ประเด็น คือ 1. การพัฒนาการสอนภาษาอังกฤษของบุคลากรที่รับผิดชอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนพบว่า การสอนภาษาอังกฤษจะต้องเกิดจากความต้องการของชุมชนและเนื้อหาที่สอนต้องตรงกับสิ่งที่ชุมชนต้องใช้จริงในการปฏิบัติงาน 2. การพัฒนาระบบตรวจสอบตนเองของกองทุนหมู่บ้าน หมู่ 5 พบว่าหนี้สินคือปัญหาหลักและจะเป็นวงจรไม่ดี เพื่อที่จะบรรเทาเป้าหมายการสร้างเสริมความเข้มแข็ง ด้านวินัยทางการเงินแก่สมาชิก คณะกรรมการฯ จำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนบทบาทของตนเองจากการเป็นผู้รับ-จ่ายเงินและสร้างแรงกดดันให้สมาชิกจ่ายเงินกู้คืนไปเป็นผู้ให้คำปรึกษาทางการเงินด้วย

## Abstract

This study was done through a set of 4 research projects. The model integrated qualitative and participatory action research methods using community involvement. At each meeting the researchers, community leaders and locals discussed and analyzed the situations and problems, and then used the combined knowledge to solve particular problems as they went along. During the process the community leader who works in community based tourism used the following models. 1. The English learning models for personnel who work in community based tourism was derived from the locals needs and the language used was relevant to their working situations. 2. The Village Fund Committee conducted self monitoring and evaluation to monitor the efforts of the fund committee and develop a fund database. The result showed that debt is a major problem. The village fund committee changed their role from being a cashier to being a financial advisor.

## คำนำ

ชุมชนบ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในหุบเขาของเทือกเขาหลวง มีลำน้ำไหลผ่านหลายสาย ลำน้ำเหล่านี้เป็นต้นน้ำของแม่น้ำที่สำคัญหลายสายของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ไหลออกทะเลสู่อ่าวไทย ทางทิศตะวันออกของคาบสมุทรไทยหรือคาบสมุทรสยาม (Thai or Siam Peninsula) บริเวณปากแม่น้ำปากพนัง

สภาพธรรมชาติของชุมชนบ้านคีรีวงมีความเหมาะสมในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเป็นจุดเริ่มต้นของการเดินทางขึ้นสู่อุทยานแห่งชาติ

เขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อีกทั้งชาวบ้านยังมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงในด้านการพึ่งตนเอง และการบริหารจัดการชุมชนอย่างเป็นระบบ ทำให้มีผู้สนใจเข้าไปศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม และการจัดการในชุมชนแห่งนี้เป็นจำนวนมาก กระทั่งมีการเริ่มการจัดการท่องเที่ยวขึ้นโดยองค์การบริหารส่วนตำบล ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีทั้งการเดินป่าขึ้นยอดเขาหลวง และการจัดที่พักรับรองนักท่องเที่ยวแบบนอนบ้าน (home stay)

ปี พ.ศ. 2538 ชุมชนบ้านคีรีวงเป็นที่รู้จักของคนภายนอกในเรื่องกลุ่มออมทรัพย์ที่เข้มแข็ง และเริ่มมีการพัฒนาอาชีพเสริมเพื่อการอนุรักษ์ เช่น การทำผ้ามัดย้อมจากสีธรรมชาติภายใต้ชื่อ “กลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง” การขยายตลาดเรื่องทุเรียนกวนห่อกาบหมากภายใต้ชื่อ “กลุ่มทุเรียนกวนบ้านคีรีวง” ต่อมาเมื่อกลุ่มอาชีพเสริมเกิดขึ้นอีกหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มไม้ทำผ้ามัดย้อมจากสีธรรมชาติ กลุ่มบ้านสมุนไพร กลุ่มจักสานบ้านคีรีวง กลุ่มไวน์ กลุ่มลายเทียน เป็นต้น ซึ่งการเกิดและเติบโตของกลุ่มต่างๆ เหล่านี้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพัฒนาการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง

การท่องเที่ยวบ้านคีรีวงมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของตนที่แตกต่างจากที่อื่น จึงเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยว แหล่งศึกษาดูงาน และแหล่งผลิตสินค้าที่มีจุดเด่นเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน

ต่อมาในปี พ.ศ. 2545-2546 ผู้วิจัยร่วมกับชุมชนทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “โครงการพัฒนาระบบมาตรฐานคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนบ้านคีรีวง อำเภอลานสกา

จังหวัดนครศรีธรรมราช” เป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นศึกษาสภาพปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านคีรีวงที่ผ่านมา ศึกษาการพัฒนาศักยภาพของผู้นำ ศึกษาแนวทางในการพัฒนาระบบมาตรฐานคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชนโดยยึดชุมชนเป็นหลักในการศึกษาและศึกษาความพร้อมและความต้องการของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมกับชุมชน ผลการวิจัยปรากฏว่า ปัญหาด้านการจัดการท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการแก้ไข แต่การพัฒนาศักยภาพของผู้นำสามารถกระทำได้ด้วยการใช้วิธีการจัดเวทีการประชุม โดยทีมวิจัยชุมชนเป็นผู้ดำเนินกระบวนการเวทีที่สามารถดึงเอาจุดเด่นที่มีในตัวบุคคลออกมาใช้ประโยชน์ อันเป็นการยกระดับการพัฒนาที่เริ่มจากกลุ่มที่พอจะมีศักยภาพอยู่บ้างแล้วให้เกิดการพัฒนาในระดับที่สูงขึ้น นอกจากนี้กระบวนการจัดเวทียังเน้นการร่วมมือ การร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมปฏิบัติของแกนนำและสมาชิกของกลุ่มที่อยู่กับปัญหาของชุมชนอย่างแท้จริงจนเกิดกระบวนการเรียนรู้ องค์กรความรู้ และสร้างขีดความสามารถให้แก่แกนนำสมาชิกในการแก้ปัญหาอย่างแท้จริงและต่อเนื่อง

ตั้งแต่ก่อตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวงจนถึงปัจจุบันผ่านมา 11 ปี (พ.ศ. 2539-2550) มีการเปลี่ยนแปลงการบริหารงานแทบจะตลอดเวลา ในขณะที่มีคำถามเรื่องคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีคุณภาพนั้น ภาษาเป็นเรื่องสำคัญที่ทำให้การบริการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวมีความเข้าใจถูกต้องชัดเจนและเข้าใจตรงกันและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมมีความกลมกลืนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อการตลาดการท่องเที่ยวอีกด้วย ในกรณีการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาษาจึงมีความสำคัญในการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนต่างภาษา ต่างวัฒนธรรม

ไม่ว่าแม้แต่ภาษาไทยในชุมชนชาวไทยภูเขาหลายแห่งที่ยังมีปัญหา หรือในชุมชนที่ต้องการรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พวกเขาต่างเรียกร้องให้มีการสอนและเรียนรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น ในกรณีของบ้านคีรีวง ภาษาเป็นปัญหาสำคัญอย่างหนึ่ง โดยที่บ้านคีรีวงมีชื่อเสียงมากในอดีตและถูกแนะนำใน Lonely Planet ตั้งแต่ปี ค.ศ.1999 ทั้งนี้การที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปในหมู่บ้าน ทำให้ผู้วิจัยต้องอาสาเป็นไกด์ชั่วคราวเป็นลุ่มช่วยประสานงานทำให้การท่องเที่ยวในระดับชุมชนสามารถขยายตลาดและตลอดจนนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนต่างภาษามีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมได้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญด้านภาษาอังกฤษ ไม่น้อยกว่าด้านการบริหารจัดการและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

เมื่อชุมชนดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวมาไ้ระยะหนึ่ง จำเป็นต้องมีการติดตามความก้าวหน้าและการประเมินผล เพื่อตรวจสอบผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจหรือด้านสังคม ชุมชนบ้านคีรีวงสนใจที่จะติดตามความก้าวหน้าและการประเมินผลทางด้านเศรษฐกิจ โดยเลือกที่จะตรวจสอบกองทุนหมู่บ้าน หมู่ 5 บ้านคีรีวง วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือการแนะนำให้ชุมชนรู้จักแนวคิดการติดตามความก้าวหน้าและการประเมินผลด้วยเหตุผลเบื้องหลังว่า แนวคิดนี้ สามารถหนุนเสริมการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืนของชาวบ้านได้ ความตั้งใจของโครงการคือ การเปลี่ยนทัศนคติของชาวบ้านเกี่ยวกับการติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลโครงการโดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการติดตามความก้าวหน้าและการประเมินผล

การติดตามความก้าวหน้าและการประเมินผลเป็นเครื่องมือที่สะท้อนผลการปฏิบัติจริง เป็นเครื่องมือที่มีลักษณะคล้ายกับกระจกเงาที่สะท้อน

ความจริง เพื่อช่วยวิเคราะห์และพัฒนาว่า ชุมชน และสิ่งที่กำลังทำอยู่ยังเป็นไปในทิศทางที่ตั้งใจไว้ แต่ต้นเพื่อบรรลุเป้าหมายหรือไม่เพียงไร เปรียบเสมือนการดูตนเองในกระจกเงา การสะท้อนกลับของกระจกเงาสามารถบอกสภาพการแต่งตัวว่าเป็นเช่นไร ทำให้ตัดสินใจแต่งกายได้อย่างเหมาะสม

การติดตามความก้าวหน้าโดยชุมชนส่งเสริมความสามารถของชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว โดยชุมชน (Community-Based Tourism : CBT) หลายแนวทางด้วยกัน อย่างเช่น สมาชิก CBT สามารถติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานของตนเองได้และสมาชิก CBT สามารถประเมินผลลัพธ์และเปรียบเทียบกับเป้าหมาย นอกจากนี้ การประเมินดังกล่าวข้างต้นได้พิจารณาบริบทชุมชนและการจัดการทรัพยากรที่มีลักษณะเป็นพลวัตรด้วย

จากข้อมูลและประสบการณ์ข้างต้น คณะผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่าหากสามารถพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษการติดตามความก้าวหน้าและการประเมินผลเพื่อเติมเต็มศักยภาพในส่วนอื่นๆ ที่เป็นจุดแข็งเดิมให้กับผู้นำชุมชนคีรีวงแล้วจะสามารถช่วยหนุนเสริมให้ชุมชนแห่งนี้พัฒนาเข้าสู่การเป็นชุมชนต้นแบบด้านการจัดการท่องเที่ยวและชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Knowledge-Based Society) เพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้อีกชุมชนหนึ่ง ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำชุดงานวิจัยชื่อ การพัฒนาบุคลากรเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช (Developing Personnel for Community-Based Tourism Management at Ban Kiriwong, Amphoe Lansaka, Nakhon Si Thammarat) ซึ่งมีโครงการย่อย 4 โครงการดังนี้

1. ชื่อโครงการ : การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้นำชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

Developing Community Leader's English Proficiency for Community-Based Tourism at Ban Kiriwong, Amphoe Lansaka, Nakhon Si Thammarat

หัวหน้าโครงการ : นางสาวไมพร พุทธิรัตน์ (อาจารย์โปรแกรมวิชาภาษาอังกฤษสายศิลป-ศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช)

2. ชื่อโครงการ : การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับเจ้าของบ้านพักแบบ โฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

Developing Homestay Host's English Proficiency for Community-Based Tourism at Ban Kiriwong, Amphoe Lansaka, Nakhon Si Thammarat

หัวหน้าโครงการ : นางสาวอรดา โอภาสรัตนกร (อาจารย์โปรแกรมวิชาภาษาอังกฤษสายศิลปศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช)

3. ชื่อโครงการ : การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

Developing Local Tour Guide's English Proficiency for Community-Based Tourism in Ban Kiriwong, Amphoe Lansaka, Nakhon Si Thammarat

หัวหน้าโครงการ : นางทิพวรรณ ทองขุนดำ (อาจารย์โปรแกรมวิชาภาษาอังกฤษสายศิลป-ศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช)

4. ชื่อโครงการ :การพัฒนาระบบตรวจสอบตนเองแบบออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคิ่ววัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

Developing Online Self Monitoring System for Community-Based Tourism at Ban Kiriwong, Amphoe Lansaka, Nakhon Si Thammarat

หัวหน้าโครงการ : นายวิจิต สุขทร (อาจารย์โปรแกรมวิชาคอมพิวเตอร์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช)

### เครื่องมือและวิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ด้วยการผสมผสานแนวคิดการจัดการชุมชนและการเรียนรู้ปัญหาของชุมชนเข้าด้วยกัน โดยมีกระบวนการหลัก ดังนี้

1. การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและคือนักวิจัยชุมชนท้องถิ่น 4 ทีม เข้าร่วมเป็นทีมวิจัยชุมชนขั้นตอนนี้เป็นสร้างความร่วมมือกับชุมชนแบบหุ้นส่วนเพื่อสร้างความร่วมมือร่วมใจให้เกิดความเข้าใจในบริบทงานวิจัยโดยการพบปะ

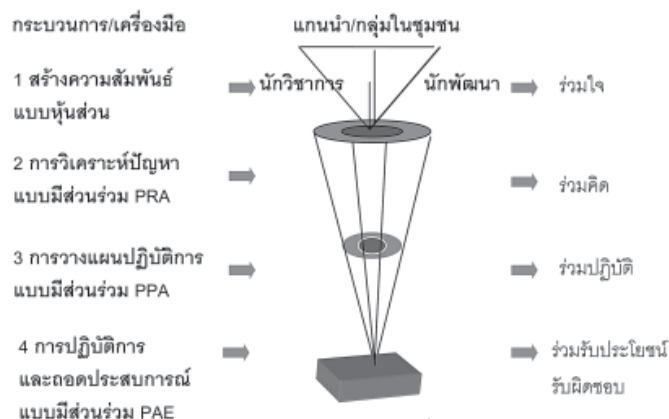
กับชุมชนอย่างไม่เป็นทางการ

2. การวิเคราะห์ปัญหาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Rural Appraisal : PRA) เป็นการประชุมร่วมกันเพื่อวิเคราะห์ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว สาเหตุและแนวทางแก้ไขปัญหาย่อยอย่างเป็นระบบ

3. การวางแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Planning for Action : PPA) โดยจัดการประชุมกับกลุ่มคนในชุมชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อวิเคราะห์ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยววิธีแก้ปัญหาย่อยอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะนำไปสู่แผนปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม ขั้นตอนนี้เป็นสร้างข้อผูกพันและพันธะสัญญาในการทำงานร่วมกัน

4. การปฏิบัติและถอดประสบการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participatory Action and Evaluation : PAE) เป็นการปฏิบัติการตามแผนที่กำหนดไว้และร่วมกันสรุปบทเรียนทั้งที่เป็นความสำเร็จและความล้มเหลวของการทำงาน เพื่อค้นหาความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการแก้ไขปัญหา ความรู้เกี่ยวกับปัญหา และความสามารถของหุ้นส่วนในการแก้ไขปัญหา (ดูแผนภูมิที่ 20)

ภาพ 20 กระบวนการและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม



ที่มา : สิทธิณัฐ ประพุทธนิติสาร, 2545 : 80

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. คณะผู้วิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้คณะผู้วิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญ และในกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่คณะผู้วิจัยมีบทบาทเป็นวิทยากรกระบวนการนั้นเป็นงานที่ค่อนข้างยาก เพราะเป็นงานเปลี่ยนความคิด ในการที่จะทำให้คนในองค์กรมองเห็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรหันมาสนใจให้ความสำคัญ ร่วมมือกันและเกิดพันธสัญญาร่วมกันในการแก้ปัญหาของตนเองและองค์กร ดังนั้น นักวิจัยที่ทำ PAR จึงต้องมีทักษะที่กว้างและเป็นทักษะที่แตกต่างจากงานวิจัยแบบดั้งเดิมที่ผู้ร่วมวิจัยไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการวิจัย โดยทักษะที่ต้องการได้แก่ 1) ทักษะส่วนบุคคลในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ 2) ทักษะในการเป็นวิทยากรกระบวนการ (facilitative skill) เพื่อกระตุ้นให้กลุ่ม บุคคลได้แสดงออกทางความคิด 3) ทักษะในการตั้งคำถามและสะท้อนคิด 4) ทักษะในการฟัง การสื่อสาร และสังเกตสิ่งต่าง ๆ 5) ทักษะในการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ ฝึกการรับรู้ความรู้สึกของคน ช่วยให้คณะผู้วิจัยสามารถเข้าใจผู้อื่น นอกเหนือจากทักษะการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและการจัดการกับข้อมูล ดังนั้นเพื่อให้คณะผู้วิจัยสามารถเป็นเครื่องมือที่เที่ยงตรง และสามารถดำเนินการวิจัยในฐานะวิทยากรกระบวนการได้คณะผู้วิจัยจึงมีการเตรียมตัวก่อนทำงานในภาคสนาม คือ

(1) เตรียมความพร้อมตนเองเพื่อให้สามารถเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเอกสารและเข้าร่วมวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับทีมวิจัยหลายทีม

(2) เรียนรู้การเป็นวิทยากรกระบวนการ คณะผู้วิจัยได้พัฒนาทักษะการเก็บข้อมูล การประชุมกลุ่มย่อย การเป็นวิทยากรเพิ่มเติมในระหว่างการทำงานภาคสนาม นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังเรียนรู้เพิ่มเติมจากตำราต่าง ๆ เช่น Facilitator's Guide to Participatory Decision Making ของ Sam Kaner และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตสรุปเป็นองค์ความรู้แล้วนำไปทดลองปฏิบัติใหม่ และประเมินการเรียนรู้ของตนเองตลอดเวลาการทำงาน โดยบันทึกข้อเท็จจริงที่พบเห็นแยกออกจากความรู้สึก แล้วนำมาทบทวนเพื่อประเมินความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นระยะ คณะผู้วิจัยเรียนรู้ความบกพร่องในการทำงานแต่ละครั้ง ปรับปรุงการทำงานครั้งต่อไปจนสามารถฝึกทักษะวิทยากรกระบวนการเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ จนเกิดความมั่นใจในการทำงานภาคสนาม ทำให้เข้าใจกระบวนการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่และการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนและใช้กระบวนการนี้ในการทำวิจัยตลอดกระบวนการ

2. ทีมวิจัยชุมชน ทีมวิจัยชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญ หลังจากการสร้างสัมพันธภาพแบบหุ้นส่วนระยะเวลาหนึ่งแล้ว เริ่มมีกลุ่มบุคคลที่สนใจในการแก้ปัญหา 4 กลุ่ม คณะผู้วิจัยจึงได้เตรียมความพร้อมของทีมวิจัยผู้เข้าร่วมวิจัยดังนี้

(1) ชี้แจงวัตถุประสงค์ วิธีการ และระยะเวลาในการวิจัย

(2) เผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับวิจัยแบบมีส่วนร่วม เทคนิคการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม การจัดบันทึกภาคสนามตามความเหมาะสม

(3) ร่วมกันกำหนดข้อตกลงในการร่วมกันทำงาน และนัดหมายพบปะเพื่อวางแผนกระทำกิจกรรมร่วมกันต่อไป

3. การบันทึกภาคสนามการจดบันทึกเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บข้อมูลเพื่อทำให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้การบันทึกภาคสนามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดเวทีการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ซึ่งคณะผู้วิจัยจะจดบันทึกสิ่งที่สังเกตได้ตามความเป็นจริงภายใน 24 ชั่วโมง หลังจากทำการเก็บข้อมูลและทำการบันทึกทุกวัน เมื่อคณะผู้วิจัยสามารถสร้างสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนได้แล้ว จึงมีโอกาสดำเนินการตรวจสอบข้อมูลเพื่อความถูกต้องของข้อมูลมากยิ่งขึ้น

4. การบันทึกประจำวัน เป็นเครื่องมือที่คณะผู้วิจัยใช้เพื่อการทบทวนความทรงจำเกี่ยวกับขั้นตอนกระบวนการ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตลอดการศึกษาและใช้เป็นข้อมูลในการประเมินตนเองเพื่อนำไปสู่การพัฒนาตนเองในเรื่องเทคนิค และกระบวนการวิจัย

5. อุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระบบการตรวจสอบตนเองแบบออนไลน์โดยการพัฒนาระบบ ออกแบบระบบในส่วนของการตรวจสอบความสอดคล้อง การป้อนข้อมูล การแสดงผล และฐานข้อมูลของระบบ สร้างและพัฒนาระบบการตรวจสอบตนเองแบบออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทดสอบและปรับปรุงระบบให้พร้อมใช้งาน เตรียมการอบรมและผลิตคู่มือการใช้งาน ติดตั้งระบบเพื่อนำมาใช้งานจริง จัดอบรมการใช้ระบบ เก็บข้อมูล และบันทึกข้อมูลเข้าระบบ

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

##### 1. แหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งแหล่งข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ มาจาก 3 แหล่ง คือ ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) โดยสังเกตการณ์การทำงานของกรรมการกองทุนหมู่บ้านคี๊ว การเรียนการสอนภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้นำเข้าของบ้านพักแบบโฮมสเตย์และมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่เน้นการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) โดยมีเค้าโครงการสัมภาษณ์ ทั้งสัมภาษณ์เดี่ยวและสัมภาษณ์กลุ่ม และข้อมูลจากการจัดเวที รวมทั้งการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ โดยการใช้เทปบันทึกเสียง

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลจากการรวบรวมเอกสารท้องถิ่น วิทยานิพนธ์ รายงานการสัมมนา รายงานวิจัย บทความและข้อเขียนต่างๆ โดยข้อมูลทุติยภูมินี้จะมีการประเมินความน่าเชื่อถือ ด้วยการตรวจสอบกับหลักฐานข้อมูลอื่นด้วย

##### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูลตลอดระยะเวลาที่ศึกษาเพื่อศึกษาความคิดเห็น การปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการองค์การกองทุนหมู่บ้านคี๊ว และการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อบุคลากรที่จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคี๊ว รวมทั้งประเมินความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น วิธีการที่ใช้ประกอบด้วยการสัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระบบตรวจสอบตนเองแบบออนไลน์ และสื่อการสอนภาษาอังกฤษแก่กลุ่มบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์ เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสนทนาแบบมีวัตถุประสงค์ ในการทำงานให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเล่าเรื่อง ประสบการณ์

ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องที่คณะผู้วิจัยสนใจศึกษา โดยคณะผู้วิจัยจะทำหน้าที่ในการป้อนคำถาม เพื่อกระตุ้นให้ผู้ให้ข้อมูลเล่าเรื่องได้อย่างเป็น ธรรมชาติและรับฟังเรื่องราวเหล่านั้น พบว่าการ สทนหาอย่างไม่เป็นทางการทำให้ได้ข้อมูลและ ข้อเท็จจริงมากกว่าการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ

2.2 การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) ในการศึกษาครั้งนี้ในระยะแรกใช้การ สนทนากลุ่มในการศึกษาความคิดเห็นการปฏิบัติ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ ใน ระยะต่อมาประยุกต์ใช้ในการระดมสมอง ประเมิน ผลการถอดบทเรียนคณะผู้วิจัยนำไปให้ผู้ให้ ข้อมูลตรวจสอบอีกครั้งตามความเหมาะสมใน ภายหลัง ในการศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัยจัดให้มี การสนทนากลุ่มโดยมีการวางแผนล่วงหน้า โดย การสนทนาแต่ละครั้งมีผู้ร่วมสนทนาครั้งละ ประมาณ 6 - 10 คน ดำเนินการกับกลุ่มที่มีความ สนใจที่จะแก้ปัญหาร่วมกันร่วมกันเพื่อทำ แผนกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการของกองทุนหมู่บ้าน ศีรีวง แผนจัดการเรียนการสอนภาษาแก่นุคลากร ที่จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การสนทนามี บรรยากาศที่สบาย โดยคณะผู้วิจัยและทีมงาน ทำหน้าที่เป็นผู้คอยกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่ม ทุกคนได้แสดงความคิดเห็น ในขณะที่สนทนากลุ่ม ทีมผู้วิจัยจดบันทึกและสังเกตพฤติกรรมที่เกิดขึ้น

2.3 การจัดเวทีและกิจกรรมกลุ่ม การจัด เวทีเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก ในการ จัดเวทีแต่ละครั้งคณะผู้วิจัยจะทำบทบาทเป็น วิทยากรกระบวนการร่วมกับนักวิจัยชุมชนมีหน้าที่ ในการดำเนินการและควบคุมการดำเนินเวทีให้ เป็นไปด้วยดี คณะผู้วิจัยและทีมงานเป็นผู้กระตุ้น ให้สมาชิกทุกคนได้แสดงความคิดเห็นตามประเด็น ที่ต้องการศึกษาเป็นหลัก

สรุปในการศึกษาค้นครั้งนี้คณะผู้วิจัยใช้วิธีการ เก็บข้อมูล 3 วิธีตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ กล่าวคือ ในช่วงแรกของการวิจัยจะใช้การ สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการ จัดการกองทุนหมู่บ้าน ศีรีวงและบุคลากรที่ จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนคำถามที่ใช้เน้น ประเด็นการทำงาน ปัญหาอุปสรรคและความ ต้องการการพัฒนา ช่วงต่อมาจึงทำการสนทนา กลุ่มเพื่อตรวจสอบข้อมูลและเติมข้อมูลให้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น การสนทนากลุ่มทำใน 2 ลักษณะ คือ สนทนากลุ่มกับผู้ที่มีความสนใจร่วม และ สนทนากลุ่มเพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แล้วจึงจัดเวทีเพื่อระดมสมองในการประชุมเชิง ปฏิบัติการ สุดท้ายคือการสังเกต แบบมีส่วนร่วม มีการสัมภาษณ์เจาะลึกเพิ่มเติมเพื่อหาประเด็นที่ ขาดความลึก และความสมบูรณ์ของข้อมูลเพื่อ เป็นการตรวจสอบข้อมูล

2.4. การศึกษาเอกสารคณะผู้วิจัยใช้ข้อมูล เอกสารเกี่ยวกับชุมชนบ้าน ศีรีวงกับการตรวจสอบ ตนเองแบบออนไลน์ และกองทุนหมู่บ้าน ศีรีวง และบุคลากรที่จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็น ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญเกี่ยวกับประวัติศาสตร์การ ดำเนินงานนโยบายที่เกี่ยวข้อง เป็นการตรวจสอบ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มใน ประเด็นที่ศึกษา และเป็นข้อมูลเพื่อสนับสนุน การอธิบายบริบทวัฒนธรรมองค์กร โครงสร้าง การบริหาร การจัดการบริหาร การดำเนินงาน ของทั้ง 2 องค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา นั้น เป็นการวิเคราะห์ตีความจากข้อมูลที่ได้จาก การศึกษาในภาคสนามและจากโปรแกรม คอมพิวเตอร์ระบบการตรวจสอบตนเองแบบ ออนไลน์ ข้อมูลจากการเรียนภาษาอังกฤษของ กลุ่มบุคลากรที่จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ได้ข้อสรุปชั่วคราวจึงนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับทฤษฎีหรือแนวคิดที่มีอยู่ในประเด็นนั้น การตรวจสอบข้อมูลในภาคสนามและการทบทวนวรรณกรรมจนทำให้ได้ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล ดังนี้

(1) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลายอันได้แก่ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมการเก็บข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระบบการตรวจสอบตนเองแบบออนไลน์ การจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษแก่นักบุคลากรที่จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์ครบถ้วน

(2) ให้เจ้าของข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ทุกครั้งที่มีการเก็บข้อมูลหรือก่อนนำเสนอ คณะผู้วิจัยจะให้เจ้าของข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งคณะผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากเจ้าของข้อมูลทุกท่านเป็นอย่างดี

(3) ใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นอย่างละเอียดด้วยวิธีการพรรณนาภาพองค์การที่เกิดขึ้นอย่างละเอียดทุกแง่มุม ทั้งข้อมูลด้านกายภาพ สังคมและวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจและมองเห็นภาพบริบทขององค์การได้อย่างชัดเจน

### ผลการศึกษา

ผลการวิจัยที่ได้ สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

ประเด็นที่ 1 กระบวนการพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากรที่จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มต่างๆ ได้แก่ กลุ่มผู้นำ กลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ และกลุ่มมัคคุเทศก์ท้องถิ่นของชุมชนบ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบข้อสรุปดังนี้

ภาษาอังกฤษทั่วไปสำหรับผู้นำชุมชนมีเนื้อหา ดังนี้

1. Greetings, Saying Goodbye
2. Polite Words and Sentences, Replies
3. Apologizing, Miscellaneous
4. Day and Time, Colors, Numbers
5. Emotions and Expression
6. Cost and Price
7. Asking and Giving Directions
8. Places Location and Distance

เนื้อหาภาษาอังกฤษเฉพาะกิจในการประสานงานในศูนย์ได้แก่

9. Fruit, Vegetables, Tastes
10. Restaurants in Kiriwong
11. What to order?
12. A brief Introduction to Kiriwong
13. Career groups in Kiriwong
14. Kiriwong Information Center
15. Fees for Visiting Kiriwong (ชไมพร พุทธิรัตน์, 2551)

ภาษาอังกฤษเฉพาะสำหรับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น มีเนื้อหา ดังนี้

1. การทักทาย (Greetings)
2. การบอกเวลา (Telling Time)
3. การบอกทิศทาง (Giving Directions)
4. การอธิบายสถานที่ท่องเที่ยว (Explaining Tourist Attractions)

5. การบรรยายพันธุ์ไม้ (Explaining Plants on Khao Luang)

6. ข้อตกลงก่อนขึ้นเขา (General Agreements)

7. การบอกอารมณ์และความรู้สึก (Expressing Feelings and Emotions) (ทิพวรรณ ทองขุนคำ, 2551)

ภาษาอังกฤษสำหรับเจ้าของบ้านพักแบบโฮมสเตย์

1. Greetings and Introductions
2. Welcoming at a Home Stay
3. Talking and Asking about Food
4. Talking about Fruits and Food
5. Suggesting Activities
6. Asking and Telling Time
7. Things for Sleeping
8. Using a Bathroom
9. Asking and Telling Directions
10. Dos and Don'ts in Kiriwong
11. Helping Tourists with Health Problems
12. Apologizing
13. Saying Thank You and Good Bye (อรดา โอภาสรัตนกร, 2551)

กระบวนการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของบุคลากรทางการท่องเที่ยวเป็นดังนี้

1. เนื้อหาที่ต้องการเรียนเป็นภาษาอังกฤษที่จำเป็นต้องใช้จริง
2. บรรยากาศในการเรียน มีบรรยากาศที่

เป็นกันเอง แบบสบายๆ ไม่ต้องการประเมินแต่จะประเมินตนเองโดยการสื่อสารกับชาวต่างประเทศว่าสามารถสื่อสารได้จริงหรือไม่

3. สื่อการสอน ต้องการให้เป็นรูปแบบของเอกสารที่พกพาได้ มีเนื้อหาครอบคลุมสิ่งที่จะพูด หากเนื้อหายาวๆ ต้องการให้มีภาษาไทยกำกับและสำหรับการฝึกสื่อสารต้องการให้ทำซีดีประกอบบทเรียนเพื่อการฝึกฝนด้วยตนเอง

4. หยุดเรียนเพื่อทบทวนบทเรียน 3 เดือน หลังจากการเรียนการสอนไปได้ระยะหนึ่ง ผู้เรียนต้องการเวลาที่จะทบทวนบทเรียนและฝึกฝนด้วยตนเอง ประกอบกับเป็นช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร ผู้เรียนจึงตกลงร่วมกับผู้สอนว่าจะขอเวลาหยุดพัก 3 เดือน เพื่อฝึกฝนด้วยตนเอง และนำภาษาที่เรียนไปทดลองใช้ในสถานการณ์จริง

การสอนในระยะที่ 2 หลังจากฤดูเก็บเกี่ยวแล้วผู้เรียนได้นัดหมายกับผู้สอนเพื่อเรียนภาษาต่อไป ในระยะนี้เป็นระยะที่ผู้เรียนขอปรับบทเรียนบางตอน ใส่เนื้อหาเพิ่มเติม เปลี่ยนกลวิธีในการสอน เพราะหลังจากหยุดเรียนรอบแรกแล้วผู้เรียนได้ทดลองใช้ภาษาในสถานการณ์จริงพบว่าบางครั้งยังติดขัดช่วงหลังจึงมักจะเป็นการสะท้อนความคิด ปรับสื่อการสอนให้สอดคล้องกับการนำไปใช้ในชีวิตจริง

ประเด็นที่ 2 การพัฒนาระบบตรวจสอบตนเองแบบออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกองทุน หมู่ 5 บ้านศรีวัง การแนะนำให้ชุมชนรู้จักแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ระบบตรวจสอบตนเองแบบออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีเหตุผลเบื้องหลังว่าแนวคิดนี้สามารถหนุนเสริมการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืนของชาวบ้านได้ ความตั้งใจของโครงการคือ การเปลี่ยนทัศนคติของชาวบ้านเกี่ยวกับ การติดตามความก้าวหน้า

และประเมินผลงานด้วยตนเอง( Self - monitoring & Self - evaluation ) จาก “การมองหาคนทำผิด “ ไปเป็นการเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการการติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลงานด้วยตนเอง และส่งเสริมทักษะพื้นฐาน ตลอดจนนิสัยการจดบันทึก และการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบให้กับชาวบ้าน

ในปีที่ผ่านมาชุมชนศรีวังประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ เนื่องจากมีฝนตกอย่างต่อเนื่องเกือบตลอดปีจนไม่ผลที่ปลูกไม่ให้เกิดผลผลิต ในขณะที่คนหลายคนหันไปประกอบอาชีพอื่นก็มีหลายคนเลือกทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งนับเป็นแหล่งรายได้ที่ดีแห่งหนึ่ง และในความเป็นจริงแล้วการท่องเที่ยวก็เป็นแหล่งรายได้หลักของหลายครอบครัวนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้หลั่งไหลเข้ามาในชุมชนศรีวังเพื่อศึกษาความสำเร็จของการพัฒนา

การดำเนินการกองทุนหมู่บ้านไม่ได้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวจนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2548 คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านได้แสดงให้เห็นถึงความสนใจของพวกเราที่อยากทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืน และหวังว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะช่วยทำให้พวกเขามีความมั่นคงทางเศรษฐกิจมากขึ้น เมื่อผลประกอบการด้านการเกษตรมีปัญหาด้านราคาขาย

ผลจากการวิเคราะห์ของชาวบ้านศรีวังพบว่า การจะทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนนั้นชุมชนต้องพึ่งพาแหล่งทรัพยากรภายในมากกว่าภายนอก แม้ว่าเงินหนึ่งล้านบาทจากรัฐบาลจะเป็นการสนับสนุนในระยะเริ่มต้น แต่ชุมชนศรีวังก็นำเอารูปแบบบางอย่างของกลุ่มออมทรัพย์ที่ได้ผลมาปรับใช้เพื่อการบริหารจัดการกองทุนนี้ด้วย เช่น การให้สมาชิกฝากเงินสัจจะออมทรัพย์เพื่อให้สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกองทุนนี้

และแยกเงินสัจจะออมทรัพย์ให้สมาชิกกู้ฉุกเฉิน

หลังจากการประเมินปัญหาในตอนแรก พบว่ามีข้อมูลหลายอย่างที่มิได้เก็บรวบรวมหรือไม่ได้จัดระบบข้อมูลทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของสมาชิกได้ เช่น พวกเขาใช้จ่ายเงินกู้และจ่ายคืนเงินกู้ได้อย่างไร คณะกรรมการจัดการกองทุนอย่างไร และทำไมกองทุนหมู่บ้านจึงไม่สามารถแก้ปัญหาในแหล่งทุนในการพัฒนาชุมชน

การประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกิดขึ้นหลายครั้งเพื่อสร้างความเข้าใจว่า การติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลงานด้วยตนเองของกองทุนหมู่บ้านเป็นสิ่งที่ชาวบ้านต้องการ ได้มีการอธิบายความแตกต่างระหว่างการติดตามความก้าวหน้าและการประเมินผล ข้อสรุปตอนแรกคือพวกเขาต้องการประเมินว่า กองทุนหมู่บ้านสามารถทำตามวัตถุประสงค์ที่รัฐบาลวางไว้หรือไม่ แล้วติดตามความก้าวหน้า ความพยายามของคณะกรรมการในการปรับปรุงสถานการณ์การเงินของสมาชิก การพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคณะกรรมการใน

การประเมินผลสำเร็จของกองทุนหมู่บ้านเกิดขึ้นหลายครั้ง คณะทำงานช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการประเมินผลโดยให้พวกเขาอธิบายเป้าหมายของกองทุนหมู่บ้าน พวกเขาอธิบายว่า

- \* เพื่อส่งเสริมระเบียบวินัยทางการเงินที่ดีและการลงทุนที่มีความยั่งยืน

- \* เพื่อสนับสนุนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนโดยการสอนให้คิดก่อนใช้เงิน

- \* เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน

ขั้นตอนต่อไปคือการประเมินผล คณะทำงานได้ประยุกต์ใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม กึ่ง

โครงสร้าง เพื่อพัฒนาชุดคำถาม แล้วพูดแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างต่อเนื่องกระบวนการติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลงานด้วยตนเอง เกิดขึ้นระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2549 ถึงเดือนมกราคม 2550 พวกเขาสรุปว่าเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมาคณะกรรมการกองทุนยังไม่สามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดได้จึงตัดสินใจเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการรายงานให้สมาชิกกองทุนหมู่บ้านรับทราบ ซึ่งรูปแบบการเปลี่ยนแปลงใหม่มีดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลที่สำคัญซึ่งเป็นข้อมูลที่เหมือนกับการรายงานให้สมาชิกกองทุนหมู่บ้านรับทราบ

2. จัดระบบข้อมูลเกี่ยวกับประวัติการกู้เงินของสมาชิก

3. วิเคราะห์ธรรมชาติของโครงการกู้เงิน เช่น วัตถุประสงค์วินัยทางการเงิน พฤติกรรมของสมาชิกผู้กู้เงิน

4. วิเคราะห์ความสามารถของผู้บริหารจัดการและคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน

เมื่อโปรแกรมเสร็จสมบูรณ์จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มอื่นๆ อีกหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มออมทรัพย์ต่างๆ ในชุมชนนอกจากนี้ การติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลงานด้วยตนเองจะสนับสนุนการบริหารจัดการด้วยความโปร่งใสและธรรมาภิบาลด้วย

จุดเน้นของการสร้างระบบฐานข้อมูล การติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลงานด้วยตนเองของชุมชนคือ การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากสถานการณ์ทางการเงินที่เพิ่งเกิดขึ้น ระบบฐานข้อมูลได้รับการพัฒนาเพื่อช่วยคณะกรรมการกองทุนในการจัดระบบข้อมูลของสมาชิก ตลอดจนวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเงิน

เงินของสมาชิกจากข้อมูลที่คณะกรรมการมีอยู่ และให้ความช่วยเหลือเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ทีมงานชี้ให้เห็นว่าควรวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับปรุงการบริการ เช่น หลังจากคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านร่วมกันประมวลผลทางสถิติเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการกู้เงิน พบว่าสมาชิกร้อยละ 40 ต้องการกู้เงินใหม่ (ผลัดใบ) เมื่อศึกษาเพิ่มเติมก็พบว่า สมาชิกเหล่านี้ยืมเงินจากทุนเงินกู้ ทั้งภายในและภายนอกหมู่บ้าน สมาชิกร้อยละ 15 ต้องการกู้เงินเพื่อนำไปจ่ายหนี้สินอื่น มีสมาชิกเพียงร้อยละ 10 ที่นำไปใช้เพื่อการศึกษา และสมาชิกร้อยละ 5 นำไปสนับสนุนการประกอบอาชีพ

อีกตัวอย่างหนึ่งคือ การจ่ายเงินกู้ พบว่าใน พ.ศ. 2549 มีการจ่ายเงินกู้สูงสุดในเดือนตุลาคมจากการศึกษาเพิ่มเติมพบว่าเดือนสิงหาคมถึงเดือนตุลาคม เป็นช่วงเวลาที่จำเป็นต้องจ่ายเงินกู้ให้กับกองทุนอื่นๆ เช่น ทุนเงินกู้ หรือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ และกองทุนหมู่บ้าน ชาวบ้านต้องกู้เงินจากกองทุนหนึ่งเพื่อไปจ่ายคืนเงินกู้ให้กับอีกกองทุนหนึ่งที่ถึงเวลาต้องจ่าย อย่างไรก็ตาม เมื่อกู้เงินแล้วก็ต้องจ่ายคืน แต่ก็มีเงินกู้ที่ไม่ได้จ่ายคืนจำนวนหนึ่ง และบางคนก็จ่ายเพียงดอกเบี้ยเท่านั้น

การวิเคราะห์ข้างต้นสามารถอธิบายสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของหมู่บ้านได้ว่าหนี้สินคือปัญหาหลักและจะเป็นวงจรไม่ดี หากกองทุนหมู่บ้านไม่สามารถสร้างความเข้มแข็งด้านวินัยทางการเงินที่ดีให้แก่สมาชิก วินัยทางการเงินที่ดีรวมถึงการรับเอาพฤติกรรมออมเงินและการใช้จ่ายเงินที่ชาญฉลาด ตลอดจนการประเมินความเสี่ยงภัยด้านการเงิน การวางแผนที่ดี และวินัยในการใช้จ่ายเงินกู้

ขั้นตอนต่อมาของคณะกรรมการกองทุนคือ

การแสวงหาทางเลือกให้แก่สมาชิก คณะกรรมการกองทุน ให้ความสนใจกับสมาชิกที่ไม่สามารถจ่ายเงินกู้ พวกเขาตั้งคำถามว่าจะทำให้หนี้สินที่ไม่สามารถจ่ายคืนกลายเป็นการกู้เงินคุณภาพได้อย่างไร ในการพิจารณาหนี้ที่มีคุณภาพขนาดเล็ก เช่น การลงทุนเพื่อสร้างรายได้ คณะกรรมการกองทุนต้องสนับสนุนให้สมาชิกลงทุนอย่างชาญฉลาดโดยเชิญวิทยากรมาให้ความรู้ โดยเฉพาะในกิจกรรม และการมีวินัยทางการเงินที่ดี

เพื่อให้บรรลุงานดังกล่าวข้างต้น คณะกรรมการกองทุน จำเป็นต้องเปลี่ยนบทบาทของตนเอง จากการเป็นเพียงผู้รับจ่ายเงินและสร้างแรงกดดันให้สมาชิกจ่ายเงินกู้ เปลี่ยนไปเป็นผู้ให้คำปรึกษาทางการเงิน โดยให้ความช่วยเหลือในตอนเริ่มต้นทำโครงการ การดำเนินงานเพื่อสร้างรายได้ และให้คำปรึกษาการทำธุรกิจ นอกจากนี้วิธีการเก็บรวบรวมเงินกู้ควรจะทำอย่างมีไม่ตริจิตและด้วยความเห็นอกเห็นใจมากขึ้น

จากการประเมินการติดตามความก้าวหน้า และการประเมินผลงานด้วยตนเองของชุมชน ศีร์วงพบว่า มีบทเรียนที่หลากหลาย ในตอนแรก คณะกรรมการกองทุนต้องการประเมินผลโดยสมาชิกในชุมชน ว่าการทำงานของพวกเขารบรรลุเป้าหมายกองทุนหมู่บ้านหรือไม่ คณะกรรมการกองทุน สรุปว่ากองทุนหมู่บ้านยังไม่สามารถดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายได้ในเร็ววัน พวกเขาจึงหันไปพัฒนาเครื่องมือการติดตามความก้าวหน้าโดยชุมชน เพื่อช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์ของสมาชิกและการเปลี่ยนแปลง ยุทธศาสตร์การจัดการเงินกู้ คณะกรรมการกองทุน เชื่อว่าระบบฐานข้อมูลแบบนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับกองทุนหมู่บ้านอื่นๆ ได้

ผลิตภัณฑ์ที่มีค่าอีกอย่างหนึ่งของการติดตาม

ความก้าวหน้าและประเมินผลงานด้วยตนเองของชุมชน ศีร์วงคือบุคลากรและทีมงานที่สามารถเสริมสร้างความสามารถในการเป็นวิทยากรกระบวนการ การติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลงานด้วยตนเองได้

## สรุปอภิปรายผล

ชุมชน ศีร์วงเป็นชุมชนแรกที่ริเริ่มโครงการการติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลงานด้วยตนเอง ในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2549 ก่อให้เกิดบทเรียนจากการทำงานทั้งด้านการทำ การติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลงานด้วยตนเอง และการดำเนินการร่วมดังนี้

1. เพื่อให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจแผนงานร่วมกับคณะทำงานจำเป็นต้องปรึกษาหารืออย่างชัดเจนกับคณะกรรมการกองทุน ช่วยให้คณะกรรมการกองทุนจัดระบบความคิดเกี่ยวกับกองทุน ปัญหา และบทบาทของคณะกรรมการกองทุน คณะกรรมการกองทุนเห็นวิธีการ ในการจัดการเงินกู้ สิ่งนี้นำไปสู่การออกแบบระบบฐานข้อมูล ซึ่งรวมถึงความสามารถในการทำบัญชี การจัดทำเอกสารเกี่ยวกับกิจกรรมของปัจเจกบุคคล และการจัดระดับการเข้าถึงข้อมูลที่แตกต่างกัน การพัฒนาโปรแกรมตั้งอยู่บนฐานของข้อมูลที่พวกเขาใช้ เมื่อโปรแกรมเสร็จสมบูรณ์คณะกรรมการก็จะรับเอาแนวทางที่ถูกต้องและนำไปใช้ด้วยการฝึกอบรม

2. การทำการติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลงานด้วยตนเองของชุมชน ศีร์วงทำให้คณะกรรมการ รู้ว่าพวกเขาสามารถปรับปรุงการจัดการโดยการจัดระบบข้อมูลที่พวกเขามีอยู่ ตัวอย่างเช่น พวกเขาสามารถแยกแยะสมาชิกที่ต้องการคำแนะนำในการทำธุรกิจจากการทบทวนวัตถุประสงค์ของการกู้และการจ่ายเงินกู้หรือ

สมาชิกประมาณครึ่ง ใช้จ่ายเงินกู้ไม่ตรงกับ  
วัตถุประสงค์

3. การดำเนินการร่วมกันของมหาวิทยาลัย  
ราชภัฏนครศรีธรรมราช และชุมชนเป็นสิ่งท้าทาย  
เพราะแต่ละหน่วยงานมีความแตกต่างกันในด้าน  
วัฒนธรรมองค์กร รูปแบบการทำงาน จุดแข็งและ  
ข้อจำกัด ทำให้ต้องเรียนรู้การทำงานร่วมกัน และ  
พัฒนานานไปพร้อมๆ กัน

4. ชุมชนที่มีประสบการณ์การพัฒนา  
อย่างยาวนานอย่างชุมชนบ้านคีรีวง มีสมาชิก  
ชุมชนหลายคนที่มีศักยภาพในการเป็นผู้ฝึกอบรม  
หรือเป็นวิทยากรกระบวนการให้กับโครงการ

5. แนวคิดการติดตามความก้าวหน้าและ  
ประเมินผลงานด้วยตนเองสำหรับกลุ่มออมทรัพย์  
อย่างเช่นกองทุนหมู่บ้านนี้ หน่วยงานพัฒนา  
หลายหน่วยให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เช่น  
อบต. และกรมพัฒนาชุมชน แนวคิดนี้ไม่เพียง  
สามารถประยุกต์ใช้กับกองทุนหมู่บ้าน 76,000  
แห่งเท่านั้นแต่ยังสามารถประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจ  
ชุมชน กลุ่มผู้หญิง และกลุ่มออมทรัพย์ด้วย เห็น  
ได้ว่าระบบฐานข้อมูล การติดตามความก้าวหน้า  
และการประเมินผลงานด้วยตนเองสามารถ  
ส่งเสริมความโปร่งใสและเพิ่มประสิทธิภาพของ  
การจัดการทีมงานได้ 

### บรรณานุกรม

ชไมพร พุทธรัตน์. การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้นำชุมชนเพื่อการ  
ท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏนครศรีธรรมราช. นครศรีธรรมราช. 2551.

ทิพวรรณ ทองขุนดำ. การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น  
เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช.  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. นครศรีธรรมราช. 2551.

นัยนา ทองศรีเกตุ. การวิจัยและพัฒนาารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านคีรีวง  
อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. นครศรีธรรมราช: คณะมนุษยศาสตร์และ  
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครศรีธรรมราช. 2548.

วิจิต สุขทร. การพัฒนาระบบตรวจสอบตนเองแบบออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้าน  
คีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.  
นครศรีธรรมราช; 77 หน้า. 2551.

สิทธิณัฐ ประพทอนิตสาร. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม. เชียงใหม่ : คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2545.

อรดา โอภาสรัตนกร. การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับเจ้าของบ้านพัก  
แบบ โฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัด  
นครศรีธรรมราช. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. นครศรีธรรมราช; 49 หน้า. 2551.

การเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวพื้นที่การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำบริเวณ  
อ่าวบ้านดอน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Enhancing Tourism Potential of Aquaculture Area in Ban Don Bay,  
Suratthani Province

สอรัฐ มากบุญ  
รัตนา เกียรติตันสกุล  
กานดา คำชู  
ธวัชชัย ทองธรรมชาติ  
วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Sorat Makboon  
Rattana Kiattansakul  
Kanda Kumchoo  
Tawatchai Thongthammachart  
Surat Thani Community College,  
Prince of Songkla University,

### บทคัดย่อ

ท่าวบ้านดอนเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ ที่มีความสำคัญ ระดับนานาชาติ และมีความสำคัญยิ่งต่อชาวจังหวัดสุราษฎร์ธานี และบุคคลทั่วไป เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์น้ำทั้งที่เกิดการขยายพันธุ์ตามธรรมชาติ และการเพาะเลี้ยงในพื้นที่อ่าว ซึ่งมีพื้นที่เพาะเลี้ยงหอยประเภทต่าง ๆ และกุ้งทะเลมากกว่า 30,000 ไร่

นอกจากการเป็นแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำแล้ว อ่าวบ้านดอนยังมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ทั้งในด้านการค้า และการทหาร เป็นที่ตั้งของเมืองเก่าถึง 2 เมือง คือเมืองไชยาและเมืองท่าทอง ประกอบกับการมีความอุดมสมบูรณ์ทางระบบนิเวศจึงทำให้พื้นที่มีศักยภาพพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง แต่ปริมาณยังน้อย และแหล่งท่องเที่ยวที่มีการเดินทางไปเยี่ยมชมมีเพียง 6 แห่งเท่านั้น โดยแหล่งท่องเที่ยวหลักประกอบด้วย เมืองเก่าไชยา บ้านลิเล็ด คลองร้อยสาย ปากคลองกะแดะ สินมานะฟาร์มและวัดเขาสุวรรณประดิษฐ์

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของอ่าวบ้านดอน 2) เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนาเสริมศักยภาพสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของอ่าวบ้านดอน และ 3) เพื่อหารูปแบบและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและมีศักยภาพในการท่องเที่ยวอ่าวบ้านดอน

การวิจัยเริ่มจากการสำรวจและประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวบริเวณอ่าวบ้านดอนจำนวน 19 แห่งโดยพิจารณาจากคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว และสถานการณ์ท่องเที่ยวของแต่ละแหล่ง โดยปรับปรุงแบบสำรวจ และเกณฑ์การประเมินจากคู่มือการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจัดลำดับความเร่งด่วนในการพัฒนาของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา(2549) หลังจากนั้นได้พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและทดลองท่องเที่ยวเพื่อพิจารณาความเหมาะสมซึ่งผลจากการสำรวจ ประเมินและทดลองท่องเที่ยวพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในระดับดี และดีมาก 8 แห่ง อยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากการพัฒนาขาดความต่อเนื่องจำนวน 7 และมีศักยภาพในระดับต่ำเนื่องจากขาดการพัฒนาและขาดผู้รับผิดชอบ และมีข้อจำกัดด้านงบประมาณจำนวน 4 แห่ง ซึ่งการวิจัยได้เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่ง รวมทั้งพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและจากการทดลองท่องเที่ยวพบว่า โปรแกรมที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจมากมี 2 โปรแกรม คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวเมืองเก่าไชยา-อ่าวพุมเรียงและโปรแกรมการท่องเที่ยวกาญจนดิษฐ์-ดอนสัก-ฟาร์มสเตย์ ซึ่งโปรแกรมการท่องเที่ยวรอบอ่าวบ้านดอนยังสามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้ดีมากเมื่อแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ระหว่างการพัฒนาจำนวนหลายแห่งสามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จ

**คำสำคัญ :** อ่าวบ้านดอน ศักยภาพการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์

## Abstract

Bandon Bay (Ou Bandon) is a watery area that is not only important for the provincial residences of Suratthani Province and people in general but also for an international level. This is because of the richness of the area in terms of aqua animals both of natural and unnatural reproducing as well as the cultivation of different types of shells and sea prawns in an area of more than 30,000 Rai.

Besides being a place for the cultivation of aqua animals, Bandon bay also maintains its historical significance in both trading and military aspects. The bay area used to be a location of two ancient cities i.e. Muang Chaiya and Muang Tatong. With its fertility of the eco-system, the area presently possesses a basic potentiality for tourism. Yet, the number of tourists visiting the place has been small and there are only 6 main tourist attractions i.e. ancient Chaiya, Ban Leeled, Roysai Canal, Pak Klong Kadae, Sinmana Farm and Suwanpradit Temple.

The main purpose of this research are :

- 1) to survey and evaluate tourism potential of tourist attractions in Bandon Bay
- 2) to find out how to develop each tourist attraction and
- 3) to develop a new tour program so that the tourism in the bay and its surrounding could be expanded

The study started with a survey and an evaluation on the competency of being a tourist attraction and it was conducted in 19 places. The consideration was based on the value

of a tourist place, the readiness for tourism and the tour situation of each area. A survey form and an evaluation standard form were outlined based on a guidebook of evaluation on the potentiality of tourist attractions for the priority of urgent development under the Office of Tourism Development, Ministry of Tourism and Sports. After that, a tour program was developed by practical trying-out with a selected tourist attraction in order to consider its suitable potentiality. The findings from the survey, the evaluation and the trying-out revealed that 8 tourist attractions were at excellent and good levels while 7 places were at a moderate level due to discontinued developments. Unfortunately, it was found that 4 tourist attractions were at a low level which was due to a lack of development and authority in charge as well as a limited supporting budget. At the end of the study, a recommendation was provided to each place. Moreover, it was found from the trying-out that tourists preferred two tour programs (1) a program of ancient Chaiya-Pumrieng Bay (2) a program of Kanjanadit-Donsak - farm-stay. It is expected that the tour programs around Bandon Bay will be improved once many developing tourist attractions are ready for an operation.

**Keywords :** Bandon Bay, Tourist Potentiality, Farm-Stay

### บทนำ

อ่าวบ้านดอนเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับนานาชาติ และมีความสำคัญยิ่งต่อชาว

จังหวัดสุราษฎร์ธานี และบุคคลทั่วไป เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์น้ำทั้งที่เกิดการขยายพันธุ์ตามธรรมชาติ และการเพาะเลี้ยงในพื้นที่อ่าว ซึ่งมีพื้นที่เพาะเลี้ยงหอยประเภทต่างๆ และกุ้งทะเลมากกว่า 30,000 ไร่ (มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2550)

นอกจากการเป็นแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำแล้ว อ่าวบ้านดอนยังมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ทั้งในด้านการค้า และการทหาร เป็นที่ตั้งของเมืองเก่าถึง 2 เมือง คือเมืองไชยาและเมืองท่าทอง ประกอบกับการมีความอุดมสมบูรณ์ทางระบบนิเวศ จึงทำให้พื้นที่มีศักยภาพพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง แต่ปริมาณยังน้อย และแหล่งท่องเที่ยวที่มีการเดินทางไปเยี่ยมชมมีเพียง 6 แห่งเท่านั้น โดยแหล่งท่องเที่ยวหลักประกอบด้วย เมืองเก่าไชยา บ้านลิเล็ด คลองร้อยสาย ปากคลองกะแดะ สินมานะฟาร์ม และวัดเขาสุวรรณประดิษฐ์ ทำให้ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ยังไม่ได้ใช้ให้เต็มประสิทธิภาพ ในขณะที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณและคุณภาพการท่องเที่ยวสู่การเป็นผู้นำการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่ยั่งยืนในภูมิภาค (ยุทธศาสตร์จังหวัด สุราษฎร์ธานี, 2548)

### วัตถุประสงค์

การวิจัยการท่องเที่ยวการเพาะเลี้ยงชายฝั่งบริเวณอ่าวบ้านดอน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ

1. เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของอ่าวบ้านดอน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอ่าวบ้านดอน

3. เพื่อศึกษารูปแบบและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

3. กิจกรรมและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

### คำถามการวิจัย

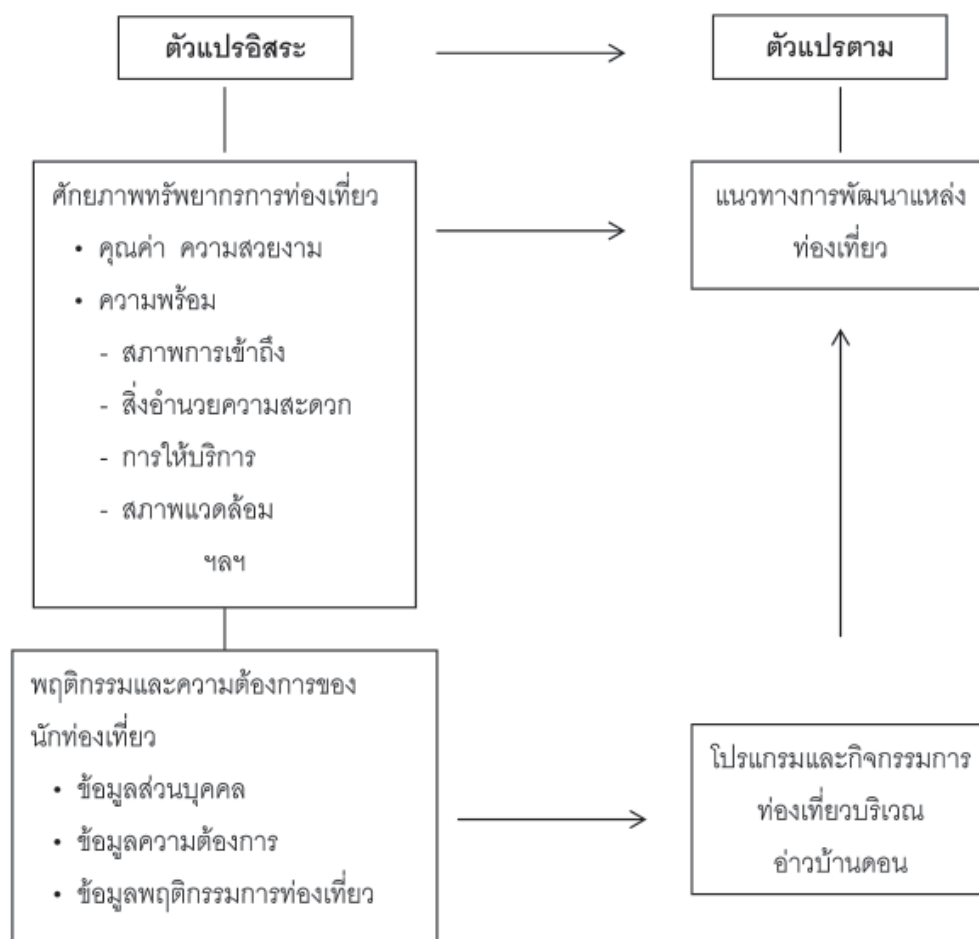
1. พื้นที่อำเภอบ้านดอนส่วนใดบ้างที่มีศักยภาพดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว
2. แนวทางการพัฒนาศักยภาพดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอำเภอบ้านดอนเป็นอย่างไร

### ระเบียบวิธีการศึกษา

การวิจัยเพื่อเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวพื้นที่การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำบริเวณอำเภอบ้านดอนเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และวิจัยเชิงปริมาณ มีแนวคิดและระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

ภาพ 21 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### ก. กรอบแนวคิดการวิจัย



## ข. เปรียบวิธีการศึกษา

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ การศึกษาจะดำเนินการเป็น 3 ขั้นตอน คือ

1. การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จะทำการสำรวจ และประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาทุกแห่งโดยพิจารณาจาก คุณค่า และความพร้อมแหล่งท่องเที่ยว โดย ประยุกต์รายการประเมินต่าง ๆ จากคู่มือการ ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจัดลำดับ ความเร่งด่วนในการพัฒนาของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว(2549) ซึ่งมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

|                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| 81 คะแนนขึ้นไป        | ระดับศักยภาพ ดีเยี่ยม |
| 71-80 คะแนน           | ระดับศักยภาพ ดีมาก    |
| 61-70 คะแนน           | ระดับศักยภาพ ดี       |
| 51-60 คะแนน           | ระดับศักยภาพ ปานกลาง  |
| 50 คะแนนหรือ น้อยกว่า | ระดับศักยภาพ ต่ำ      |

ผลการสำรวจ และการประเมินศักยภาพจะทำให้ทราบแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทุกแห่ง และแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจะใช้ ประโยชน์ในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว ในพื้นที่ต่อไป

## ผลการศึกษา

### ก. ระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

การศึกษาพบว่าบริเวณรอบอ่าวบ้านดอน มีแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า 19 แห่ง ซึ่งจากการ ประเมินเบื้องต้น โดยพิจารณาจากคุณค่า ความ สวยงามของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสามารถใน การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

ความพร้อมด้านสภาพแวดล้อมตลอดจนข้อจำกัด ต่างๆ ตลอดจนปริมาณการท่องเที่ยวที่มีในแต่ละ พื้นที่ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพระดับดี และดีมากจำนวน 8 แห่ง ประกอบด้วย

### ตาราง 26 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

| สถานที่ท่องเที่ยว                    | คะแนน ศักยภาพ                |
|--------------------------------------|------------------------------|
| 1. ตลาดพุมเรียง                      | 74.00                        |
| 2. บ้านลีเล็ด                        | 73.70                        |
| 3. วัดเขาสุวรรณประดิษฐ์              | 73.40                        |
| 4. คลองร้อยสาย (ในบาง)               | 70.60                        |
| 5. ศูนย์ฝึกยิงเพื่อการเกษตร กะแตะแจะ | 68.50                        |
| 6. แหลมโพธิ์                         | 66.90                        |
| 7. ลินมานะฟาร์ม                      | 64.10                        |
| 8. อ่าวพุมเรียง                      | ได้จากผล การทดลอง ท่องเที่ยว |

แหล่งท่องเที่ยวจำนวน 7 แห่งมีศักยภาพ ทางการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และการเรียนรู้เกี่ยวกับป้าชายเลน และส่วนใหญ่ อยู่ระหว่างพัฒนาแต่ขาดความต่อเนื่อง เพราะมี ข้อจำกัดด้านงบประมาณ และระบบการจัดการ ซึ่งหากสามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้ แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 7 แห่งจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้ ในโอกาสต่อไป

นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในขั้น บุกเบิกใหม่จำนวน 4 แห่งซึ่งบางแห่งยังคงต้องรอ เวลาอีกพอสมควร จึงจะมีความพร้อมทางการ

กลุ่มพัฒนา ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 กลุ่มอำเภอไชยา (ปากคลองไชยา-คลองตะกอบ) ประกอบด้วย พระบรมธาตุไชยา เมืองเก่าพุมเรียง แหลมโพธิ์ อ่าวพุมเรียง

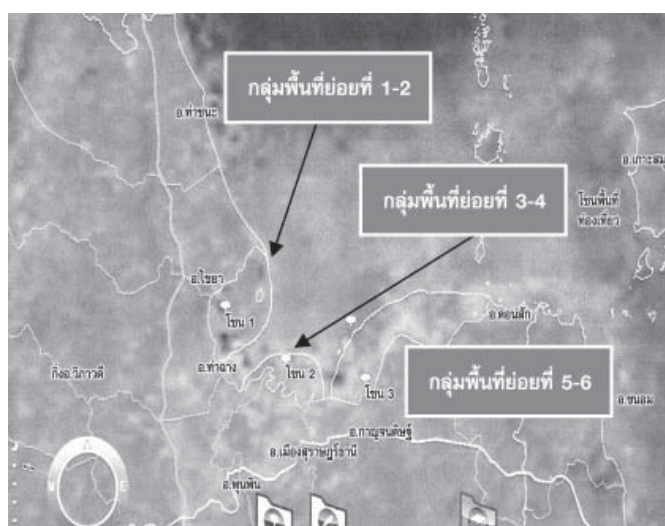
กลุ่มที่ 2 กลุ่มอำเภอพุนพิน (คลองพุนพิน  
คลองราง) ประกอบด้วย เขาศรีวิชัย เขาพระ  
อานนท์ ลีเล็ด

กลุ่มที่ 3 กลุ่มอำเภอเมือง (ปากน้ำตาปี)  
ประกอบด้วย การท่องเที่ยวคลองร้อยสาย 6 ตำบล

กลุ่มที่ 4 กลุ่มปากคลองกะแตะ ประกอบด้วย ศูนย์ฝึกยิงเพื่อการเกษตรกะแตะและ ศูนย์ ศึกษาดูงานสวน ศาลเจ้าไหหลำ เคียงเลบุรี

กลุ่มที่ 5 กลุ่มปากคลองท่าทอง ประกอบด้วย เมืองเก่าท่าทอง วัดเขาพระนิม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เมืองท่าทอง สีนม่านะฟาร์ม และชุมชนปากน้ำท่าทอง

กลุ่มที่ 6 กลุ่มปากคลองดอนสัก ประกอบ  
ด้วย ป่าชายเลนดอนสัก วัดเขาสุวรรณประดิษฐ์  
และอ่าวดอนสัก



ภาพ 22 แผนที่กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวย่อยบริเวณอ่าวบ้านดอน

### ค. พฤติกรรมการท่องเที่ยว

การวิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดสุราษฎร์ธานี และนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอ่าวบ้านดอนบริเวณสินมานะฟาร์ม เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสินมานะฟาร์มมีลักษณะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

#### 1. นักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ บริเวณสินมานะฟาร์ม ส่วนใหญ่ (62.8%) อายุ 41 ปีขึ้นไป และส่วนใหญ่ (65.7%) มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เป็นนักท่องเที่ยวจากภาคใต้และภาคกลางเป็นหลัก (ภาคใต้ 51.4% ภาคกลาง 40.0%) มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (65.7%) และอยากสัมผัสบรรยากาศ (22.9%) โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งในสี่ (25.8%) เดินทางมาท่องเที่ยวในลักษณะของการเที่ยวซ้ำ

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (88.6%) เดินทางมากับเพื่อนเป็นหมู่คณะไม่เกิน 20 คน โดยจะพักค้างคืนเป็นเวลา 1 คืน เป็นส่วนใหญ่ (77.1%)

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ และคุ้มค่าที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว โดยมีความพึงพอใจมากในด้านต่าง ๆ 10 อันดับแรก ดังนี้

1. บรรยากาศดี สวยงาม ร้อยละ 80.0
2. ที่พักมีทำเลที่ตั้งอยู่ในบรรยากาศที่สวยงาม ร้อยละ 77.1

3. อธิยาศัยไมตรีและการบริการของพนักงาน ร้อยละ 77.1

4. ความปลอดภัยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 74.3

5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 71.4

6. อธิยาศัยไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น ร้อยละ 71.4

7. อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ ร้อยละ 60.0

8. ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ร้อยละ 57.1

9. การจัดการขยะมูลฝอยในที่พัก ร้อยละ 57.1

10. ความสะอาด ความเป็นระเบียบในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 54.3

#### 2. นักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่อ่าวบ้านดอนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสแกนดิเนเวีย โดยเฉพาะประเทศสวีเดนและนอร์เวย์ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดปริมณฑล ในช่วงฤดูร้อน ในลักษณะของการเช่าเหมาลำเครื่องบิน เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ตามโปรแกรมที่ผู้จัดการท่องเที่ยวได้นำเสนอไว้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีระยะเวลาการท่องเที่ยวประมาณ 15 วัน

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังพื้นที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในอ่าวบ้านดอนจะเดินทางไปยังสินมานะฟาร์มเป็นหลัก โดยนักท่องเที่ยวมีสัดส่วนของเพศชาย - หญิงในอัตราที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท (54.5%) อายุ 40 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่ (45.5%)

ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ทุกคนต้องการเดินทางมาพักผ่อน และมากกว่าหนึ่งในสี่ (36.4%) และเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยเหตุผลหลักในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในอ่าวบ้านดอน คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจร้อยละ 72.7
2. การมีบริการที่ดี ร้อยละ 45.5
3. มีกิจกรรมหลายอย่างให้ทำ ร้อยละ 36.4
4. ค่าบริการที่เป็นธรรม ร้อยละ 36.4

ช่องทางหลัก นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวนี้คือ นิตยสาร วารสารการท่องเที่ยว (54.5%) และอินเทอร์เน็ต (45.5%) ในขณะที่ทราบข่าวผ่านหนังสือพิมพ์ และรายการโทรทัศน์ แผ่นพับ อยู่ในอัตราที่เท่ากัน (27.3%)

นักท่องเที่ยวนิยมซื้อแพ็คเกจการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต (72.7%) และบริษัทท่องเที่ยว (27.3%) ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม หรือกรุ๊ปทัวร์ (72.7%) โดยเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับคนรักเป็นส่วนใหญ่

ในส่วนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว ร้อยละ 54.5 มีความพึงพอใจ และร้อยละ 27.3 มีความพึงพอใจมาก โดยสิ่งที่พึงพอใจมากมี ดังนี้

1. ความมีคุณค่าทางวัฒนธรรม ร้อยละ 54.5
2. การได้เรียนรู้จากการท่องเที่ยว ร้อยละ 45.5
3. ความสวยงามของธรรมชาติ ร้อยละ 45.5

4. ความน่าสนใจในกิจกรรมและวิถีชีวิต ร้อยละ 27.3

5. ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 27.3

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจมากต่อสภาพอากาศ การจัดการความสะอาด การจัดการน้ำเสีย และการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรวม โดยนักท่องเที่ยว ร้อยละ 54.5 ตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

## ง. โปรแกรมการท่องเที่ยว

จากการสำรวจด้านการจัดการการท่องเที่ยวในบริเวณอ่าวบ้านดอน พบว่า ส่วนใหญ่การท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่ยังขาดระบบการจัดการ โดยเฉพาะพื้นที่ชายหาด และปากคลองกะแดะ และปากคลองดอนสัก จึงขาดการพัฒนาด้านกิจกรรม และการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ดีการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างอิสระตามที่นักท่องเที่ยวจะกำหนดการท่องเที่ยวยังขาดคุณภาพและมาตรฐานในหลายด้านนอกจากนี้การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณอ่าวบ้านดอนมีข้อจำกัดทางกายภาพของพื้นที่ เส้นทางคมนาคม ท่าเรือ ระยะเวลาในการเดินทาง และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่าโปรแกรมการท่องเที่ยวบริเวณอ่าวบ้านดอน มีดังนี้

### 1. โปรแกรมการท่องเที่ยวในลักษณะของการเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวดำเนินการอยู่เดิม ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวชายหาด-แหลมโพธิ์ เป็นโปรแกรมสำหรับครอบครัวที่มียานพาหนะส่วนตัวเดินทางเพื่อไปพักผ่อน เล่นน้ำชายหาด และตกปลา ซึ่งปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวจากบริเวณใกล้เคียงเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในวันหยุดสุดสัปดาห์

1.2 การท่องเที่ยวบ้านลีเล็ด เป็นการท่องเที่ยวศึกษาป่าชายเลน ความสำเร็จของชุมชนในการขยายพื้นที่ป่าเพิ่มขึ้นมากกว่า 2,000 ไร่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเยาวชนกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั้งชาวไทยและต่างชาติ การท่องเที่ยวติดต่อผ่านกลุ่มท่องเที่ยวของชุมชน

1.3 การท่องเที่ยวคลองร้อยสาย เป็นการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตของคนและชุมชนริมฝั่งแม่น้ำตาปี และคลองสาขา และชมการรวมกลุ่มของหิ่งห้อยในยามค่ำคืน เป็นแหล่งท่องเที่ยวใกล้เมือง นักท่องเที่ยวเป็นผู้สนใจทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ติดต่อผ่านชมรมท่องเที่ยวคลองร้อยสาย

1.4 การท่องเที่ยวปากคลองกะแดะ เป็นการเดินทางไปรับประทานอาหารทะเลบริเวณปากคลองกะแดะ ชมศาลเจ้าไหหลำเก่าแก่ และบางส่วนออกไปพักค้างคืนทำกิจกรรมบนหน้าเฝ้าแปลงเลี้ยงหอยในทะเล การท่องเที่ยวยังไม่มีการจัดการที่ชัดเจน แต่หากต้องการที่พักในทะเลสามารถติดต่อได้ที่ร้านเคียงเล ซึ่งตั้งอยู่บริเวณปากคลองกะแดะ

1.5 การท่องเที่ยวคลองดอนสักและฟาร์มสเตย์ เป็นการท่องเที่ยวล่องคลองดอนสักชมชนสองฝั่งคลอง ป่าชายเลน รับประทานอาหารทะเล เรียนรู้เกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงหอยและการทำประมงชายฝั่ง และพักผ่อน สัมผัสธรรมชาติกลางอ่าวที่สินมานะฟาร์ม การจัดการการท่องเที่ยวดำเนินการโดยคุณสมชาย สินมา เจ้าของสินมานะฟาร์ม ร่วมกับชุมชน และโรงเรียนวัดเขาพระนิม

1.6 การท่องเที่ยววัดเขาสุวรรณประดิษฐ์ ดอนสักเป็นการท่องเที่ยววัดเพื่อเคารพและรูปปั้นอดีตเจ้าอาวาส ซึ่งมีความศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธ

ทั่วไป และพร้อมขึ้นเนินชายฝั่งเพื่อสักการะพระบรมสารีริกธาตุภายในเจดีย์ขนาดใหญ่ และชมทิวทัศน์อ่าวดอนสัก

## 2. โปรแกรมการท่องเที่ยวใหม่

การวิจัยได้ค้นพบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และนำไปสู่การสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวใหม่ที่สามารถดำเนินการได้ในปัจจุบันจำนวน 2 โปรแกรม คือ

### 2.1 โปรแกรมการท่องเที่ยวไชยา-อ่าวพุมเรียง

เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมในอ่าวพุมเรียงซึ่งเป็นพื้นที่เพาะเลี้ยงหอย เล่นน้ำทะเล และพักผ่อนบนหน้าเฝ้ากลางอ่าว โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ ประกอบด้วย

- การลงอวนปู และจับปูม้า ปูทะเล
- การคราดหอยขาว หอยไฟไหม้บนเนินทรายยามน้ำทะเลลง
- การศึกษาการเพาะเลี้ยงปูม้า ปล่อยลูกปูม้าลงทะเล
- การตกปลา
- การส่องกุ้ง
- การชมปลากระโดดเล่นแสงไฟยามค่ำคืน
- การทำอาหารสด ๆ จากสัตว์น้ำที่จับได้บนหน้าเฝ้ากลางอ่าว

จากกิจกรรมที่สามารถทำได้หลากหลาย ประกอบกับการมีเกาะ ชายหาดให้เดินเล่น น้ำทะเลใสสะอาด และอยู่ใกล้แหลมโพธิ์ โดยใช้เวลาการเดินทางเพียง 20 นาที ทำให้โปรแกรมการท่องเที่ยวนี้มีความน่าสนใจ ประกอบกับการ

มีกลุ่มอนุรักษ์อ่าวบ้านดอนต้องการทำการท่องเที่ยวเพื่อเป็นทางเลือกของการทำประมงชายฝั่ง จึงทำให้มีความพร้อมด้านผู้ให้บริการและการนำเที่ยว โดยหากสามารถพัฒนาขนำกลางอ่าวให้มีความพร้อมด้านห้องอาบน้ำ และห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ได้อีกแห่งหนึ่งในอ่าวบ้านดอน

## 2.2 โปรแกรมการท่องเที่ยวกาญจนดิษฐ์-ดอนสัก

โปรแกรมนี้เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวที่ใช้เวลา 1 วัน และ 2 วัน 1 คืน เป็น การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เมืองเก่า วัดที่สวยงาม ศึกษาวัฒนธรรมชุมชน และพักผ่อนในฟาร์มสเตย์บนชายหาดใหญ่ในอ่าวกาญจนดิษฐ์เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในการเดินทางเป็นกลุ่มเพื่อการเรียนรู้ พักผ่อน การประชุมสัมมนา มีสมาชิกตั้งแต่ 10-100 คน

นอกจากโปรแกรมทั้งสองแล้วยังมีโปรแกรมการท่องเที่ยวอื่นที่สามารถพัฒนาได้ในอนาคต โดยต้องรอความพร้อมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามที่ได้กล่าวมาแล้ว และความพร้อมด้านการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือในกลุ่มพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

## สรุป

อ่าวบ้านดอนเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวทั้งบริเวณรอบอ่าว และพื้นที่ในอ่าวสามารถพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลาย ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งประเภททะเลป่าและน้ำแร่ร้อน มีแหล่งทางประวัติศาสตร์และอารยธรรมโบราณแหล่งทางวัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตชุมชนทั้งบริเวณรอบอ่าว และกิจกรรมการประมงในอ่าว แต่การพัฒนาการท่องเที่ยวควรเน้นความยั่งยืนและการดำเนินการที่มีคุณภาพ โดยคัดเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนการจัดการทรัพยากรการประมงและทรัพยากรธรรมชาติซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวตามรูปแบบดังกล่าว มีการดำเนินการเป็นรูปธรรมให้เป็นตัวอย่างอยู่แล้วในพื้นที่ทั้งที่ตำบลลิเล็ด และสินมานะฟาร์ม การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ของอ่าวบ้านดอนจึงควรได้ศึกษาตัวอย่างที่มีอยู่ ตลอดจนสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวบริเวณอ่าวบ้านดอนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่อไป 

## บรรณานุกรม

กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี.แผนยุทธศาสตร์กลุ่ม จังหวัด  
ภาคใต้ตอนบนสุราษฎร์ธานี-ชุมพร-ระนอง และแผนยุทธศาสตร์จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี  
2548-2551. จังหวัดสุราษฎร์ธานี,2548

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์และโครงการจัดการทรัพยากรชายฝั่ง,2550.อ่าวบ้านดอนและเกาะนอก  
ชายฝั่ง : แผนที่ความเปราะบางของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.โครงการจัดการ  
ทรัพยากรชายฝั่ง (Coastal Habits and Recourse Management Project : CHARM)

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.คู่มือการพัฒนาและประเมิน  
คุณภาพแหล่งท่องเที่ยว



## แนวทางการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้

### Guidelines for Tourism Landscape Management in The Lower Northeastern Part of Thailand

สมบัติ ประจักษ์นาค

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Sombat Prajongsant

Buriram Rajabhat University

#### บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ พบว่าแต่ละกรณีศึกษามีบริบทของชุมชนที่มีผลต่อการท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ในพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจที่หลากหลาย มีปัญหาเรื่องการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและการเข้าถึงที่ไม่สะดวกนักแต่มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่สามารถพัฒนาได้ และควรส่งเสริมกิจกรรมบริการเกื้อหนุนเพื่อให้เกิดอาชีพที่หลากหลายในชุมชนและชาวบ้านมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว แต่มีความลักษณะร่วมกันของความไม่พร้อม ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและด้านภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว สภาพการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนยังไม่ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรมหรือมีความเหมาะสมเท่าที่ควร โดยส่วนใหญ่ยังขาดการออกแบบและการกำหนดมาตรการควบคุม และส่งเสริมเพื่อรักษาคุณค่าและความหมายของทรัพยากรท่องเที่ยว และพบสภาพการจัดการด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่ไม่เป็นรูปธรรม แยกส่วน ขาดการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนชาวบ้าน หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่

ความคิดเห็นของชาวบ้านที่มีต่อสภาพและการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวกรณีศึกษานั้น ย่อมมีความแตกต่างในรายละเอียดแต่สรุปผลในภาพรวมพบว่า ชาวบ้านยังคงแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างๆ ในระดับนามธรรมเชิงนโยบาย ยังไม่สามารถลงสู่แนวปฏิบัติ เป็นมาตรการควบคุม มาตรการส่งเสริมได้ และเห็นว่ามีสภาพขาดแคลน ควรเพิ่มจำนวนหรือขนาด ต้องปรับปรุงด้านความงาม ความเป็นระเบียบ ความสะอาด สามารถแสดงความคิดเห็นที่เป็นปัญหาปัจจุบันที่เกิดจากการใช้สอยหรือบางครั้งจะแสดงความคิดเห็นในลักษณะความต้องการก่อสร้างโครงการ เช่นเดียวกับความคิดเห็นของผู้มาเยือน นอกจากนี้ผู้มาเยือนสามารถแสดงความคิดเห็นที่เป็นปัญหาปัจจุบันที่เกิดจากการใช้สอยในบางพื้นที่ที่ได้รับรู้แต่ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้ครอบคลุมทั้งหมดของแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม  
ทางการท่องเที่ยว สามารถแยกเป็นมาตรการ  
ควบคุม และมาตรการส่งเสริม เช่น การกำหนด  
ขอบเขต กิจกรรม ความสูง ระยะห่าง มุมมอง  
รูปแบบเอกลักษณ์พื้นถิ่นการใช้วัสดุก่อสร้างสี  
พื้นผิวที่ส่งเสริมบรรยากาศ สำหรับข้อเสนอแนะ  
สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรเน้นการวิจัยแบบ  
ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามแนวคิดของการ  
พัฒนาการท่องเที่ยวยั่งยืน

**คำสำคัญ :** ภูมิสถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตยกรรม  
ทางการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว เขตอีสานใต้

### ABSTRACT

The study of guideline for tourism  
landscape management in the Lower  
Northeastern parts of

Thailand was seen that each of the case  
studies had the context of the community  
affecting the tourism in accordance with 5  
elements of tourist attractions, such as the areas  
of various attractions, problems of connecting the  
important tourist attractions and inconvenient  
access, but there were fundamental facilities that  
could be developed and it should support the  
ancillary services to make various occupations in  
community and to encourage a host to have a  
good attitude toward tourism. However, there  
were the accompanied characteristics without  
readiness about tourism management and  
tourism landscape management. Tourism  
landscape management conditions of the  
community did not be continuously developed  
and most of it had lack of design and control  
intentions and the support of valuation and

meaning of tourism sources. It was seen that  
tourism landscape management conditions did  
not become visible, separated, torn and was lack  
of participation among host communities, tourist  
institutes and local administration organization in  
such an area.

The host's attitudes toward tourism  
landscape management conditions had the  
differences in the detail, but in overall way, it  
was found that the hosts still expressed their  
attitudes broadly in the policy abstract but could  
not lead the practical way in the control and  
support intentions. There were also the lack  
conditions that should be supplemented, such as  
beauty, neatness, and cleanness. They also  
showed the attitude of the current problems from  
consumption in correspondence with the  
guest's attitudes. The guideline for tourism  
landscape management could be divided into  
control and support intentions, such as scope  
specification, activity, height, space, viewpoint,  
Isan local styles, using construction materials with  
local materials, colors, plants supporting the local  
atmosphere. The next research should be put  
the emphasis on the practical and participatory  
research according to sustainable tourism  
concept.

**Keywords :** Landscape, Landscape Tourism  
Management, Tourism, The Lower Northeastern  
Part of Thailand

### คำนำ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวของโลกได้พัฒนา  
ขยายตัวอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นธุรกิจให้บริการ

ที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าธุรกิจการผลิตซึ่งในช่วงระยะเวลาไม่น้อยกว่า 2 ทศวรรษอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยก็ได้ขยายตัวรวดเร็วไปตามลำดับเพื่อให้ทันกระแสโลกโดยรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างและกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นผลให้เกิดรายได้หมุนเวียนมีมูลค่าเป็นธุรกิจอันดับต้นๆ ของประเทศ จากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังผลให้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวประสบปัญหาเนื่องจากระบบการจัดการท่องเที่ยวแบบเดิม (Conservation Tourism) ที่มุ่งประโยชน์และความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นหลักและคำนึงถึงแต่การขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญจนทำลายหรือใช้ทรัพยากรธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมอย่างฟุ่มเฟือย

ในเขตอีสานใต้ของประเทศไทย จากแนวคิดระบบบริหารราชการแบบบูรณาการมีการกำหนดประเด็นสำคัญของยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดชัยภูมินครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอารยธรรมขอม) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและอุตสาหกรรมสิ่งทอ และการพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปสินค้าเกษตรซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สำคัญในเขตอีสานใต้ที่อาจนำสู่การพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ-เชิงเกษตร แต่ในสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมาพบว่า การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เหตุหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมที่ต้องอาศัยการออกแบบที่

เหมาะสมมีความสมดุลกันระหว่างเจ้าบ้าน (Host) และผู้มาเยือน (Guest) ตามแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เหตุที่ปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความสำเร็จเนื่องจากการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ทำให้ผู้มาเยือนเกิดความประทับใจ สะดวก ปลอดภัย และเจ้าบ้านเกิดความภาคภูมิใจและได้รับประโยชน์โดยตรง

ดังนั้นการศึกษาเพื่อหาแนวทางการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมจึงเป็นงานสำคัญงานหนึ่งที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้คงรักษาคุณค่าของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้อยู่รอดในระยะยาวเพื่อเป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยวตลอดไปและส่งผลกระทบต่อรายได้อันเกิดจากการท่องเที่ยวในชุมชนโดยอาศัยความร่วมมือกันระหว่างองค์กรท้องถิ่น ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและชุมชนดำเนินการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวอันเป็นการสร้างฐานความยั่งยืนของการพัฒนาในพื้นที่ต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาบริบทของชุมชน สภาพทางกายภาพและสภาพการจัดการภูมิ สถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงชมวิถีชีวิตในชนบท และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ-เชิงเกษตรในเขตอีสานใต้
2. ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อสภาพและการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงชมวิถีชีวิตในชนบท และแหล่งท่องเที่ยวเชิง

นิเวศ-เชิงเกษตรในเขตอีสานใต้ ของเจ้าบ้าน (Host) และผู้มาเยือน (Guest)

3. นำเสนอแนวทางการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงชมวิถีชีวิตในชนบท และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ-เชิงเกษตร

4. ทราบยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว** หมายถึง ย่านและที่รวมกิจกรรม ที่ว่างโล่ง เส้นทางสัญจรและที่จอดรถ ทิวทัศน์และที่หมายตา อาคารและสิ่งก่อสร้างประกอบบริเวณ รวมถึงพืชพันธุ์ในแหล่งท่องเที่ยวกรณีศึกษา

**การจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว** หมายถึง การวางแผนพัฒนา สถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวและดำเนินการให้เป็นไปตามแผน โดยมีการจัดองค์กร การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวก การอำนวยความสะดวกเพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ พร้อมทั้งมีการประเมินผลแผนพัฒนาภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวกรณีศึกษา

**เจ้าบ้าน** หมายถึง บุคคลอันหมายถึงถึงเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน และคนในชุมชนท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวกรณีศึกษา

**ผู้มาเยือน** หมายถึง นักท่องเที่ยว และผู้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวกรณีศึกษาซึ่งเป็นนัก

ท่องเที่ยว และผู้เยี่ยมชมชาวไทย

**กรณีศึกษา** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว ปราสาทเมืองต่ำ บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ แหล่งท่องเที่ยว ชุมชนบ้านสวาย ตำบลสวาย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และแหล่งท่องเที่ยวป่าชุมชน

บ้านละลอกกระสัง บ้านละลอกกระสัง ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัยที่ศึกษาจากกรณีศึกษา 3 กรณี ได้แก่ ปราสาทเมืองต่ำ บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ชุมชนบ้านสวาย ตำบลสวาย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และป่าชุมชนบ้านละลอกกระสัง บ้านละลอกกระสัง ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเวลา 12 เดือน คือตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2549 ถึงเดือน พฤษภาคม 2550

### เครื่องมือและวิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาเริ่มจากการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษา บางประเด็นของบริบทของชุมชนมีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มเติม แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำข้อมูลองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละกรณีศึกษา สำนวณสภาพทางกายภาพของชุมชนโดยอาศัยเจ้าบ้านเป็นผู้นำทาง ประกอบการบันทึกภาพ แผนที่ ภาพถ่ายทางอากาศ ทำการเขียนภาพร่างของแต่ละกรณีศึกษา ทำสนทนากลุ่มกลุ่มเจ้าบ้านและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มาเยือนเพื่อทราบความคิดเห็นที่มีต่อสภาพและการจัดการภูมิสถาปัตยกรรม

ทางการท่องเที่ยว โดยอาศัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก หรือสนทนากลุ่ม เป็นผลจากการรวบรวมข้อมูลตามคำถามการวิจัยข้อที่ 1 และ 2 เพื่อให้ได้ผลการวิจัยแนวทางการออกแบบและจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว ทั้ง 3 แหล่งรวมถึงการสังเกตและร่วมประชุมที่สำนักงานการพัฒนารัฐบาลท้องถิ่นและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรีจัดขึ้น

### ผลการวิจัย

บริบทของชุมชนที่มีผลต่อการท่องเที่ยว พิจารณาสรุปตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ที่ตั้งและการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน บริการเก็หนุน และทัศนคติของเจ้าบ้าน สามารถสรุปได้ว่า ในแต่ละแหล่งมักพบทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งที่เป็นสถานที่และกิจกรรมในแต่ละแหล่งจะมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ด้วยข้อจำกัดของชุมชนที่ยังไม่อาจพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งด้วยชุมชนเอง ยังคงต้องอาศัยหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องดำเนินการพัฒนา บริหารจัดการ ทำให้ภายในชุมชนยังคงมีแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาจำนวนมากรวมถึงสิ่งดึงดูดใจที่เป็นกิจกรรมทำให้รายการท่องเที่ยวในชุมชนจึงขาดเรื่องราวการนำเสนอที่มีชีวิต ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาจำกัดภายในวันเดียว และอาจจะไม่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในชุมชนต่อไป ด้วยที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในหมู่บ้านในชนบทที่ต้องอาศัยการเดินทางโดยถนนที่มีการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมจากอำเภอ จึงทำให้การเข้าถึงด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นไปด้วยความสะดวก แต่การเข้าถึงด้วยรถประจำทางหรือรถนำเที่ยวยัง

ไม่สะดวกนัก นอกจากนี้ตามเส้นทางมีป้ายนำทางที่จัดทำโดยเขตการทาง กรณีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ แต่ยังขาดป้ายประชาสัมพันธ์เชิญชวนที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ ในชุมชนกรณีศึกษา สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา สัญญาณเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่มักพบปัญหาหรือแนวโน้มของปัญหาเรื่องการจัดการขยะในชุมชน สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น ป้ายห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่พัก ที่จอดรถในกรณีศึกษา ยังพบปัญหาความไม่พร้อมอยู่มากทั้งปริมาณและคุณภาพ ซึ่งหากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีหน่วยงานหลักรับผิดชอบ มักได้รับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานแต่การบริหารจัดการมักขาดการมีส่วนร่วมกับชุมชน และพบความไม่พร้อมของการบริการเก็หนุน ทั้งการบริการข้อมูลสารสนเทศ บริการมัคคุเทศก์นำชม หรือบริการเก็หนุนอื่นๆ แต่หากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ภาครัฐดูแลมักพบปัญหาการขาดแคลนงบประมาณในการปรับปรุงขาดบุคลากรสนับสนุนที่เพียงพอซึ่งชุมชนจำเป็นต้องหนุนเสริม เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือนซึ่งหากมีการดำเนินการต่อเนื่องอย่างเป็นรูปธรรมการพัฒนาบริการเก็หนุนเหล่านี้สามารถสร้างอาชีพที่หลากหลายให้เกิดขึ้นในชุมชนเนื่อง ด้วยสังคมวัฒนธรรมโดยรวมของชาวอีสานมีพื้นฐานจิตใจที่เป็นมิตรกับผู้มาเยือน เคารพนับถือผู้อาวุโส เคารพในธรรมชาติเป็นทุนเดิม ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อการท่องเที่ยว ทั้งกับผู้มาเยือนและทรัพยากรท่องเที่ยว แต่การปรับตัวให้เคยชินไม่รู้สึกละเลย แวดวงไม่ถูกเมื่อมีผู้มาเยือนซึ่งเป็นบุคคลแปลกหน้ามาพักค้างในบ้าน ในชุมชนย่อมมีในช่วงแรก และจะผ่อนคลายลง แต่ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับท่าทีและการแสดงออก พฤติกรรมของผู้มาเยือนที่จะส่งผล

ต่อทัศนคติของชาวบ้านในระยะต่อไป

ชุมชนกรณีศึกษาแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบของจินตภาพของเมืองทั้งเส้นทางเส้นขอบ ย่าน ชุมทางและภูมิสัญลักษณ์ในระดับความชัดเจนที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น สภาพภูมิประเทศ การตั้งถิ่นฐานของประชากรขนาดพื้นที่หมู่บ้านจำนวนครัวเรือน แต่มีลักษณะร่วมของการตั้งถิ่นฐานบนที่เนินอาศัยที่ราบลุ่มสำหรับทำนามีแหล่งน้ำและผืนป่าเป็นหลักประกันความอุดมสมบูรณ์ของทำเลที่ตั้ง การตั้งบ้านเรือนมีลักษณะเป็นกลุ่มเครือญาติ โครงสร้างหมู่บ้านมีระบบถนนเป็นตารางกริด เส้นทางได้รับการปรับปรุงสภาพพื้นผิวทางและการเชื่อมโยงเส้นทางภายนอกและภายในชุมชนมีเส้นขอบที่สำคัญตามแนวของริมฝั่งแหล่งน้ำ ชายป่า หรือเส้นขอบที่เกิดจากกฎหมาย โดยมากภูมิสัญลักษณ์ที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในชนบทมักเป็นที่หมายตามตามธรรมชาติ ส่วนที่หมายตาที่เป็นสิ่งก่อสร้างโดยมนุษย์นั้นในชนบทมักไม่ปรากฏเด่นชัดได้จากเส้นทาง มีลักษณะลวดลายที่มีระบบทางสัญจรเป็นตารางมีกลุ่มอาคารบ้านเรือนตามริมถนน โดยมีที่ว่างโล่งบริเวณกลางบ้าน สำหรับความละเอียดและความหยابของชุมชนเมืองจะมีลักษณะบ้านเรือนที่มีขนาดชั้นเดียวหรือสองชั้นบนพื้นที่ดินผืนน้อยๆ ปลุกสร้างบ้านติดๆ กันมีรูปร่าง ขนาดระยะห่างเท่าๆ กันและคล้ายๆ กันเกือบทั้งหมด จึงเป็นชนิดละเอียด (Fine Grain) และมี โครงร่าง (Texture) รายละเอียดโดยส่วนรวมของพื้นผิวและการตกแต่งลวดลาย หน้าตาที่ปรากฏในก้อนสม่ำเสมอ ซึ่งจัดเป็น Uniform Texture และในชุมชนจะมีที่ว่างโล่งในชุมชนเมือง (Urban space) ได้แก่ บริเวณลานกลางบ้าน และมีที่ว่างระหว่างทางสัญจร (Corridor space) ที่มีกลุ่มอาคารบ้านเรือนตั้งอยู่สองฝั่งของถนน ที่มีความรู้สึกว่ามีการห้อมล้อม

น้อยปัจจุบันยังไม่ได้รับการตกแต่งด้วยพืชพันธุ์ไม้เท่าที่ควรรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับผู้ใช้ที่ว่าง นอกจากนี้ชุมชนยังมีที่ว่างโล่งตามธรรมชาติ (Open space) ภายนอกชุมชนที่เป็นพื้นที่นาข้าว อยู่รายล้อมเขตพื้นที่พักอาศัย การสร้างบ้านเรือนเพื่ออยู่อาศัยไม่ประณีตบรรจงขาดเอกลักษณ์พื้นถิ่น และเริ่มนิยมสร้างบ้านเรือนตามอย่างบ้านจัดสรร

เนื่องจากในเขตอีสานใต้เป็นแหล่งที่ตั้งชุมชนโบราณ ทำให้การตั้งถิ่นฐานของกลุ่มคนในปัจจุบันมีโอกาสซ้อนทับกับพื้นที่ชุมชนโบราณเดิม ซึ่งการทับซ้อนนี้อาจมีบางส่วนที่ทำลายสภาพทางกายภาพของชุมชนโบราณด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ขาดความรู้ความเข้าใจถึงคุณค่าความหมายที่ถูกทำลายไปหรือด้วยข้อจำกัดอื่นๆ ทำให้ขาดการจัดการสภาพทางกายภาพหรือภูมิสถาปัตยกรรม เพื่อประโยชน์เชิงอนุรักษ์คุณค่าแก่ชุมชนเจ้าบ้าน และประโยชน์เชิงพัฒนาการท่องเที่ยว ด้วยข้อจำกัดใดๆ ก็ตามทำให้สภาพการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนยังไม่ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรมหรือมีความเหมาะสมเท่าที่ควร ขาดการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนเจ้าบ้าน หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่

ส่วนความคิดเห็นของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนที่มีต่อสภาพและการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว นั้น พบว่าเจ้าบ้านยังคงแสดงความคิดเห็นที่มีต่อบริเวณย่านและที่รวมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ที่ว่างโล่ง เส้นทางสัญจรอาคารสิ่งก่อสร้าง สิ่งก่อสร้างประกอบบริเวณ พืชพันธุ์ อย่างกว้างๆ ในระดับนามธรรมเชิงนโยบาย ยังไม่สามารถลงสู่แนวปฏิบัติ เป็นมาตรการควบคุม มาตรการส่งเสริมได้ และเห็นว่า

มีสภาพขาดแคลน ควรเพิ่มจำนวนหรือขนาด ต้องปรับปรุงด้านความงาม ความเป็นระเบียบ ความสะอาด สามารถแสดงความคิดเห็นที่เป็นปัญหา ปัจจุบันที่เกิดจากการใช้สอยหรือบางครั้งจะแสดงความคิดเห็นในลักษณะความต้องการก่อสร้างโครงการ ส่วนความคิดเห็นของผู้มาเยือนที่มีต่อสภาพและการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว 3 กรณีศึกษานั้น เนื่องจากผู้มาเยือนกลุ่มเป้าหมายในกรณีศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งบางครั้งอาจมีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลา เนื่องจากผู้มาเยือนส่วนใหญ่ใช้เวลาอย่างจำกัดในการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง ยังไม่สามารถรับรู้สภาพทางกายภาพอย่างละเอียด ทำให้ผลการสัมภาษณ์ได้ความคิดเห็นกว้างๆ ระดับนามธรรม เช่น เห็นว่าชำรุด ควรเพิ่มจำนวนหรือขนาด ต้องปรับปรุงด้านความงาม ความเป็นระเบียบ ความสะอาด แสดงความต้องการ เช่น การเข้าถึงที่ปลอดภัย สะดวกพอสมควร ทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแลรักษา มีมีคหุเทศก์แนะนำ หรือมีป้ายแสดงเรื่องราว การได้รับความสะดวกจากสิ่งบริการขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เหล่านี้เป็นพื้นฐาน และผู้มาเยือนกรณีศึกษาเห็นว่าควรควบคุมรูปแบบของอาคารและสิ่งก่อสร้างประกอบให้มีรูปแบบท้องถิ่น ใช้วัสดุก่อสร้างที่กลมกลืนกับธรรมชาติ นอกจากนี้ผู้มาเยือนสามารถแสดงความคิดเห็นที่เป็นปัญหาปัจจุบันที่เกิดจากการใช้สอยในบางพื้นที่ที่ได้รับรู้แต่ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้ครอบคลุมทั้งหมดของแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว สามารถแยกเป็นมาตรการควบคุม และมาตรการส่งเสริม เช่น การกำหนดขอบเขต กิจกรรม ความสูง ระยะห่าง มุมมอง รูปแบบเอกลักษณ์พื้นถิ่นการใช้วัสดุก่อสร้างสีสน

พืชพันธุ์ที่ส่งเสริมบรรยากาศ สำหรับข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรเน้นการวิจัยแบบปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวยั่งยืน

ผลการวิจัยสภาพกายภาพของชุมชนสอดคล้องกับการศึกษาของ สุนทร ตุลยะสุข (2530: 29-31) ที่พบว่าโครงสร้างของชุมชนชนบทภาคอีสาน ประกอบด้วย เขตกลีกรรม เขตที่อยู่อาศัย เขตวัด เขตสาธารณะ การสร้างบ้านเรือนเพื่ออยู่อาศัยไม่ประณีตบรรจงมากบ้านเรือนที่มีขนาด 2 ห้องนอน และมีส่วนที่เป็นห้องโถง มีชานโล่ง ติดกับครัว บ้านใต้ถุนสูงเพื่อทำกิจกรรม เช่น ทอผ้า เก็บเครื่องมือทำนา และเป็นคอกวัวควาย สอดคล้องกับธาดา สุทธิธรรม (2544: 21) นอกจากนี้ในพื้นที่ไม่พบเรือนที่แสดงเอกลักษณ์อีสานพื้นถิ่นมีแนวโน้มการสร้างเรือนหลังคาทรงจั่วต่ำสอดคล้องกับศรีศักร วัลลิโภดม (2537 : 51,53) กล่าวถึง ตั้งแต่สมัยรัฐบาลจอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นต้นมา ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของชุมชนมักหันมาสร้างเรือนที่มีหลังคาหน้าจั่วทรงต่ำ ไม่ต้องการรูปแบบที่มีระเบียบแบบแผนจนเกินไปแต่ต้องการสิ่งทีเรียบง่ายและอยู่ร่วมกันแบบง่ายๆ ปลูกบ้านง่ายๆ

ผลของความคิดเห็นของผู้มาเยือนที่มีต่อสภาพและการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว 3 กรณีศึกษานั้น เนื่องจากผู้มาเยือนกลุ่มเป้าหมายในกรณีศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งบางครั้งอาจมีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลา เนื่องจากผู้มาเยือนส่วนใหญ่ใช้เวลาอย่างจำกัดในการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง ยังไม่สามารถรับรู้สภาพทางกายภาพอย่างละเอียด ทำให้ผลการสัมภาษณ์ได้ความคิดเห็นกว้างๆ ระดับนามธรรม เช่น เห็นว่าชำรุด ควรเพิ่มจำนวนหรือขนาด ต้องปรับปรุงด้านความงาม ความเป็นระเบียบ ความ

สะอาด แสดงความต้องการ เช่น การเข้าถึงที่ปลอดภัย สะดวกพอสมควร ทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแลรักษา มีมีคฤหาสน์แนะนำ หรือมีป้ายแสดงเรื่องราว การได้รับความสะดวกจากสิ่งบริการขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เหล่านี้เป็นพื้นฐานสอดคล้องกับภาคศึกษาศาสนาวิทยาลัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2531 : 3-1) กล่าวถึง ความคาดหวังของผู้มาเยือนว่า ผู้มาเยือนคาดหวังที่จะได้เห็นภูมิทัศน์ในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทย บรรยากาศเมืองร้อน ความสะอาด ความเป็นระเบียบ เรียบร้อย และความร่มรื่นของสิ่งแวดล้อม ตลอดจนบรรยากาศที่ผ่อนคลายแบบตะวันออก เห็นวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของคนพื้นถิ่น และการได้มีส่วนสัมผัสกับชาวบ้าน การสัญจรทางเท้าที่เป็นระบบพอสมควร มีความสะดวก ปลอดภัย และง่ายในการเทียบเคียงกับแผนที่และมีระบบป้ายข้อมูล และผู้มาเยือนกรณีศึกษาเห็นว่าควรควบคุมรูปแบบของอาคารและสิ่งก่อสร้างประกอบให้มีรูปแบบท้องถิ่น ใช้วัสดุก่อสร้างที่กลมกลืนกับธรรมชาติ สอดคล้องกับการศึกษาของ อภิโชค และกุล และกรรณ รัชชวีน (2549) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชื่นชอบบรรยากาศพื้นถิ่นของอาคารและบริเวณโดยรอบ นอกจากนี้ผู้มาเยือนสามารถแสดงความคิดเห็นที่เป็นปัญหาปัจจุบันที่เกิดจากการใช้สอยในบางพื้นที่ที่ได้รับรู้แต่ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้ครอบคลุมทั้งหมดของแหล่งท่องเที่ยว

ความคาดหวังของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนที่มีต่อการท่องเที่ยวและส่งผลต่อภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวนั้นมีความแตกต่างกัน อันเป็นผลมาจากการสะสมค่านิยมผ่านกระบวนการทางสังคม การเมืองการปกครองแบบรวมศูนย์ในแนวดิ่งของไทย ที่ผ่านมามีได้ก่อให้เกิดความ

ภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาแต่ละชาติพันธุ์ เคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรม ห่วงแหนวัฒนธรรมของชุมชน แต่ให้ความสนใจแต่วัฒนธรรมส่วนกลาง หรือวัฒนธรรมหลวง จึงเป็นการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความหลากหลายเป็นฐานล่างของสังคม ทำให้เจ้าบ้านในชุมชนไม่เห็นคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาการสร้างบ้านแปลงเมืองของบรรพบุรุษเป็นทุนเดิม เมื่อวิถีชีวิตเริ่มเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรมสมัยใหม่ ความเป็นเมืองเริ่มรุกไล่ชนบท ยังผลให้ความเข้าใจต่อการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวคลาดเคลื่อนไปได้ โดยแท้จริงต้องเห็นว่ามรดกวัฒนธรรมหรือทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนของตนนั้นมีคุณค่าอยู่ในตัวเอง ไม่ใช่มีค่าเพราะเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของชุมชนบ้านโคกเมือง ที่ร่วมกันดำเนินการปรับปรุงภูมิสถาปัตยกรรมในชุมชนต่อไป แม้ว่าจะไม่มีโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวของรัฐบาลด้วยเหตุผลที่ว่าเป็นบ้านของเรา (พินดา เขียวรัมย์, สัมภาษณ์) แต่ต้องให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่มุ่งประโยชน์ในเชิงการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนทำให้เกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ ชีบทราบและไม่ทำลายคุณค่า ความหมายของมรดกทางวัฒนธรรมหรือทรัพยากรธรรมชาติ ส่วนการท่องเที่ยวนั้นเป็นเพียงผลพลอยได้ก็ตามมาเท่านั้นเองสอดคล้องกับการศึกษาของชัยรัตน์ ลายทอง และคณะ (2547: 80) ที่กล่าวว่าวัตถุประสงค์ของการเปิดพื้นที่อนุรักษ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนนั้นต้องการเปิดเพื่อสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างจิตสำนึกให้คนดูแลห่วงแหนทรัพยากรมากกว่ารายได้ที่จะเกิดจากการท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งจะสวนทางกับแนวคิดการทำธุรกิจ

## สรุปผลการวิจัย

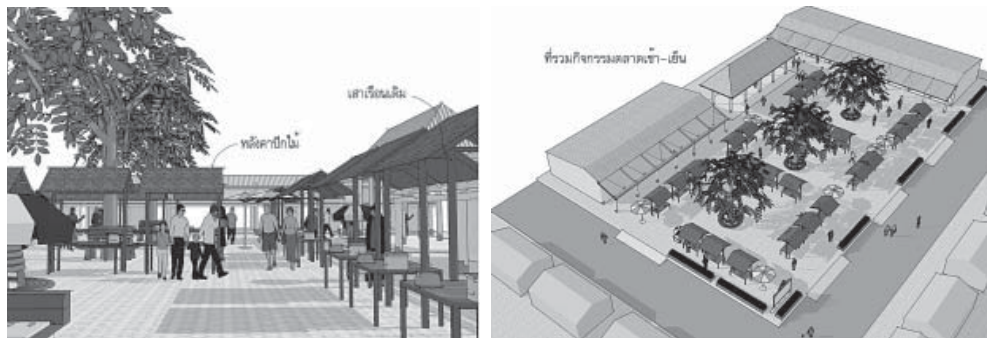
การจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ชุมชนต้องอาศัยกระบวนการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมจึงจะยังผลให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและเกิดความยั่งยืน นอกจากนี้อัตลักษณ์ของชุมชนดังกล่าวส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากสภาพกายภาพหรือสภาพแวดล้อมเมือง จึงต้องอาศัยสถาปนิก นักออกแบบชุมชนเมือง นักวางผังเมืองดำเนินการร่วมกับชุมชน เพื่อให้สภาพภูมิสถาปัตยกรรมของเมืองมีลักษณะดังกล่าวได้ แนวทางการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถแยกเป็นมาตรการควบคุม และมาตรการส่งเสริม เช่น การกำหนดขอบเขต กิจกรรม ความสูง ระยะห่าง มุมมอง รูปแบบเอกลักษณ์พื้นถิ่น การใช้วัสดุก่อสร้าง สี สัน พืชพันธุ์ที่ส่งเสริมบรรยากาศ ซึ่งควรเป็นกระบวนการกำหนดร่วมกันของผู้บริหาร ผู้นำชุมชน ชุมชนชาวบ้าน นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่หน่วยงานกำกับดูแลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อสามารถนำมาสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับแนวคิดของคมกฤช วงศ์กนิษฐ (2546:53) ที่กล่าวว่า การออกแบบอาคารที่ยั่งยืนต้องตอบสนองความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นจริง ปลูกสร้างด้วยคนในท้องถิ่น เมื่อต้องการปรับปรุงหรือซ่อมแซมก็สามารถทำได้โดยคนในท้องถิ่น โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างท้องถิ่นกับภาครัฐ ทั้งการวางผังหรือการออกแบบก่อสร้าง โดยมหาวิทยาลัยศิลปากร (ม.ป.ป. : 5-1-5-4) เสนอการบริหารจัดการที่พิจารณาถึงบทบาทของรัฐและภาคเอกชน ในการเข้ามามีส่วนร่วม โดยมีกรอบแนวคิดการบริหารจัดการโดยการจัดตั้งองค์กรชุมชนเพื่อเป็นองค์กรกลางบริหารจัดการพิจารณาประโยชน์จากการอนุรักษ์เพื่อการท่องเที่ยว

เนื่องจากการดำเนินการด้านการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมเป็นงานที่ต้องอาศัยงบประมาณและการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างมากจึงประสบผลสำเร็จ จึงเสนอแนะให้มีการศึกษาคุณค่า ความหมาย ของทรัพยากรและเอกลักษณ์ของเมือง จัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความน่าสนใจต่อทรัพยากรท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความมีเอกลักษณ์ สภาพความสมบูรณ์ การมีคุณค่า ทั้งคุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ คุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม คุณค่าทางวิชาการ และปัจจัยอื่นที่มีผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย สร้างเรื่องราว จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จัดรายการท่องเที่ยวหลายเส้นทาง พัฒนางานภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวโดยทำเป็นตัวอย่างนำร่องเส้นทางเดียวก่อนแล้วขยายผลไปสู่เส้นทางอื่นๆ ต่อไป และหากแม้เมื่อศึกษาแล้วพบว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวมีความเป็นไปได้น้อยก็ไม่ล้มเป้าหมายของการพัฒนาที่ว่าการรักษามรดกของชุมชนไว้สืบต่อแก่นุชนรุ่นหลังเป็นหลัก ส่วนการท่องเที่ยวเป็นเพียงผลพลอยได้

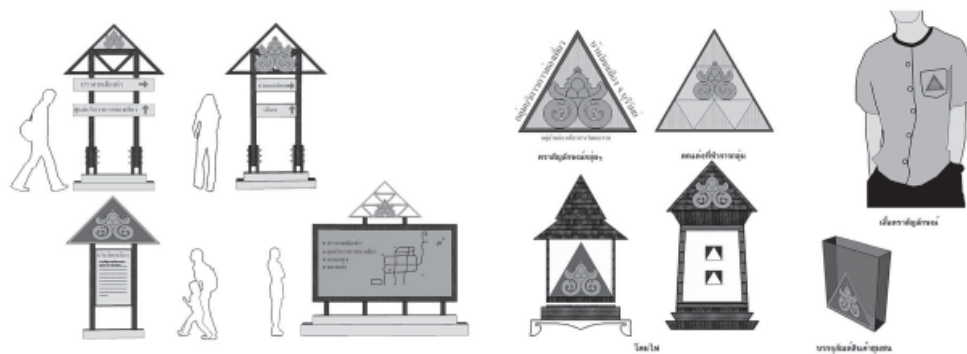
แนวทางการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว สามารถแยกเป็นมาตรการควบคุม และมาตรการส่งเสริม เช่น การกำหนดขอบเขต กิจกรรม ความสูง ระยะห่าง มุมมอง รูปแบบเอกลักษณ์พื้นถิ่นการใช้วัสดุก่อสร้างสี สัน พืชพันธุ์ที่ส่งเสริมบรรยากาศ ซึ่งควรเป็นกระบวนการกำหนดร่วมกันของผู้บริหาร ผู้นำชุมชน ชุมชนชาวบ้าน นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่หน่วยงานกำกับดูแลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อสามารถนำมาสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม



ภาพ 23 ตัวอย่างการออกแบบอาคารทางการท่องเที่ยวในกรณีศึกษา  
บ้านโคกเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพ 24 ตัวอย่างการออกแบบปรับปรุงลานตลาดเช้า ตลาดเย็นกรณีศึกษา  
บ้านโคกเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพ 25 ตัวอย่างการออกแบบป้าย สัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์การศึกษา  
บ้านโคกเมืองจังหวัดบุรีรัมย์

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรเน้นการวิจัยแบบปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อตอบคำถามในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ค้นหาคุณค่า ความหมายของทรัพยากร และประเมินคุณค่าความหมายในมิติที่เกี่ยวข้องกับเจ้าบ้านและผู้มาเยือน

2. พัฒนาแผนการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อประโยชน์แก่เจ้าบ้านและผลพลอยได้ต่อผู้มาเยือน

3. แนวทางการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมแบบมีส่วนร่วมซึ่งต้องมีผู้เกี่ยวข้องร่วมโครงการ เช่น ผู้นำชุมชน นักวิชาการ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งจำเป็นต้องมีกิจกรรมที่เป็นแผนปฏิบัติการ ไม่ใช่แนวทางเชิงนโยบาย 

### บรรณานุกรม

- คมกฤษ วงศ์อกนิษฐ์. (2546). Sustainable Architectures :A New Design Parading. การออกแบบอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้งเฮาส์.( 52 - 57)
- ชัยรัตน์ ลายทองและคณะ. (2547). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของบ้านวังอ้อ ตำบลหัวดอน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี. รายงานสัมมนาปัญหาการพัฒนาชุมชน. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ธาดา สุทธิธรรม. (2544). รูปแบบแผนผังชุมชนอีสานสายวัฒนธรรมไท. ขอนแก่น: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธาดา สุทธิธรรม. (2544). ผังเมืองในประเทศไทย ผังชุมชนและการใช้ที่ดินสายอารยธรรมเขมรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ขอนแก่น: ขอนแก่นพิมพ์พัฒนา.
- พนิดา เขียวรัมย์. (2549, 28 พฤศจิกายน). บ้านโคกเมือง. ความคืบหน้าโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยว OVC. สัมภาษณ์.
- ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2531). คู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2537). เรือนไทย บ้านไทย. กรุงเทพฯ: กองประชาสัมพันธ์ การเคหะแห่งชาติ.
- ศิลปากร,มหาวิทยาลัย. (ม.ป.ป.). โครงการรักษาเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุนทร ตุลยะสุข. (2530). สถาปัตยกรรมอีสาน.ชุมชนชนบทและบ้านชนบทภาคอีสาน. ขอนแก่น:สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์.
- อภิโชค และกุล และกรุณา รักษวิณ. (2549). เส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม. รวมบทความการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปี พ.ศ. 2548.กรุงเทพฯ : สำนักงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

## ปัญหาและข้อเสนอแนะในการวิจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

### Tourism Motivation Research: Problems and Suggestions

วลัยพร ธีวตระกูลไพบูลย์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Walaiporn Rewtrakunphaiboon

Bangkok University

### บทคัดย่อ

๖๖ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นเพียงแนวคิดพื้นฐานในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แต่นับได้ว่ามีความขัดแย้งทางด้านความคิดของนักวิชาการค่อนข้างมาก แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นประเด็นที่ยากต่อการศึกษาเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ซึ่งมีความซับซ้อน ถึงแม้ว่าแรงจูงใจจะเป็นเพียงหนึ่งในหลายๆ ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แต่แรงจูงใจในการท่องเที่ยวนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางและแสดงพฤติกรรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว การศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อนักการตลาดเป็นอย่างมากในการทำความเข้าใจถึงสาเหตุของการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ บทความนี้มีจุดประสงค์หลักคือการสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว การชี้ให้เห็นปัญหาและข้อควรพิจารณาในการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว รวมถึงการเสนอแนะวิธีการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว บทความนี้จะประโยชน์อย่างมากต่อผู้ที่เริ่มสนใจศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

**คำสำคัญ :** แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ปัญหาในการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว วิธีการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

### Abstract

Tourism motivation is one of the most basic concepts of tourist behaviour study but is one of the most controversial issues. Studying tourism motivation is a difficult task partly due to the complex nature of tourist behaviour. Although tourism motivation is only one of the variables explaining tourist behaviour, it is regarded as one of the most important variables because it is an impelling and compelling force behind all behaviour. Marketers need to understand what drive people to undertake certain kinds of travel if the destinations need to increase the share of visitors. This article aims to provide a fundamental framework to understand tourism motivation, to

raise problems and concerns on researching tourism motivation and to suggest methods for studying tourism motivation. This article would be beneficial for new researchers who are interested in the field of tourism motivation.

**Keywords :** tourism motivation, problems of studying tourism motivation, tourism motivation research methods

### Introduction

One of the basic questions about tourist behaviour concerns tourism motivation. Researchers are interested in knowing why people travel and why they choose to visit particular destinations. There are two main reasons to study tourism motivation. First, it provides the fundamental knowledge to explanations and predictions of tourist behaviour. Second, it provides a better understanding on tourism demand. Marketers need to understand what drives or motivates people to undertake certain kinds of travel if the destinations need to increase the share of visitors. Although motivation is only one of the variables explaining tourist behaviour, it is regarded as one of the most important variables because it is an impelling and compelling force behind all behaviour.

Tourism motivation is one of the most basic concepts in consumer psychology in tourism but is one of the most controversial issues. This is mainly due to two facts: (1) tourism motivation cannot be observed (2) there is no single theory that can explain all tourism motivation (Iso-Ahola, 1989). There has been a

great deal of research undertaken in the field of tourism motivation but very few studies have provided a fundamental framework to understand the subject. Studying tourism motivation is a difficult task due to the lack of agreement on working definition and methodological issues (Uysal & Hagan, 1993). To date, tourism researchers have not yet reached a conclusive conceptualization of tourism motivation construct. Furthermore, tourism motivation becomes even more subtle due to the complex nature of tourist behaviour and the multi-disciplinary of tourism studies.

The main purpose of this paper is to clarify tourism motivation construct and provide precautions for future tourism motivation research. The paper is divided into three sections. The first section clarifies the definition of tourism motivation. The second section discusses problems of identifying tourism motivation. The last section suggests methods in researching tourism motivation.

### Clarifying Tourism Motivation Definition

Motivation is a hybrid concept borrowed from the field of psychology (Pearce, 1993). In order to understand why people move, researchers have searched for a process within the individual that could be responsible. What impels or drives people to action and gives direction once it is aroused or activated is called motive (Manner & Kleiber, 1997). Murray (1964) defines motive as an internal factor that arouses, directs and integrates a person's behaviour. In psychology, a motive is often defined as an

active driving force that exists to reduce a state of tension (Mayo & Jarvis, 1981). Motives are often classified as physiological or psychological. Physiological motives are the biological needs and these physiological motives must be reduced if the body wants to survive. These motives are not learned but are innate primary drives within the body. Psychological motives stem from the needs created by an individual's social environment. These motives are generally learned. Most of the trips taken by tourists satisfy psychological motives.

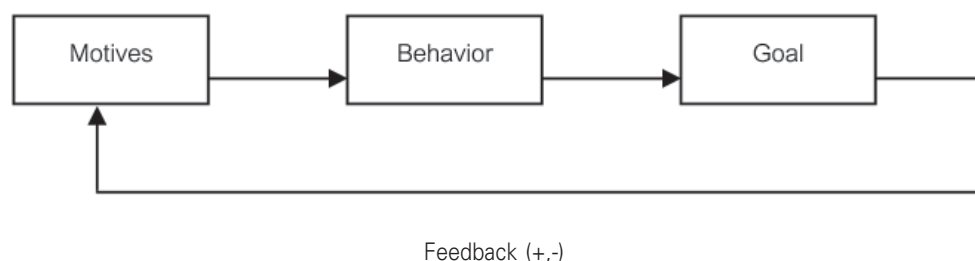
The term motivation was originally derived from the Latin word 'movere', which means "to move". Dann (1981) offered a working definition of tourism motivation as a meaningful state of mind, which adequately disposes an actor, or a group of actors to travel. Mayo and Jarvis (1981) define the term tourism motivation as the ultimate driving force that governs travel behaviour. Mill & Morrison (1985) explains that tourism motivation occurs when an individual wants or desires to satisfy a need. There seems to be an agreement among researchers that that tourist motivation refers to internal forces and external goals and incentives that guide, direct and integrate a person's behaviour for future, potential satisfaction (Murray 1964; Iso-Ahola 1982). In other words, motivation is the process that individuals strive to achieve a state of stability, homeostatis (Goossens, 2000).

In tourism literature, the terms 'motive' and 'motivation' have been used interchangeably which confuses new researchers in tourism

motivation. Motives refer to generic energizer for behaviour. Although motive implies a direction and a target, only motivation actually includes such targets or objects and refers to an interaction between motive and situation (Gnoth, 1997). Although there is a gap between the two concepts of motive and motivation, there is a parallel in the approaches by cognitive and behavioural psychologists. Whereas motivation focuses on the observable and objectively measurable, motive often seeks a deeper understanding of what energizes tourists towards particular activities.

The general model of motivation offered by Williams (1992) and Manner & Kleiber (1997) further clarifies the difference between the concepts of motive and motivation. The basic components of these models are 1) motives 2) behaviour 3) goal. Motives are considered to activate behaviour which happens in two stages. First, the emergence of motives creates a state of disequilibrium within people which they will try to reduce. This is considered as the energetic component of motivation. Second, the presence of such motives is associated with an expectation that certain actions will reduce the disequilibrium. Hence, motivation is a goal orientated process to reduce the disequilibrium that creates tension. The only difference between these two models is that Manner & Kleiber (1997) further add the feed back loop to their model. Figure 25 illustrates the model of motivation process adapted from Williams (1992) and Manner & Kleiber (1997).

Figure 25 Model of Motivation Process



Source : Williams (1992) and Manner & Kleiber (1997)

The model above suggests that the feedback reflects two kinds of motivation: positive and negative. Applying this model in tourism context, it would describe that if the participation in the tourism activities results in the fulfilment of motives, it then provides positive feedback which encourages future participation in similar tourism activities. If the participation in the tourism activities does not result in the fulfilment of motives, the negative feedback will stop people from participating in particular tourism activities.

### Problems of Studying Tourism Motivation

Assessments of tourism motivations are not new to tourism research (i.e. Cohen 1974; Crompton 1979) and this research area has consistently drawn attention from researchers. Tourism motivation may not be easily assessed in which there are many problems that should be taken into account. The problems of studying tourism motivation are reviewed from previous studies and listed as follows (Dann 1981; Pearce 1982; Uysal & Hagan 1993; Seaton & Bennett

1996; Swarbrooke & Horner 1999):

#### 1. Multiple motivations

It is unlikely that all tourists are influenced by a single motivation when they consider taking holidays. Travel is a complex form of travel behaviour which involves multiple motivations. Tourists may visit the destination with different motivations such as to escape from everyday environment and to seek for personal reward.

#### 2. Shared motivations

Tourists rarely take holidays alone. They normally travel in group which can be friends and families. The members of the group may have different tourism motivations. Some motivations may become dominant and the trips are the results of the compromising motivations among the members of the group.

#### 3. Expressed versus real motivations

Why do tourists travel? This seems to be a very simple question to ask tourists. For tourists, this may not be an easy question to answer and there are many answers to the question

depending on individuals. Dann (1981) criticizes all tourism motivation studies on the ground that tourists may be unable to or may not wish to reflect on and express real tourism motivations. Tourism motivation may be reflection of deeper needs that tourists themselves may not understand or may not be aware of. These motivations may contradict to the activities at the destination such as tourists may want to relax but they choose to drink at the bar until morning. Furthermore, tourists may not wish to articulate their real motivations as these motivations may not be acceptable by others.

#### 4. Motivations change over time

Tourists may first visit one destination with particular motivation but they may have different motivation on their later trips.

#### 5. Motivations are varied among different market segments

Tourists at different ages may have different motivations of travelling. Young people may want to party, relax, dance and make lots of new friends. Elderly people may prefer sedate activities, restful destination with sightseeing opportunities.

#### 6. Motivations can be influenced by culture

In some instances, there are great similarities between groups of countries in term of motivations. Some motivations are universal while some motivations are influenced by nationalities and cultures of tourists.

### **Suggested Methods for Tourism Motivation Research**

Based on the notion that tourists cannot easily articulate their travel needs, there have been many questions concerning the methods to measure tourism motivation (McCabe, 2000). Researchers should carefully consider possible methods that can be conducted to understand tourism motivation. Although studying tourism motivation is a difficult task, it does not mean that studies are not possible. Iso-Ahola (1982) suggests that more empirical studies would help the conceptualisation of tourism motivation clearer and more concrete. Below are the suggested methods reviewed from various studies that can be combined into future motivation studies (Dann 1981; Pearce & Caltabiano 1983; Fodness 1994; Pearce 1995; Seaton & Bennett 1996; Todd, 1999).

#### 1. Asking the right question

Asking the right question is very important in studying tourism motivation as it would allow us to understand the real travel behaviour and enhance our knowledge in this particular field. Researchers often simply ask tourists as 'why do you travel?'. Pearce (1995) comments that a good question should focus on 'why certain groups of people choose certain holiday experience?'. This specific question focuses on the similarities among group of people and the kind of experience they seek.

#### 2. Importance rating

Lists of tourist motivations are plenty in tourism literature. Researchers can compile a

major dimension of tourism motivation and include them in questionnaire. The respondents can be asked to rate the importance of their reasons to travel from the provided list.

### 3. Open-ended questions

One of the possible methods to avoid the problems of fixed answers in self-completed questionnaires is to use the open-ended self-reported questions. This method would invite the respondents to use their own words in respond to broad questions. Open-ended questions can be included in the survey questionnaires or as prompt questions in group discussion or personal interview.

### 4. Observation

Actual tourist behaviour at the destinations through the activities at the destination can be observed and then categorised into tourism motivation. A participant observation technique can be employed. Researchers can join a group of tourists as one of its member and direct observe their behaviour throughout the trip to identify the tourism motivation from those activities taken.

### 5. Story telling

It has been emphasized by researchers that research on tourism motivation should rely more on inferences from tourist experience in a long term behavioural context (Dann 1981; Pearce & Caltabiano 1983). Instead of asking the respondents directly of their travel motivation, researchers can ask them to write about their positive and negative holiday experience during their holiday. Then, content analysis can be used

to analyse the data using the tourism motivation as a guideline. The depth of information for this method is very satisfying but analysis may be problematic.

### 6. Group discussion

This method would allow the respondents to talk to other respondents about their holidays. The researcher would lead the topic and ask the respondents to share their experience. This method would be very enjoyable among the respondents. For data analyses, the researchers will need to identify and categorise the motivations hidden in the conversation among the respondents.

## Conclusion

For those who are interested in understanding why people travel or what drive people to travel, tourism motivation becomes the important psychological reason explaining why the trip is taken. Although the literature on tourism motivation is still in its developing stage, it has been shown that motivation is a key concept behind the different patterns of tourist demand. Travel is the list of motivations that could be expanded at will and the contradiction would become even more numerous. It is these contradictions that the author believes clarification on the definition of tourism motivation, problems of identifying tourism motivation and suggested methods for studying tourism motivation should be identified at this stage. This paper would be beneficial in providing tourism motivation issues and methods for new researchers in the area of tourism motivation. 

## References

- Cohen, E. (1974). **Who is a tourist? A Conceptual Clarification.** Sociological Review, 22, 527-555.
- Crompton, J.L. (1979). **Motivations for pleasure vacation.** Annals of Tourism Research, 6, 408-424.
- Dann, G. (1981). **Tourist motivation: An appraisal.** Annals of Tourism Research, 8(2), 187-219.
- Fodness, D. (1994). **Measuring tourist motivation.** Annals of Tourism Research, 21(3), 555-581.
- Gnoth, J. (1997). **Tourism motivation and expectation formation.** Annals of Tourism Research, 24(2), 283-304.
- Goossens, C. (2000). **Tourism information and pleasure motivation.** Annals of Tourism Research, 27(2), 301-320.
- Iso-Ahola, S.E. (1982). **Towards a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder.** Annals of Tourism Research, 9(2), 256-262.
- Iso-Ahola, S.E. (1989). **Motivation for Leisure.** In E.L. Jackson & T.L. Burton (Eds), Understanding Leisure and Recreation: Mapping the past, charging the future. PA: Venture (pp. 247-279).
- Manner, R.C. & Kleiber, D.A. (1997). **A social psychology of leisure,** PA: Venture.
- Mayo, E.J. & Jarvis, L.P. (1981). **The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel services,** Boston: CBI.
- McCabe, A.S. (2000). **Tourism motivation process.** Annals of Tourism Research, 27(4), 1049-1052.
- Mill, R.C. & Morrison, A.M. (1985). **The tourism system.** New Jersey: Prentice-Hall.
- Murray, E.J. (1964). **Motivation and emotion.** New Jersey: Prentice-Hall.
- Pearce, P.L. (1982). **The Social psychology of tourist behaviour.** Oxford: Pergamon.
- Pearce, P.L. (1993). **Fundamentals of tourist motivation.** In D.G. Pearce & R.W. Butler (Eds), Tourism research: Critiques and challenges (pp. 113-134). London: Routledge.
- Pearce, P.L. (1995). **Pleasure travel motivation.** In R.W. McIntosh, C.R. Goeldner & J.R.B. Ritchie (Eds), Tourism principles, practices, philosophies, (pp. 167-189). New York: John Wiley & Sons.
- Pearce, P.L. & Caltabiano, M.L. (1983). **Inferring travel motivation from traveler's experiences.** Journal of Travel Research, 22(2), 16-20.

- Seaton, A.V. & Bennett, M.M. (1996). **Marketing tourism products: Concepts, issues and cases**. London: International Thomson Business Press.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (1999). **Consumer behaviour in tourism**. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Todd, S. (1999). **Examining tourism motivation methodologies**, *Annals of Tourism Research*, 26(4), 1022-1024.
- Uysal, M. & Hagan, L.A.R. (1993). **Motivation for pleasure travel and tourism**. In M. Khan, M. Olsen & T. Var (Eds), *Encyclopedia of hospitality and tourism*, (pp. 798-810). New York: John Wiley & Sons.
- Williams, K.C. (1992). **Behavioural aspects of marketing**. Oxford: Butterworth-Heinemann



## รูปแบบการให้สินเชื่อของสถาบันการเงินของเอกชนแก่ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่

Loan Model of Private Banks for Thai-Owned Three Star-Rated Hotels in Chiang Mai Province

มนต์ศักดิ์ พยธรรมาคม

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Monsak Payantakom

Maharakham University

### บทคัดย่อ

ความมุ่งหมายของการศึกษาเรื่องนี้คือเพื่อศึกษารูปแบบการให้สินเชื่อสำหรับธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีแข่งขันกันสูง โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม ทำให้มีการลงทุนจากผู้ประกอบการชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในธุรกิจโรงแรมของผู้ประกอบการชาวต่างประเทศในลักษณะของโรงแรมในระบบเครือข่ายที่มีระดับมาตรฐานของการบริการ 4 และ 5 ดาว ซึ่งมีสิ่งที่ได้เปรียบโรงแรมที่มีระดับมาตรฐานของการบริการ 3 ดาวที่มีผู้ประกอบการเป็นชาวไทย ทั้งในด้านของการบริหารจัดการการตลาด และเงินทุน ซึ่งถ้าโรงแรมที่มีระดับมาตรฐานของการบริการ 3 ดาวที่มีผู้ประกอบการเป็นชาวไทยต้องการที่จะปรับปรุงมาตรฐานให้เทียบเท่ากันนั้นจะต้องมีการลงทุนสูง แต่ธนาคารพาณิชย์ไม่มีรูปแบบการให้สินเชื่อแก่ธุรกิจโรงแรมซึ่งมีความแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป ดังนั้น งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสม เพื่อจะทำให้โรงแรมที่มีระดับมาตรฐานของการบริการ 3 ดาวที่มีผู้ประกอบการเป็นชาวไทยพัฒนาระดับมาตรฐานของการบริการทัดเทียมกับโรงแรมในระบบเครือข่ายของผู้ประกอบการชาวต่างประเทศได้

**คำสำคัญ :** รูปแบบการให้สินเชื่อของสถาบันการเงินของเอกชนแก่ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว

### Abstract

The purpose of this study was to investigate the loan model for 3-star hotels ownerships in Chiang Mai and the relationships among the need for loan of 3-star hotels and factors. Currently, 3-star hotels in Chiang Mai have some problems in financial management that occurs from decreasing of foreigner tourists. Some 3-star hotels were sold to foreign investors or Chain Hotels interest to invest in 4-star and 5-star hotels in Chiang Mai. These are more advantages than Thai ownerships 3-star hotels in management science, marketing and capital. Thai ownerships

need to improve their hotels that must to use more capital. The loan model from the private banks provides only general business. It ought to launch loan model for hotel industry in order to develop 3-star hotels that manage by Thai ownerships.

**Keyword :** Loan for 3-star hotel by private bank

### คำนำ

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพอย่างมากและมีการลงทุนสร้างโรงแรมเพิ่มอยู่เสมอ เนื่องจากนักลงทุนและผู้ประกอบการด้านการโรงแรมจากต่างประเทศยังคงมองว่าธุรกิจท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มที่ดีในระยะยาว ถึงแม้ว่าจะมีปัจจัยลบด้านการเมืองมากระทบต่อการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ตลาดมีการชะลอตัวไปบ้างก็ตาม

CB Richard Ellis (Thailand) ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำได้วิเคราะห์ว่าประเทศไทยประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่หลายๆ แห่ง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซียและประเทศอินเดีย ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะมีผลต่อจำนวนห้องพักของโรงแรมในระดับหนึ่ง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้คาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวปี 2551 จะเพิ่มขึ้นเป็น 15.5 ล้านคน และมีรายได้รวมอยู่ที่ 6.6 แสนล้านบาท ภายใต้แผนงานการทำการตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการกระตุ้นตลาดหลัก แต่ยังคงผลักดันให้ตลาดรอง อาทิ รัสเซีย กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง สามารถสร้างรายได้และขึ้นมาเป็นตลาดหลักในอนาคต ซึ่งทำให้เห็นแนวโน้มที่ดีของธุรกิจโรงแรมได้

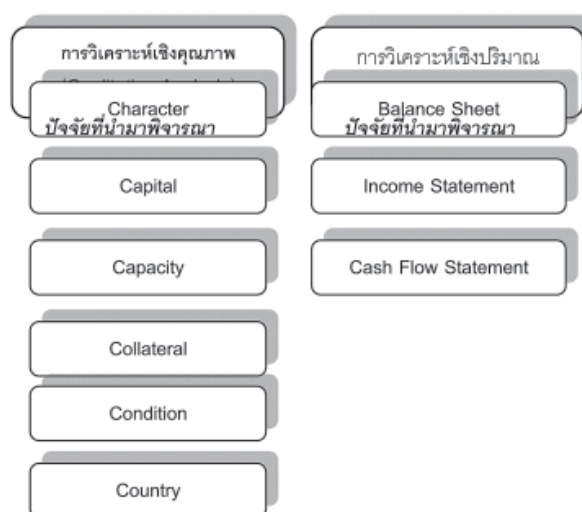
ดังนั้นธุรกิจโรงแรมถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการสนับสนุนการเจริญเติบโตของภาคการท่องเที่ยว และมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวถือว่าเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคเหนือ โดยเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญเป็นอันดับสามของภาค รองจากภาคการเกษตรและการค้า จำนวนโรงแรมและเกสต์เฮาส์ หรือธุรกิจที่พักในภาคเหนือ มีสัดส่วนร้อยละ 21.5 ของธุรกิจโรงแรมทั่วประเทศ ขณะที่ปริมาณห้องพักมีสัดส่วนร้อยละ 16 ของห้องพักทั่วประเทศ ซึ่งรูปแบบการให้บริการและมาตรฐานการให้บริการของโรงแรมขนาดใหญ่อยู่ภายใต้มาตรฐานของเครือข่ายที่เป็นที่ยอมรับเช่น กลุ่มฮอลิเดย์อินน์ กลุ่มไฮแอทพินเตอร์เนชั่นแนล และกลุ่มโนโวเทล เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2550) ทั้งนี้เพราะนักลงทุนต่างชาติมีเครือข่าย และฐานการตลาดในต่างประเทศที่เข้มแข็ง โดยเฉพาะห้องพักในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีมากกว่า 20,000 - 30,000 ห้อง โรงแรมระบบเครือข่ายมีส่วนแบ่งการตลาดห้องพักกว่า 30% - 40% ของห้องพักทั้งหมดสถานการณ์ในส่วนของโรงแรมระดับมาตรฐานของการบริการ 3 ดาว ส่วนมากจะประสบปัญหาหลังจากงานพีชสวนโลก เนื่องจากปัญหาอุปทานส่วนเกินของโรงแรม เพราะก่อนช่วงงานพีชสวนโลกมีโรงแรมเกิดใหม่จำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมระดับมาตรฐานของการบริการ 3 ดาว จำนวนมากต้องขายกิจการ เพราะไม่มีความสามารถในการบริหารจัดการ และทั้งไม่สามารถหาผู้มาบริหารแทนได้ รวมทั้งไม่สามารถแบกรับภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ภาระดอกเบี้ยกับสถาบันการเงิน (กรุงเทพธุรกิจ, 21 มิถุนายน 2550) โดยเฉพาะในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวชะลอตัวเป็นอย่างมาก ทำให้ธุรกิจโรงแรมระดับมาตรฐานของการบริการ 3 ดาว ต้องขาดสภาพคล่องทาง

การเงินอย่างรุนแรง และส่งผลให้ต้องเลิกการดำเนินงาน หรือต้องขายกิจการในที่สุด ซึ่งรวมถึงการที่จะต้องมีการลงทุนในการปรับปรุงมาตรฐานการบริการให้ทัดเทียมกับโรงแรมแบบเครือข่ายด้วย โดยเฉพาะโรงแรมระดับมาตรฐานของการบริการ 3 ดาวที่มีผู้ประกอบการเป็นชาวไทย ซึ่งในส่วนของธนาคารพาณิชย์ให้สินเชื่อกับธุรกิจโรงแรมระดับมาตรฐานของการบริการ 3 ดาวนั้น ส่วนมากจะให้สินเชื่อในรูปแบบเดียวกับธุรกิจทั่วไป โดยมีได้คำนึงถึงกระแสเงินสดรับที่ได้จากนักท่องเที่ยวจะเข้ามาน้อยมากในช่วง Low Season ในประเด็นนี้ถ้าธนาคารพาณิชย์ได้มีรูปแบบการให้สินเชื่อกรณีพิเศษสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรมระดับมาตรฐานของการบริการ 3 ดาวนี้ก็จะสามารถช่วยแก้ปัญหาเหล่านี้ได้

### การให้สินเชื่อแก่ธุรกิจของสถาบันการเงิน ของเอกชน

การแบ่งประเภทของการให้สินเชื่อแก่ธุรกิจของสถาบันการเงินของเอกชน จะมีแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการให้สินเชื่อและขนาดสินเชื่อเป็นเกณฑ์ ซึ่งโดยทั่วไปจะมีวิธีการแบ่งประเภท

สินเชื่อได้เป็นแต่ละประเภทคือ สินเชื่อบุคคล สินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและเล็ก สินเชื่อธุรกิจขนาดใหญ่สินเชื่ออุตสาหกรรมสินเชื่อพาณิชย์กรรม สินเชื่อธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และสินเชื่อเกษตรกรรม เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้มีหลายกรณีที่ยากที่จะบ่งได้ชัดเจนว่าจะแบ่งด้วยเกณฑ์ใด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2545 : 75) เช่น กรณีที่ฟาร์มปศุสัตว์ขอสินเชื่อเพื่อก่อสร้างโรงเรือนขายสินค้า ซึ่งอาจจะเข้าหลักเกณฑ์ทั้งสินเชื่อเพื่อการเกษตร และสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางเล็ก โดยหลักเกณฑ์ที่ใช้กำหนดการให้สินเชื่อของสถาบันการเงินเอกชนนั้นจะขึ้นกับปัจจัยต่างๆ หลายประการเช่น ประเภทของกิจการ คุณลักษณะของผู้กู้ ส่วนของเจ้าของ หลักประกัน เป็นต้น ดังนั้นเพื่อกำหนดความสามารถในการชำระคืน และการกำหนดความเสี่ยงที่สถาบันการเงินจะสามารถยอมรับได้ในแต่ละกรณี จะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความละเอียดรอบคอบ เพื่อให้มีหลักเกณฑ์ที่ดี ซึ่งโดยทั่วไปในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อสถาบันการเงินจะใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ 2 ลักษณะ คือ การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)



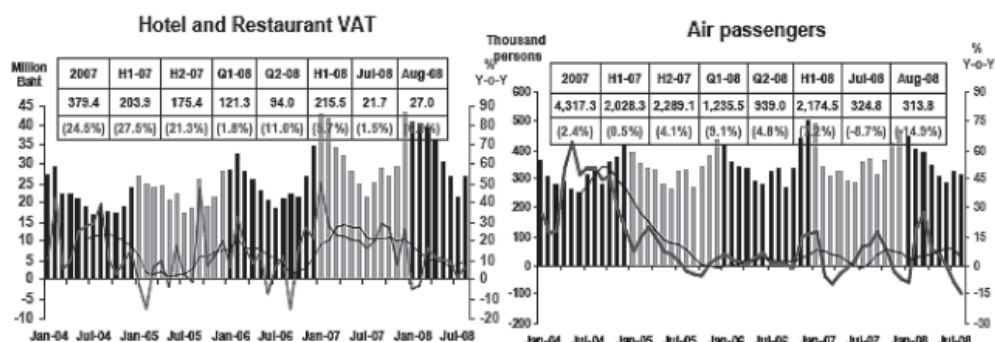
จากภาพ 26 ในแต่ละปัจจัยของแต่ละหลักเกณฑ์การวิเคราะห์สินเชื่อบริษัทการเงินล้วนแต่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการประกอบการพิจารณาการให้สินเชื่อแก่ธุรกิจ โดยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพนั้นจะเป็นการประเมินเบื้องต้นของบริษัทการเงินที่จะพิจารณาจาก 6 ปัจจัย โดยปัจจัยแรกจะพิจารณาจากคุณลักษณะเบื้องต้นของธุรกิจหรือเจ้าของธุรกิจ (Character) ในปัจจัยนี้บริษัทการเงินจะพิจารณาความซื่อสัตย์และความตั้งใจในการชำระหนี้ (Willingness to Pay) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินความเสี่ยงด้านสินเชื่อ ความเต็มใจของผู้กู้ในการชำระหนี้จะเกี่ยวกับประวัติของผู้กู้ ความซื่อสัตย์ ความมีชื่อเสียง และความสามารถในการบริหารจัดการ ปัจจัยที่สองคือมูลค่าสินทรัพย์ (Capital) ในปัจจัยนี้บริษัทการเงินจะพิจารณาที่มูลค่าสินทรัพย์ที่เจ้าของกิจการนำมาลงทุนในกิจการ เป็นการวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านสินเชื่อให้ผู้กู้จะพิจารณาถึงความเหมาะสมในส่วนของเจ้าของที่มีต่อหนี้สินภายนอกและระดับของสินเชื่อที่เพียงพอต่อสภาพคล่อง โดยมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอในการดำเนินงานประจำวัน หากกิจการได้มีการใช้เงินลงทุนจากการกู้ยืมสูง ก็นับได้ว่ากิจการนั้นมีความเสี่ยง เนื่องจากเงินกู้ยืมมีพันธะที่กิจการต้องจ่ายชำระคืนค่าดอกเบี้ยและเงินต้นเมื่อถึงกำหนด ซึ่งกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ ปัจจัยที่สามคือความสามารถในการชำระคืนหนี้สิน (Capacity) ในปัจจัยนี้บริษัทการเงินจะพิจารณาถึงความสามารถในการชำระคืนหนี้สิน (Ability to Pay) โดยบริษัทการเงินต้องตระหนักได้ว่าผู้ขอกู้มีกระแสเงินสดที่เพียงพอในการชำระคืนหนี้สิน ดังนั้น ต้องประเมินว่ากระแสเงินสดนั้นสมเหตุสมผลก่อนที่จะพิจารณาให้สินเชื่อแก่ผู้กู้ ปัจจัยที่สี่คือหลักประกัน (Collateral) ในปัจจัยนี้บริษัทการเงินจะพิจารณาถึงมูลค่าของสินทรัพย์

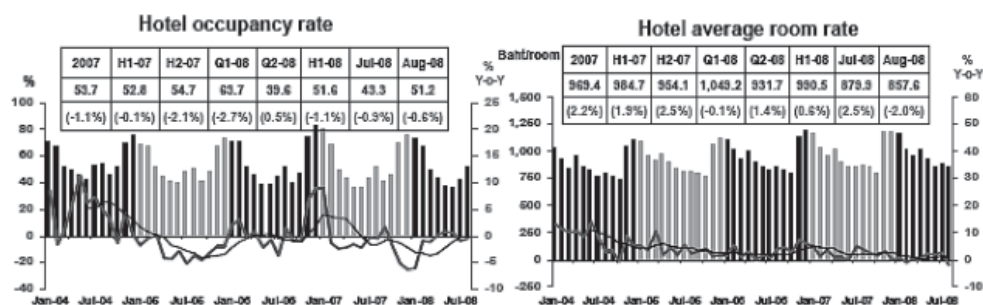
นำมาค้ำประกันการกู้เงิน การให้กู้จะต้องมีการเรียกหลักทรัพย์ไว้เป็นประกัน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้กู้จะปฏิบัติตามภาระผูกพันที่มีต่อการดำเนินธุรกิจและเงินกู้ยืม และเป็นเครื่องมือในการป้องกันผู้ให้กู้จากความเสียหายที่เกิดขึ้นได้ ในกรณีที่ผู้กู้ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาเงินกู้ได้หลักทรัพย์ที่ค้ำประกันได้แก่ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร สิทธิการเช่า สินค้าคงคลัง เงินฝากประจำ รวมถึงบุคคลค้ำประกัน ปัจจัยที่ห้าคือสถานการณ์แวดล้อมทั่วไป (Condition) ในปัจจัยนี้บริษัทการเงินจะพิจารณาถึงสถานการณ์แวดล้อมทั่วไป พิจารณาได้จากปัจจัยภายนอกซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้กู้ไม่สามารถควบคุมได้ หรือควบคุมได้เพียงเล็กน้อย เช่น อุตสาหกรรมของผู้กู้ ระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรม เศรษฐกิจของประเทศ การนัดหยุดงาน ภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือกฎเกณฑ์ที่กำหนดโดยรัฐบาล อีกส่วนหนึ่งคือปัจจัยภายในซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้กู้สามารถควบคุมได้ เช่น เทคโนโลยีในการผลิต การตลาด การบริหาร การจัดการ และปัจจัยสุดท้ายคือลักษณะที่ตั้งหรือภูมิประเทศของกิจการที่ตั้งอยู่ (Country) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สถาบันการเงินส่วนมากไม่ได้นำมาพิจารณาด้วย เนื่องจากจะใช้หลักเกณฑ์เดียวกันทั่วประเทศ โดยไม่ได้พิจารณาถึงความแตกต่างของที่ตั้งหรือภูมิประเทศของผู้ขอกู้ ซึ่งปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณาประกอบการพิจารณาให้สินเชื่อด้วย ยกตัวอย่างธุรกิจที่มีผลโดยตรงต่อปัจจัยนี้คือ ธุรกิจท่องเที่ยว เพราะฤดูกาลการท่องเที่ยวของแต่ละภาคนั้นมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน เช่น ในฤดูร้อนนักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวจังหวัดที่อยู่ชายทะเลมากกว่าที่จะไปเที่ยวทางภาคเหนือ แต่ฤดูหนาวนักท่องเที่ยวมักจะไปเที่ยวทางภาคเหนือมากกว่าที่จะเที่ยวตามชายทะเล เป็นต้น ซึ่ง

ความแตกต่างของฤดูกาลการท่องเที่ยวก็ทำให้ลักษณะของธุรกิจท่องเที่ยวแต่ละภาคมีความแตกต่างกันด้วย

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลทางการเงินซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการบันทึกบัญชี แนวทางการวิเคราะห์จะอาศัยเทคนิคและเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์งบการเงิน ซึ่งสามารถบอกถึงความเสี่ยงในระดับต่างๆ ที่ผู้ให้กู้สามารถยอมรับได้ในแต่ละกรณี เป็นอัตราส่วนทางการเงิน เช่น การวิเคราะห์สภาพคล่องของกิจการ การวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ วิเคราะห์กระแสเงินสด การประมาณการต่างๆ เป็นต้น ซึ่งส่วนมากสถาบันการเงินจะให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ส่วนนี้มาก โดยจะพิจารณาจากกระแสเงินสดที่เกิดจากกิจกรรมของธุรกิจเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ เพราะส่วนนี้จะแสดงให้เห็นถึงความอยู่รอดและโอกาสการเจริญเติบโตของธุรกิจ และทำให้ธนาคารสามารถประเมินผลกระทบของการดำเนินงานที่มีต่อสภาพคล่อง และประเมินความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดที่ได้มาจากการดำเนินงานจากการลงทุนและการจัดหาเงินได้ ส่วนประกอบของกระแสเงินสดจากกิจกรรมหลักมี 3 อย่าง ประกอบด้วย

กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ซึ่งเกิดจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่เป็นกิจกรรมหลักของกิจการ เป็นส่วนที่ธุรกิจจะมีเงินสดเข้ามาในกิจการมากที่สุด โดยกระแสเงินสดจากการลงทุนในส่วนนี้จะเป็กระแสเงินสดออกเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็สามารถแสดงให้เห็นถึงการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ธุรกิจจะนำมาใช้ในการดำเนินงาน เช่น การลงทุนสร้างห้องพักเพิ่มเติม เป็นต้น ในส่วนของกระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน ส่วนมากจะเกิดจากการกู้ยืมเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว หรือการออกหุ้นเพื่อระดมทุน เป็นต้น ซึ่งธุรกิจจะมีกระแสเงินสดออกตามมาด้วย คือ ดอกเบี้ยจ่าย หรือค่าใช้จ่ายในการออกหุ้น โดยการวิเคราะห์ทั้ง 2 ลักษณะนั้น สถาบันการเงินจะนำมาประกอบในการพิจารณาการให้สินเชื่อ โดยการแปลผลเป็นคะแนน (Score) ออกมา โดยสถาบันการเงินจะใช้หลักเกณฑ์นี้กับทุกธุรกิจ โดยไม่ได้คำนึงถึงสภาพความเป็นจริงของธุรกิจเลย เช่น ธุรกิจโรงแรมในภาคเหนือที่ยอดขายห้องพักจะต้องขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวตามฤดูกาลโดยเฉพาะฤดูหนาวเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแตกต่างกับธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตที่ไม่ต้องขึ้นอยู่กับฤดูกาล แต่ขึ้นอยู่กับความสามารถของฝ่ายการตลาดในการหาลูกค้า





Sources: Ministry of Finance; Airports of Thailand Public Company Limited.; and Data Management Group, Bank of Thailand

จากแผนภูมิแสดงให้เห็นถึงภาพรวมธุรกิจท่องเที่ยวของภาคเหนือ ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าปริมาณนักท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์กับฤดูกาลการท่องเที่ยว ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมักจะประสบปัญหาในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลการท่องเที่ยว (Low season)

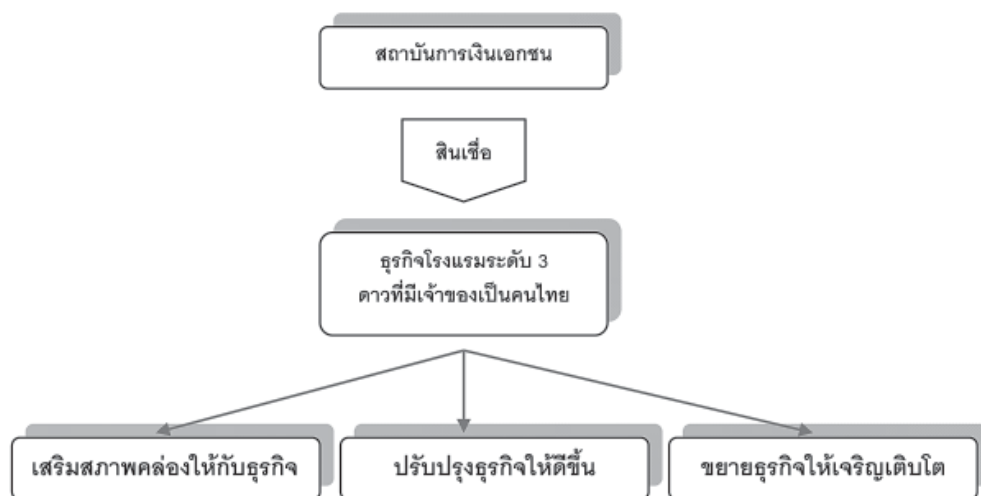
### ภาพรวมของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่เริ่มมีปัญหาลุप्तทุนส่วนเกินเนื่องจากมีนักลงทุนได้สร้างโรงแรมใหม่อย่างต่อเนื่อง ล่าสุดมีจำนวนห้องพักเกิน 30,000 ห้อง ทั้งนี้เพราะกระแสการลงทุนธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ที่ยังขยายตัวต่อเนื่องมา ตั้งแต่การจัดงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติ เมื่อปี พ.ศ. 2549 ในจำนวนนี้ไม่นับรวมห้องพักที่ถูกดัดแปลงและไม่มีการจดทะเบียนเป็นโรงแรม เช่น ห้องชุดสำหรับเช่า และคอนโดมิเนียม ฯลฯ สัญญาณที่ชี้ให้เห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่กำลังเกิดปัญหาลุप्तทุนส่วนเกินคือ ช่วงฤดูกาลการท่องเที่ยวของภาคเหนือที่ผ่าน

มา แม้นักท่องเที่ยวจะมีจำนวนเพิ่ม แต่ปรากฏว่าห้องพักโรงแรมกลับไม่เต็ม จึงมีความวิตกกังวลเกิดขึ้นว่าหากเข้าสู่ช่วง ที่นักท่องเที่ยวเริ่มน้อยลงหรือช่วงหน้าฝน ปัญหาอาจทวีความรุนแรงขึ้นจนผู้ประกอบการบางรายที่ไม่สามารถแบกรับภาระได้ต้องเลิกจ้างพนักงาน กระทั่งอาจนำไปสู่การซื้อและขายโรงแรม ซึ่งทำให้เกิดปัญหาสำหรับธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวที่มีคนไทยเป็นเจ้าของเนื่องจากมีเงินทุนที่จำกัดกว่าธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวที่มีคนต่างชาติเป็นเจ้าของ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในช่วงที่นักท่องเที่ยวเริ่มน้อยลงหรือช่วงหน้าฝน อาจจะทำให้ขาดเงินทุนได้ ซึ่งส่วนมากจะใช้บริการสินเชื่อของสถาบันการเงินเอกชนในการหาเงินทุนในส่วนนี้

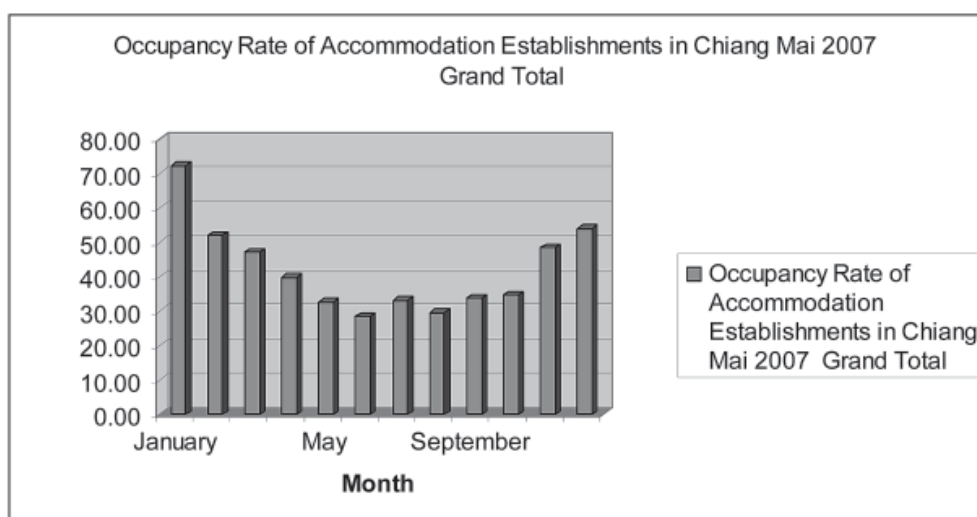
### การขอใช้บริการสินเชื่อของธุรกิจโรงแรม ระดับ 3 ดาวที่มีเจ้าของเป็นคนไทย

การขอใช้บริการสินเชื่อของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวที่มีเจ้าของเป็นคนไทยกับสถาบันการเงินนั้น ส่วนมากเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อยู่ 3 ประการ ดังแผนภาพ



ประการแรกคือจากแผนภูมิที่ 3 ซึ่งแสดงการนำไปใช้ของเงินทุนของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่มีคนไทยเป็นเจ้าของพบว่าการนำเงินทุนที่ได้รับจากการขอสินเชื่อไปใช้ในการเสริมสภาพคล่องให้กับธุรกิจในกรณีนี้ ธุรกิจจะนำไปใช้ในส่วนของการดำเนินงานของธุรกิจเอง เช่น การจ่ายเงินเดือนพนักงาน การชำระค่าสินค้า และการชำระภาษี เป็นต้น ประการที่สองคือ การนำไปใช้ในการปรับปรุงธุรกิจให้ดีขึ้น ในส่วนนี้ธุรกิจ

โรงแรมจะนำไปใช้ในการปรับปรุงสินทรัพย์ถาวรที่ธุรกิจมีอยู่ เพื่อทำให้เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน หรือเป็นจุดขาย เช่น การกู้ยืมเงินเพื่อนำไปซ่อมแซมอาคาร เป็นต้น และประการสุดท้ายเพื่อขยายธุรกิจให้เจริญเติบโตมากขึ้น ในกรณีนี้จะเกิดจากการเห็นแนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจโรงแรม จนเจ้าของโรงแรมเห็นว่าควรที่จะขยายกิจการเพื่อรองรับการเจริญเติบโตดังกล่าวที่สูงขึ้น



ภาพ 29 ปัญหาการขอใช้บริการสินเชื่อของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวที่มีเจ้าของเป็นคนไทย

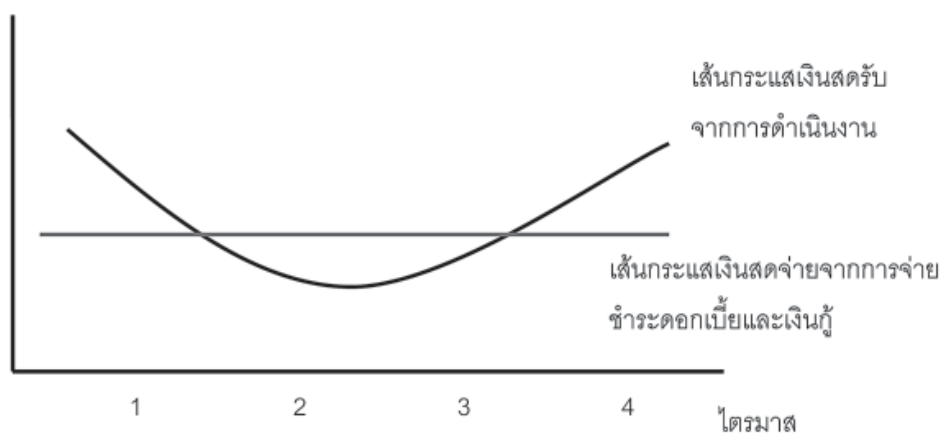
จากแผนภาพ 29 จะเห็นได้ว่าช่วงกลางปีระหว่างไตรมาสที่ 2 และไตรมาสที่ 3 ค.ศ. 2007 จังหวัดเชียงใหม่ จะมีนักท่องเที่ยวเข้าพักน้อยลงจากช่วงไตรมาสที่ 1 ซึ่งทำให้มีผลต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวที่มีเจ้าของเป็นคนไทย เนื่องจากหลายแห่งต้องมีการค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยเฉพาะภาระการปรับปรุงธุรกิจโรงแรมให้ทันสมัยเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโรงแรมได้ การที่ธุรกิจไม่มีกระแสเงินสดเข้ามาเพียงพอส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวที่มีเจ้าของเป็นคนไทยหลายแห่งต้องขายกิจการหรือต้องเข้าสู่ระบบ Chain Hotel จากต่างประเทศหรือของคนไทยเอง ซึ่งทำให้เสียอำนาจการบริหารไป

จากปัญหาดังกล่าว ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวที่มีเจ้าของเป็นคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนมากจะแก้ปัญหาโดยการใช้แหล่งเงินทุนจากแหล่งต่างๆ เช่น จากกำไรสะสมของธุรกิจซึ่งการใช้เงินทุนในส่วนนี้ ถือว่าเป็นต้นทุนที่ต่ำที่สุด แต่จะมีผลกระทบต่อฐานะทางการเงินของธุรกิจเนื่องจากจะทำให้ฐานะของธุรกิจซึ่งแสดงโดยงบดุลลดมูลค่าลงไป และกิจการอาจจะขาดสภาพคล่องในอนาคตได้ หรือตลาดเงินโดยเป็นแหล่งเงินทุนที่ได้จากสถาบันการเงิน ซึ่งธุรกิจโรงแรม

ระดับ 3 ดาวจะจัดหาเงินทุนจากแหล่งนี้กันมากที่สุด เนื่องจากสามารถเพิ่มสภาพคล่องให้กับธุรกิจได้ดี อีกทั้งสถาบันการเงินบางแห่งยังเข้ามาช่วยเหลือและให้คำแนะนำในการใช้เงินทุนส่วนนี้ด้วย แต่ธุรกิจจะต้องมีการระดมเงินจ่ายดอกเบี้ย (Cost of Capital) ให้แก่สถาบันการเงินด้วย แหล่งเงินทุนนี้เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีกำไรสะสมน้อย หรือขาดสภาพคล่องทางการเงิน และแหล่งเงินทุนสุดท้ายคือการเพิ่มทุนในส่วนของผู้เจ้าของ ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำแต่ไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากการเพิ่มทุนในส่วนของผู้เจ้าของนั้นส่วนมากจะดำเนินการในรูปแบบของการออกหุ้นสามัญเพิ่ม ซึ่งในอนาคตอาจจะทำให้เจ้าของธุรกิจเองเสียอำนาจในการบริหารได้ เพราะการออกหุ้นสามัญเพิ่มอาจจะมีการแข่งขันจากธุรกิจเข้ามาซื้อหุ้นนี้ในลักษณะของตัวแทน (Nominee) ทำให้มีอำนาจในการพิจารณาหรือตรวจสอบข้อมูลสำคัญของบริษัท เช่น งบดุลหรืองบกำไรขาดดุลด้วย

จากข้างต้นการใช้แหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินนั้น ผู้ขอใช้บริการสินเชื่อจะต้องมีการจ่ายดอกเบี้ย (Cost of Capital) และการจ่ายชำระคืนเงินต้นคืนแก่สถาบันการเงิน

กระแสเงินสด



จากแผนภาพ 30 แสดงให้เห็นถึงกระแสเงินรับสดจากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1-4 ของในช่วงปี ซึ่งมีลักษณะเป็นเส้นโค้งแบบกระทะหรือแบบหงาย เนื่องจากธุรกิจโรงแรมจะมีกระแสเงินสดรับสูงมากในช่วงไตรมาสที่ 1 และ ไตรมาสที่ 4 ซึ่งเป็นช่วงที่จังหวัดเชียงใหม่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวเป็นอันมาก จึงทำให้มีรายได้จากการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวสูง แต่ในช่วงไตรมาสที่ 2 และ ไตรมาสที่ 3 เป็นช่วงฤดูกาลของการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวน้อยของการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้มีรายได้จากการเข้าพักแรมน้อยลงมาก แต่ธุรกิจโรงแรมจะต้องมีการชำระดอกเบี้ยและเงินกู้เป็นจำนวนเงินที่เท่ากันทุกเดือน ทำให้เกิดปัญหาของการขาดสภาพคล่องทางการเงินขึ้นมา ซึ่งส่งผลกระทบทำให้ธุรกิจโรงแรมไม่สามารถจ่ายชำระหนี้ได้ตามระยะเวลาที่กำหนด และเป็นปัญหาที่เจ้าของโรงแรมต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน ซึ่งแนวทางในการแก้ไขปัญหาในที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงใหม่นิยมนำมาใช้มี 2 วิธี วิธีแรกคือการเจรจาขอผ่อนผันการชำระหนี้กับสถาบันการเงิน เพื่อขอผ่อนผันการชำระหนี้ หรือขอชำระหนี้บางส่วน ในการแก้ไขปัญหาด้วยวิธีนี้นั้น อาจจะส่งผลกระทบให้เจ้าของกิจการเสียประวัติการชำระหนี้ ซึ่งทำให้มีปัญหาในการขอใช้บริการเงินกู้ครั้งต่อไป ในกรณีนี้หากเจรจาไม่สำเร็จเจ้าของกิจการบางส่วนจะไม่ยอมชำระหนี้จนกระทั่งกิจการเป็นลูกหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้แก่ธนาคารทันที ซึ่งทำให้มีการฟ้องล้มละลายเกิดขึ้น หลังจากนั้นสถาบันการเงินจะนำธุรกิจโรงแรมนี้ไปขายทอดตลาด แต่ในบางรายนั้นจะมีการขอให้สถาบันการเงินปรับปรุงโครงสร้างการชำระหนี้ (Restructuring) เพื่อให้สามารถผ่อนชำระได้ตามที่ธุรกิจจะสามารถทำได้วิธีที่สองคือการขายกิจการ

หรือการผันเข้าสู่ระบบโรงแรมเครือข่าย (Chain Hotel) ในกรณีนี้หากเจ้าของไม่ต้องการทำธุรกิจต่ออาจจะประกาศขายกิจการ หรือติดต่อขอเข้าสู่ระบบเครือข่าย (Chain Hotel) ซึ่งทำให้เสียอำนาจการบริหารงานไป ซึ่งการแก้ไขปัญหาทั้ง 2 แบบนั้นส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ลดจำนวนลงไป จนเหลือแต่โรงแรมระดับ 3 ดาวที่เป็นของชาวต่างชาติในที่สุด

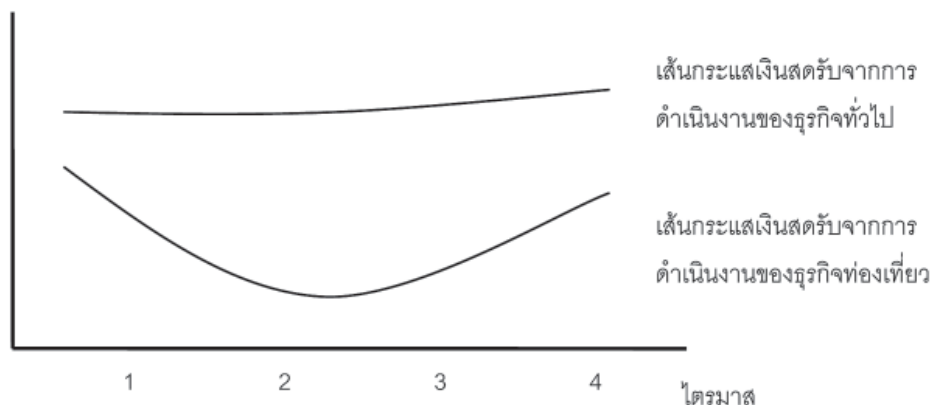
### แนวทางการแก้ไขปัญหาของการให้สินเชื่อแก่ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงใหม่

สภาวะเศรษฐกิจและการเงินของภาคเหนือในปี 2551 ในส่วนของภาคบริการที่สรุปโดยธนาคารแห่งประเทศไทยได้แสดงให้เห็นว่า ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 ภาคธุรกิจบริการขยายตัวต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนจากการจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐและเอกชน ส่งผลให้การจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มหมวดโรงแรมและภัตตาคารเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 จำนวนผู้โดยสารผ่านทางท่าอากาศยานเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 อัตราส่วนการเข้าพักลดลงจากระยะเดียวกันปีก่อนร้อยละ 2.7 ราคาห้องพักของโรงแรมลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.1 (ธนาคารแห่งประเทศไทย) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าภาคธุรกิจบริการของภาคเหนือมีแนวโน้มที่ลดลง ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์สินเชื่อของสถาบันการเงินของเอกชนด้วย แต่ในความเป็นจริงการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวของภาคเหนือจะเป็นไปตามฤดูกาลการเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะไปเที่ยวเป็นจำนวนมากในช่วงเดือนตุลาคมจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ซึ่งเป็นช่วงที่อากาศหนาวเย็น และช่วงเทศกาลสงกรานต์เท่านั้น เนื่องจากปัญหาของการให้สินเชื่อของธุรกิจ

โรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น เกิดจากการที่ธุรกิจโรงแรมจะต้องขึ้นอยู่กับการ

การท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งไม่เหมือนกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการผลิตสินค้า

กระแสเงินสด



จากปัญหาดังกล่าวหากสถาบันการเงิน เอกชนใช้การพิจารณาการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยใช้ 6 ปัจจัยในการพิจารณาจะทำให้ธุรกิจโรงแรม 3 ดาวที่มีเจ้าของเป็นคนไทยจะไม่สามารถผ่านการพิจารณาเบื้องต้นได้ เนื่องจาก 6 ปัจจัยดังกล่าวเป็นการมองภาพกว้างๆ เท่านั้น โดยไม่มีการพิจารณาในรายละเอียดบางอย่างที่อาจจะมีผลต่อการพิจารณาสินเชื่อก็ได้ ดังนั้นสถาบันการเงิน

เอกชนควรที่จะกำหนดรูปแบบของการให้สินเชื่อแก่ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงใหม่ ให้เหมาะสมกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วย โดยการเพิ่มปัจจัยเสริมเข้ามาใช้พิจารณาเบื้องต้นอีก 5 ปัจจัย ซึ่งจะทำให้การพิจารณาการให้สินเชื่อเบื้องต้นนี้มีความละเอียดขึ้นมาก ซึ่งสามารถปรับปรุงการพิจารณารูปแบบของสินเชื่อสำหรับธุรกิจโรงแรมเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้ดังนี้



จากแผนภาพข้างต้น การเสริมนโยบาย 5P's มาเป็นปัจจัยเพิ่มเติมในการพิจารณาสินเชื่อ สำหรับกรณีมีธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่มาขอใช้บริการสินเชื่อ เนื่องจากสถาบันการเงินจะใช้การพิจารณาผู้ที่มาขอใช้บริการสินเชื่อโดยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ใช้เพียง 6C's เท่านั้น นโยบาย P เพื่อการวิเคราะห์สินเชื่อ (5P's) มีดังนี้ ปัจจัยแรกประวัติของผู้ขอสินเชื่อ (People) เป็นการวิเคราะห์ประวัติส่วนตัวและเรื่องราวต่างๆ ของผู้ขอสินเชื่อ ไม่ว่าจะเป็นอุปนิสัยใจคอ ข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัว อายุ ประวัติการศึกษา ความสามารถ ความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นเครื่องมือให้ทราบถึงความตั้งใจในการชำระหนี้คืนของผู้ขอสินเชื่อ รวมถึงการแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจในการให้ความร่วมมือกับผู้ให้สินเชื่ออีกด้วย ปัจจัยที่สองวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ(Purpose) ซึ่งในการติดต่อขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน ลูกค้านั้นจำเป็นต้องแจ้งให้ผู้ให้สินเชื่อทราบว่าให้นำสินเชื่อไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด อาจจะเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าหรือเพื่อเป็นการสร้างหรือลงทุนในสินทรัพย์ถาวรหรือเอาไปชำระหนี้ หรือเพื่อเป็นส่วนทุนก็ได้ และเมื่อผู้ให้กู้ยืมได้พิจารณาอนุมัติเงินสินเชื่อไปแล้ว ก็มีความจำเป็นที่จะต้องทำการติดตามและตรวจสอบว่าลูกหนี้ได้นำสินเชื่อไปใช้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตกลงกันไว้ หรือไม่ อย่างไร ปัจจัยที่สามคือการชำระหนี้ (Payment) ซึ่งจะพิจารณาถึงความสามารถในการหารายได้มาชำระหนี้ให้กับสถาบันการเงินผู้ให้สินเชื่อ ภายในระยะเวลาที่กำหนดหรือตกลงไว้ โดยผู้ให้สินเชื่อจะคำนึงถึงแหล่งที่มาของการชำระหนี้เงินกู้ยืม เช่น ถ้ามาจากการดำเนินงานของกิจการ จะต้องวิเคราะห์ในเรื่องการประมาณรายได้และค่าใช้จ่าย

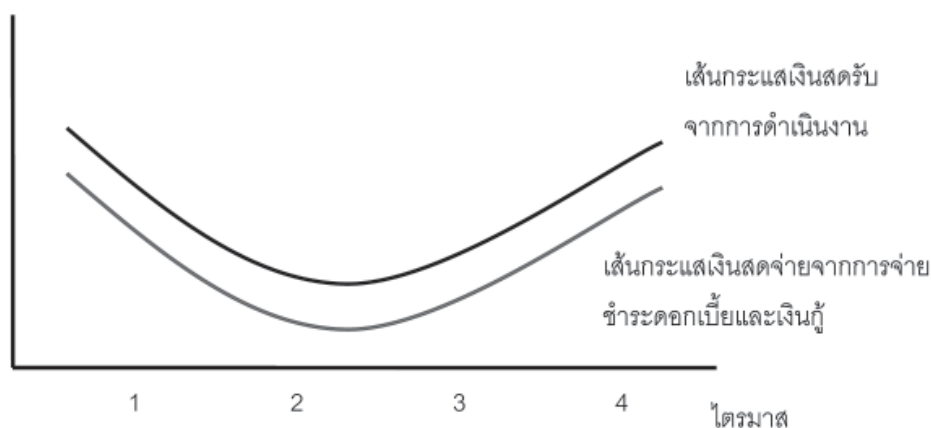
จ่าย แนวโน้มการทำกำไร และนโยบายหรือสมมติฐานทางการบัญชีในการจัดทำงบการเงินซึ่งประกอบด้วยการขายสินทรัพย์ถาวรหรือสินทรัพย์อื่นๆ การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินอื่นหรือเงินกู้ยืมจากกรรมการบริษัท หรือบริษัทในเครือ และการเพิ่มทุนภายในกิจการเอง ปัจจัยที่สี่คือการป้องกันหรือการลดความเสี่ยง (Protection) เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ให้กู้ยืมเงินว่าถ้าหากผู้ขอสินเชื่อไม่สามารถปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ตกลงกันไว้แล้ว ผู้ให้กู้ก็จะมีหลักประกันเพื่อเป็นการป้องกันหรือลดความเสี่ยงซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น หลักประกันจากผู้ขอสินเชื่อเอง และหลักประกันจากแหล่งภายนอก เช่นการค้ำประกัน อาจจะใช้วิธีการตั้งเงื่อนไขในการอนุมัติวงเงินสินเชื่อเพิ่มเติมก็ได้ เช่นเงื่อนไขในการเบิกจ่ายเงิน การประกันภัยสำหรับสินทรัพย์ถาวร เป็นต้น และปัจจัยสุดท้ายคือการพิจารณาภาพรวมทั้งหมด (Perspective หรือ Overview) เป็นการเปรียบเทียบระหว่างรายได้ที่ได้รับจากการให้สินเชื่อ กับต้นทุน (ค่าใช้จ่าย) ที่เกิดขึ้นจากการให้สินเชื่อ รวมตลอดถึงความเสี่ยงที่เกิดจากหนี้สูญและค่าใช้จ่ายในการติดตามและการเรียกเก็บหนี้

ในส่วนของ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ซึ่งเป็นการพิจารณาการให้สินเชื่อ โดยพิจารณาในส่วนของ งบดุล (Balance Sheet) งบแสดงผลประกอบการ (Income Statement) และงบกระแสเงินสด (Cash Flow Statement) ซึ่งธุรกิจจะมีปัญหาในกรณีของการชำระคืนในส่วนของดอกเบี้ยและเงินต้น ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลการท่องเที่ยว (Low Season) เพราะจะมีกระแสเงินสดเข้ามาน้อยมากในเวลาดังกล่าว ดังนั้น แนวทางหนึ่งในการแก้ปัญหา คือ กำหนดรูปแบบของสินเชื่อ โดยให้ขึ้นอยู่กับฤดูกาลการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการกำหนดรูปแบบการชำระคืนดอกเบี้ยและเงินต้นให้สัมพันธ์กับฤดูกาล

การท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เพื่อลดปัญหาการไม่สามารถชำระค่านาคอกเบี้ยและเงินต้นได้ในช่วง Low season เนื่องจากธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ผลประกอบการจะขึ้นอยู่กัฤดูกาลการท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างจากธุรกิจทั่วไปที่ขึ้นอยู่กัยอดขายที่ไม่สัมพันธ์กัฤดูกาลการ สามารถพิจารณาเป็น

รูปแบบสินเชือได้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบแรกเป็นสินเชือระยะยาวสำหรับธุรกิจโรงแรมสินเชือแบบนี้จะคล้ายกัการให้สินเชือธุรกิจทั่วไป แต่การชำระค่านาคอกเบี้ยและเงินต้นนั้นในแต่ละเดือนจะไม่เท่ากัน ซึ่งขึ้นอยู่กักระแสเงินสดรับที่ธุรกิจโรงแรมได้รับในแต่ละเดือนนั้นๆ แสดงเป็นกราฟได้ดังนี้

กระแสเงินสด



จะเห็นได้ว่าเส้นกระแสเงินสดจ่ายจากการชำระค่านาคอกเบี้ยและเงินกู้จะขนานไปกัเส้นกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน ทำให้ธุรกิจโรงแรมไม่มีปัญหาในการชำระค่านาคอกเบี้ยและเงินต้นในช่วงที่นักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากในช่วงที่เป็นฤดูกาลการท่องเที่ยวจะมีกระแสเงินสดเข้ามาเป็นจำนวนมาก ทำให้ได้มีการชำระค่านาคอกเบี้ยและเงินกู้เป็นจำนวนมากแล้ว รูปแบบที่สองคือสินเชือระยะสั้นสำหรับธุรกิจโรงแรมเป็นสินเชือที่ให้สำหรับธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวที่อยู่ในรูปแบบของเงินทุนหมุนเวียน โดยสถาบันการเงินจะเป็นผู้กำหนดวงเงินให้แกธุรกิจโรงแรม เพื่อนำไปใช้ในช่วงที่นักท่องเที่ยวลดลงเพื่อเป็นการลดปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน โดยมีระยะเวลาชำระค่านาคอกเบี้ยและเงินต้นไม่เกิน 1 ปี

## unสรุป

จากปัญหาของการเกิดอุปทานส่วนเกินของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่หลังจากงานที่ชวณโลกนั้น ทำให้มีการแข่งขันกันอย่างดุเดือดตามมา ซึ่งจะเห็นถึงปัญหาได้อย่างชัดเจนในช่วงที่นักท่องเที่ยวลดลงในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลการท่องเที่ยว ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวที่มีคนไทยเป็นเจ้าของประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน เนื่องจากไม่มีรายได้จากการเข้าพักของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ทำให้ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวที่มีคนไทยเป็นเจ้าของที่ได้มีการใช้บริการสินเชือของสถาบันการเงินต้องประสบปัญหาอย่างมากในการชำระค่านาคอกเบี้ยและเงินต้น อาจจะทำให้มีการขายกิจการเพื่อนำเงินมาชำระหนี้หรือการไม่ชำระหนี้

เลยซึ่งทำให้เกิดการล้มละลายซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นสาเหตุหลักมาจากรูปแบบสินเชื่อของธุรกิจที่สถาบันการเงินให้กับธุรกิจโรงแรมนั้นไม่เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงที่ธุรกิจโรงแรมนั้นจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลการท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งถ้าสถาบัน

การเงินมีการกำหนดรูปแบบของสินเชื่อเพื่อธุรกิจโรงแรมขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อให้มีการชำระคืนดอกเบี้ยและเงินต้นขึ้นขึ้นอยู่กับกระแสเงินสดที่ได้รับจากการท่องเที่ยวตามฤดูกาลการท่องเที่ยวก็จะสามารถแก้ปัญหานี้ได้ 

### บรรณานุกรม

- กฤษฎา สังขมณี. (2549). **การจัดการสินเชื่อ**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- พรธนา ฐานิมิตรกุล. (2548). **การเงินธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : บริษัท แอดวานซ์คอนโทรล จำกัด
- มนต์ศักดิ์ พยรรตาคม. (2550). **เอกสารประกอบการสอนการเงินธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. (2548). **รวมความรู้เกี่ยวกับงานโรงแรม**. กรุงเทพฯ : บริษัท ฮิวแมน เฮอริเทจ จำกัด
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. “รายงานเศรษฐกิจภาคเหนือ,” กันยายน 2549 <http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/North/EconConditions/NREconReport/Pages/index.asp> 2 ตุลาคม 2549.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. “ภาพรวมธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคเหนือ,” กันยายน 2549 <http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/North/BLP/Pages/index.aspx> 2 ตุลาคม 2549
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). **กรณีศึกษาการวิเคราะห์สินเชื่อและกู้เงินธนาคาร**. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา “เศรษฐกิจไทย,” กรุงเทพฯธุรกิจ. 21 มิถุนายน 2550.
- [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_index.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php)



## รูปแบบกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มไชยา

### ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Agro Tourism Activity Model and Tourism Route of Chaiya Salted Egg Production Group,  
Lamad Sub District, Chaiya District, Suratthani Province

โสภณ บุญล้ำ

จุฑามาศ กระจำศรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

เบญจมาภรณ์ พิมพ์า

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Sophol Boonlum

Chutamas Krachangsri

Suratthani Rajabhat University

Benchamaporn Pimpa

Prince of Songkla University, Suratthani Campus

### บทคัดย่อ

การศึกษารูปแบบกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มไชยา ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มไชยา เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากเจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้นำชุมชน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ศึกษาและกลุ่มผู้ผลิตไข่เค็ม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสำรวจ และการจัดเวทีประชาคม นำเสนอข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มไชยามีแนวทางการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสามารถเชื่อมโยงไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นได้ เนื่องจากอำเภอไชยามีความหลากหลายด้านสภาพทางภูมิศาสตร์ มีภูมิประเทศและทัศนียภาพที่สวยงาม มีวัฒนธรรมการเกษตรที่เป็นวิถีชีวิตและเกิดจากภูมิปัญญา มีไข่เค็มไชยาเป็นเอกลักษณ์ มีโบราณสถานทางประวัติศาสตร์และวัดสำคัญ กลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มไชยาและภาคีที่เกี่ยวข้องนำเสนอรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว พอสรุปได้ดังนี้ มีผู้นำเที่ยวที่มีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว มีการสาธิต/แสดง/ให้นักท่องเที่ยวได้ชมการผลิตไข่เค็ม มีการบรรยายกรรมวิธีการผลิตไข่เค็มแบบดั้งเดิม พักค้างแรมและร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตกับชุมชน เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้

ทดลองปฏิบัติด้วยตัวนักท่องเที่ยวเอง มีผลผลิตไข่เค็มให้นักท่องเที่ยวได้ชิมและจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีบริการอาหารที่ทำมาจากผลผลิตภายในกลุ่มผลิตไข่เค็มนั้นๆ มีบอร์ดนิทรรศการแสดงกิจกรรมที่ชัดเจน ครบถ้วน และมีการจัดแสดงประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวที่ประชาคมได้นำเสนอประกอบด้วยเส้นทางที่ 1 สวนโมกขพลาราม วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติไชยา กลุ่มผลิตไข่เค็มไชยา บ้านพุมเรียง และแหลมโพธิ์

**คำสำคัญ :** รูปแบบกิจกรรม, เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร, กลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มไชยา

### Abstract

This study aimed at determining an action model and agro-tourism route of the Chaiya salted egg production group, Tambon Lamad, Chaiya District, Suratthani Province. This was a qualitative research. Specific population samples were selected from both government and private sectors. They were local and foreign tourists, community leaders and community members and those involved in salted egg production. Data collection tools were surveys, interviews, focus group and community forum. Content analysis was the main method for the analysis of data.

The study found that the Chaiya salted egg production group had been able to develop an agro-tourism route and connection with salted egg outlets. The favorable factors included geographical diversity, local wisdom, ancient historical background.

The action model and agro-tourism route components consisted of tour guides, a tourist service centre, an introduction talk on the origin of Chaiya salted eggs, an overnight stay when tourists participated actively in producing salted eggs, tasting and buying of the eggs, a graphic exhibition of salted egg production, The was also a performance of local tradition and culture for every visit.

The route started from Suan Mok Temple to Phraborommathat Temple, the National Museum of Chaiya, Chaiya salted egg production village, Ban Pumriang, the silk weaving and fishery village and ended at Lam Pho village, a seaside community.

**Keywords :** Action Model, Agro-Tourism Route, Chaiya Salted Egg Production Group

### คำนำ

การท่องเที่ยวเป็นภาคอุตสาหกรรมทางด้านการค้า และการบริการที่มีส่วนในการสร้างรายได้เป็นรูปเงินตราต่างประเทศจากการจ้างงานและเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของทุกประเทศ การเกษตรเป็นพื้นฐานเศรษฐกิจที่มีความสำคัญที่สุดของประเทศไทย ถึงแม้จะพยายามพัฒนาอุตสาหกรรมมาเป็นเวลากว่าสองทศวรรษแล้วก็ตาม การเกษตรก็ยังคงเป็นระบบการผลิตใหญ่ที่สุดของประเทศ การเกษตรลดบทบาทลงเป็นอย่างมากเนื่องจากปัญหาด้านการตลาด ราคาสินค้าเกษตรที่ไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ผลผลิตได้ไม่แน่นอน ทำให้แรงงานด้านเกษตรผันตัวเองไปสู่ภาคอื่น การท่องเที่ยวเกษตร (Agro-Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นชัดเจนว่ามีใช่เป็นแนวทางของ Ecotourism หรือ Soft-tourism (สร้อยดี, 2540 : 42) โดย

จุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวประเภทนี้ เป็นการผสมผสานระหว่างการทำนันทนาการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีความเป็นอยู่ของชาวชนบท รูปแบบของกิจกรรมและการประกอบอาชีพเกษตรที่มีความหลากหลายรูปแบบ รวมทั้งทัศนียภาพของธรรมชาติอันสวยงาม มาจัดให้มีระบบการบริหารจัดการโดยเกษตรกร หรือชุมชนเกษตร ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว ได้สัมผัสกับธรรมชาติและวัฒนธรรมการเกษตร บนพื้นที่จริง และมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเกษตร ก่อให้เกิดความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และเป็น การพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์พื้นที่ และกิจกรรมการเกษตรให้มีคุณภาพและยั่งยืน ต่อไป (อุไรวรรณ, 2544 : 35) ส่วนเดชา (2543 : 14) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเกษตรว่า เป็น โครงการที่จัดขึ้นโดยกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อตอบสนอง นโยบายปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 มีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และเพิ่มรายได้ให้กับ เกษตรกรโดยใช้ทรัพยากรการเกษตรที่มีอยู่แล้ว ในท้องถิ่นชนบทให้เป็นประโยชน์ซึ่งมีรูปแบบ การท่องเที่ยว 3 ลักษณะ คือ (1) แหล่งท่องเที่ยว ประเภทเทศกาลหรือปรากฏการณ์ (2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทรายบุคคลหรือรายกิจกรรม และ (3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชนหรือหมู่บ้าน ท่องเที่ยวเกษตร ดังนั้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว เกษตร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร พาร์มปศุสัตว์ และเลี้ยงสัตว์ โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ เพื่อที่จะ เรียนรู้ เข้าใจในวัฒนธรรมเกษตรอันเกิดจาก ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และ ได้เพลิดเพลินสนุกสนานไปด้วย รวมถึงได้รับ ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่าง มีความรับผิดชอบต่อรักษา

สภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น การท่องเที่ยว เชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวที่เพิ่มศักยภาพของ เกษตรกรและชุมชนโดยการนำทรัพยากรที่มี อยู่แล้วมาเพิ่มมูลค่าและมาใช้ประโยชน์อย่าง เต็มศักยภาพโดยคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงเป็นการมุ่งเน้นการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรของ ชาวชนบท เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการ เกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรมประเพณี และการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาทำให้เกิด การเรียนรู้ ทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร คณะผู้วิจัยจึงสนใจ ในการยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตร สู่อุตสาหกรรมที่ยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่ เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตร จังหวัดสุราษฎร์ธานี กรณีศึกษารูปแบบกิจกรรม และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์เค็มไชยา มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนด รูปแบบกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว เชิงเกษตรของกลุ่มผลิตภัณฑ์เค็มไชยา เพื่อเป็นการ สร้างทางเลือกหรือช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า เกษตรกรรมให้แก่เกษตรกรซึ่งเป็นการช่วยลด ปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำทำให้เกษตรกรในพื้นที่ เกิดความภาคภูมิใจในอาชีพของตนเอง ด้วยการ บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาและประสบการณ์ ของตนเอง ได้แลกเปลี่ยนเชื่อมโยงความรู้กับ นักวิชาการ ทำให้ได้รับแนวทางในการผลิตสินค้า เกษตรกรรมอย่างถูกต้องและการลดการพึ่งพา การใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชอันจะส่งผลให้เกิด ความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภคและ ตัวเกษตรกรเอง และรวบรวมองค์ความรู้เกษตร ท้องถิ่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นฐาน การพัฒนาการเกษตรเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยว ที่สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้

## อุปกรณ์และวิธีการ

คณะผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพเป็นหลักในการวิจัยเพื่อศึกษารับชมชนรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว และทรัพยากรการท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากเจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชน ผู้นำชุมชน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ศึกษา และกลุ่มผู้ผลิตไข่เค็ม อสม. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสนทนากลุ่ม การสำรวจ และการจัดเวทีประชาคม โดยการให้เจ้าของข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำเสนอและใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นอย่างละเอียดด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณลักษณะโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนวิธีการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จากนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

## ผลการศึกษา

### บริบทชุมชน

ไชยาเป็นดินแดนที่เจริญรุ่งเรืองมาแต่โบราณหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดียืนยันความจริงข้อนี้เป็นอย่างดีด้วยประวัติศาสตร์อันยาวนาน การสั่งสมมรดกทางวัฒนธรรมของไชยาจึงได้เหลือไว้เป็นมรดกแก่คนรุ่นหลังมากมาย ศาสนา โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม อาหาร เป็นต้น ไข่เค็มไชยานับเป็นภูมิปัญญาการถนอมอาหารชนิดหนึ่ง ชาวไชยารู้จักการถนอมอาหารและปฏิบัติกันมาตั้งแต่โบราณ เนื่องจากอำเภอไชยามีพื้นที่เกษตรกรรม

มีการทำนามากที่สุดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี การทำนาซึ่งเป็นอยู่ช้านานมาแต่โบราณ เกษตรกรจะเลี้ยงเป็ดไข่ควบคู่ไปกับการทำนา ลักษณะการเลี้ยงเป็ดเป็นแบบธรรมชาติปล่อยให้หากินเองและข้าวเปลือกที่ได้ชาวบ้านจะนำไปเลี้ยงเป็ด ส่วนชาวบ้านที่อาศัยบริเวณใกล้ชายฝั่งทะเลประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน สัตว์น้ำสำคัญที่จับได้จากการทำประมงได้แก่ ลูกหอย ลูกกุ้ง และลูกปลา ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการทำประมงจะนำไปเลี้ยงเป็ด เพราะราคาถูกและทำให้เป็ดไข่มาก ไข่ฟองโต และไข่แดงมีสีแดงเข้ม โดยเฉพาะหอยพวงนิยมนำมาใช้เลี้ยงเป็ดกันมาก ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบให้สามารถเก็บไข่เปิดไว้ได้นานๆ และนำไปผลิตเป็นอาหารได้หลายชนิด ทำให้ตลาดไข่เค็มไชยาสามารถขยายได้อย่างต่อเนื่องและขึ้นชื่อในเรื่องของความอร่อยจนได้รับการกล่าวถึงไว้ในคำขวัญของจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ว่า “เมืองร้อยเกาะ เกวอร้อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรมะ” คำว่า “ไข่แดง” ในคำขวัญนั้นคือไข่เค็มไชยานั่นเอง โดยเฉพาะแหล่งผลิตไข่เค็มที่ตำบลเลม็ด ซึ่งเป็นตำบลหนึ่งที่ตั้งอยู่ในเขตการปกครองของอำเภอไชยา แบ่งออกเป็น 7 หมู่บ้าน หมู่บ้านทั้งหมดอยู่ในเขตการปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด โดยมีคำขวัญประจำตำบล ดังนี้ “พุทธทาสปราชญ์โลก สอนโมกข์แผ่ธรรม กุลาดำเพิ่มรายได้ ศูนย์ผลิตขายไข่เค็ม น้ำแร่เต็มใสสะอาด รุกขชาติไทงาม ลือนาม เจดีย์ศรีวิชัย” ตำบลเลม็ดเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่มีอดีตยาวนาน มีความเจริญรุ่งเรืองมาแต่โบราณและมีความสำคัญทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และศาสนาอีกชุมชนหนึ่งในภาคใต้สิ่งแวดล้อม เชื้อต่อการประกอบอาชีพทำนา ประมง เลี้ยงเป็ดและผลิตไข่เค็มจำหน่าย

## บริบทกลุ่มผลิตไข่เค็ม

กลุ่มผลิตไข่เค็มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) หมู่ที่ 5 บ้านนาทราย ตำบลเลม็ด อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในอดีตแทบทุกครัวเรือนประกอบอาชีพทำนามาตั้งแต่บรรพบุรุษ ปัจจุบันยังคงประกอบอาชีพทำนาอยู่เช่นเดิมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนตลอดมา ปี พ.ศ.2543 การทำนาถูกทำลายอย่างหนักจากการระบาดของหอยเชอรี่กัดกินต้นข้าวต่างได้รับความเสียหายเป็นอันมาก เจ้าหน้าที่ของรัฐได้หาวิธีปราบหอยเชอรี่ แต่ก็ไม่สามารถแก้ปัญหาให้หมดไปได้ ดังนั้น เมื่อผลผลิตที่ได้ลดลงต่างก็ร่วมกันมองหาอาชีพเสริมให้แก่ครัวเรือนและชุมชน ในที่สุดได้รับการสนับสนุนพันธุ์ไข่เค็มจากส่วนราชการแจกให้ทุกครัวเรือนเลี้ยงเพื่อกำจัดหอยเชอรี่และเป็นอาชีพเสริมรายได้ เพราะชุมชนต่างก็มีประสบการณ์ในการเลี้ยงเป็ดมานาน ประกอบกับมีข้าวเปลือกเป็นอาหารหลักของเป็ดไข่อย่างพอเพียงนอกเหนือจากอาหารธรรมชาติในทุ่งนา กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านได้รวมตัวกันทำกิจกรรมเพื่อเสริมรายได้จึงมองเห็นสู่ทางการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในหมู่สมาชิก จึงได้ตกลงกันทำไข่เค็มเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งแรก โดยขายในหมู่บ้านและญาติๆ ก่อน ตั้งเป้าหมายการผลิตไข่เค็มที่มีคุณภาพจากสูตรดั้งเดิมเป็นไข่เค็มไชยาแท้ ๆ ซึ่งมี เอกลักษณ์เฉพาะ คือ ไข่แดงสีแดงเข้ม รสชาติมัน อร่อย ไม่เค็มจัด ฟองโต ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างกว้างขวางจากกลุ่มลูกค้า และได้รับรางวัลแห่งความภูมิใจมากมาย ปัจจุบันไข่เค็มไชยาเป็นที่รู้จักแพร่หลายของคนทั่วประเทศ เพราะเมื่อกล่าวถึงไข่เค็มทุกคนจะต้องนึกถึงอำเภอลำทะเมนชัย สำหรับปัจจุบันความต้องการของตลาดไข่เค็มไชยามีมากขึ้นไข่เป็ดสดเป็นวัตถุดิบที่สำคัญมากที่สุดในการผลิต

ผลิตไข่เค็มตามประเพณีดั้งเดิมในการผลิตไข่เค็มไชยาต้องใช้ไข่เป็ดที่เลี้ยงปล่อยทุ่ง ไข่จึงจะมีคุณภาพดี เพราะเป็ดมีอาหารในธรรมชาติกินอย่างสมบูรณ์ ขนาดของไข่ฟองโต และมีรสชาติอร่อย โดยมีผลมาจากอาหารจำพวก กุ้ง หอย ปู ปลา และสัตว์น้ำขนาดเล็ก ผู้ผลิตไข่เค็มไชยาจึงมักจะมีการผลิตแบบครบวงจรคือ เป็นทั้งผู้เลี้ยงเป็ดและผลิตไข่เค็มจำหน่าย เมื่อไข่เป็ดที่เลี้ยงแบบปล่อยทุ่งมีไม่เพียงพอสำหรับความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภคเกษตรกรจึงหันมาเลี้ยงเป็ดเป็นล่ำเป็นสัน โดยเน้นการให้อาหารใกล้เคียงธรรมชาติมากที่สุด

## พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผลิตไข่เค็มไชยา ผลการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่สนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มผลิตไข่เค็มไชยาอาศัยอยู่ต่างจังหวัด ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 5 - 10 วัน
2. การท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาอยู่กับกลุ่มญาติและครอบครัว ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากคำบอกเล่า
3. นักท่องเที่ยวต้องการเที่ยวชมและเรียนรู้วิถีชีวิตของกลุ่มผู้ผลิตไข่เค็ม และอยากซื้อของที่ระลึกจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
4. นักท่องเที่ยวได้ระบุกิจกรรมที่ต้องการให้กลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มดำเนินการเพื่อนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด 5 ลำดับ ได้แก่

4.1 มีผู้นำเที่ยวที่มีความรู้ในแหล่ง  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4.2 มีการสาธิต/แสดง/ให้นักท่องเที่ยว  
ได้ชมการผลิตไข่เค็ม

4.3 เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทดลอง  
ปฏิบัติด้วยตัวนักท่องเที่ยวเอง

4.4 มีผลผลิตไข่เค็มให้นักท่องเที่ยวได้  
ชิมและจำหน่าย

4.5 มีการจัดแสดงประเพณี วัฒนธรรม  
ท้องถิ่น

5. หลังเสร็จสิ้นการท่องเที่ยวในแหล่ง  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ กลุ่มผลิตไข่เค็มไชยาแล้ว  
นักท่องเที่ยวต้องการจะไปเที่ยวสวนโมกขพลาราม  
และวัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร

### ทรัพยากรท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง

การสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ใน  
บริเวณใกล้เคียงเพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว  
เชิงเกษตร และเชื่อมโยงไปสู่แหล่งท่องเที่ยว  
เชิงเกษตรอื่นที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ  
ดังนี้

สวนโมกขพลารามตั้งอยู่บริเวณเขาพุทธทอง  
ริมทางหลวงหมายเลข 41 บริเวณกิโลเมตรที่  
134 เดิมชื่อวัดธารน้ำไหล มีท่านพุทธทาสภิกขุ  
เป็นผู้ริเริ่มสร้างขึ้น เพื่อเป็นสถานที่แสวงหา  
ความสงบและศึกษาธรรม มีโรงมหรสพทาง  
วิญญาณ รอบบริเวณร่มรื่นเหมาะสำหรับเป็น  
ที่พักอบรมจิตใจและศึกษาพุทธศาสนา และ  
มีส่วนรุกขชาติเขาพุทธทอง ซึ่งอยู่ใกล้ๆ กับ  
สวนโมกขพลาราม เป็นสถานที่รวบรวมพันธุ์ไม้  
ต่างๆ ที่มีค่าไว้มากมาย ท่านพุทธทาสเป็นผู้มี  
บทบาทในด้านการตลาดของไข่เค็มไชยาเป็น  
อย่างมาก เนื่องจากบารมีของท่านจึงทำให้มีคน

แวะเวียนมาเยี่ยมเมืองไชยาไม่ขาดสายตราบนาน  
ทุกวันนี้ซึ่งส่งผลให้ไข่เค็มเป็นสินค้าที่เป็นของ  
ฝากตัวแทนเมืองไชยาได้เป็นอย่างดี

สวนโมกขนานาชาติ ซึ่งอยู่คนละฝั่งถนน  
และห่างจากสวนโมกขพลาราม ประมาณ 2  
กิโลเมตร นอกจากจัดให้มีการประชุมระหว่างชาติ  
ศาสนา นิกาย กลุ่ม ฯลฯ เพื่อความร่วมมือ และ  
นำไปสู่สันติภาพของโลกแล้วยังจัดให้มีการอบรม  
ธรรมะอย่างจริงจัง ทั้งด้านทฤษฎีและปฏิบัติทุกๆ  
เดือน หลักสูตรที่อบรมจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท  
ได้แก่ หลักสูตรสำหรับชาวต่างประเทศจะมีขึ้น  
ในวันที่ 1-10 ของทุกเดือน ตลอดปี หลักสูตร  
สำหรับชาวไทยจะมีทุก ๆ วันที่ 19-27 ของทุกเดือน  
ตลอดปีและหลักสูตรพิเศษที่จัดให้หน่วยงานต่างๆ

วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร ตั้งอยู่  
ตำบลเวียงห่างจากตัวเมืองสุราษฎร์ธานีประมาณ  
54 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 41 และ  
แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 4011 เลี้ยวซ้าย  
บริเวณกิโลเมตรที่ 137 องค์พระเจดีย์เป็น  
โบราณสถานที่สร้างขึ้นตามแบบลัทธิมหายาน  
ตั้งแต่ครั้งอาณาจักรศรีวิชัยรุ่งเรือง รอบองค์มี  
พระธาตุเจดีย์เล็กๆ 4 ทิศ ล้อมรอบด้วยวิหารคด  
ซึ่งประดิษฐานพระพุทธรูปเก่าแก่ขนาดต่างๆ  
โดยรอบทั้ง 4 ด้าน นับเป็นปูชนียสถานที่สำคัญ  
ทางพุทธศาสนาของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติไชยาตั้งอยู่ฝั่ง  
ตรงข้ามวัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร เป็น  
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติประเภทประวัติศาสตร์  
และโบราณคดี จัดแสดงประติมากรรมศิลาและ  
สำริดที่ค้นพบในเมืองไชยาเก่า ได้แก่ เทวรูป  
พระนารายณ์ พระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวร ส่วน  
อาคารที่สองเป็นที่จัดแสดงหลักฐานสมัยก่อน  
ประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยทวารวดี ศรีวิชัย ลพบุรี  
สุโขทัย อยุธยา

วัดรัตนาราม หรือ วัดแก้วตั้งอยู่ที่บ้านวัดแก้ว ตำบลเลม็ด อยู่ห่างจากวัดพระบรมธาตุไชยาประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นวัดเก่าแก่มีโบราณสถานที่สำคัญเรียกว่า เจดีย์วัดแก้ว เป็นโบราณสถานสถาปัตยกรรมแบบก่ออิฐไม่ถือปูน ฐานล่างเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีมุข 4 ด้าน ระหว่างมุขทำเป็นย่อมุมไม้สิบสอง ชุ่มด้านทิศตะวันออกมีทางเดินไปห้องกลางขององค์เจดีย์ ภายในชุ่มมีพระพุทธรูปปางมารวิชัยประดิษฐานอยู่ทุกชุ่ม กองโบราณคดีกรมศิลปากรได้ขุดแต่งบูรณะในปี พ.ศ.2519-2522

วัดหลงตั้งอยู่ที่บ้านวัดหลง อยู่ติดกับวัดรัตนาราม เป็นวัดเก่าแก่ไม่ทราบแน่ชัดว่าสร้างในสมัยใด สันนิษฐานว่าเจดีย์ของวัดนี้สร้างสมัยเดียวกับเจดีย์วัดพระบรมธาตุไชยา คือระหว่างพุทธศตวรรษที่ 14-15 เป็นเจดีย์ที่ทั้งร้างมานานจนชำรุดเหลือแต่ซากอิฐและฐานราก กองโบราณคดี กรมศิลปากรได้ขุดแต่งบูรณปฏิสังขรณ์ เมื่อปี พ.ศ.2524-2527 ทำให้สภาพของรูปทรงเจดีย์ชัดเจนขึ้น

บ่อน้ำพุร้อนเขาใน อยู่บริเวณหมู่ที่ 2 บ้านวัดแก้วห่างจากที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด 200 เมตร และบ่อน้ำร้อนเขานอกบริเวณสวนไมกษณานาชาติ ตั้งอยู่ในหมู่ที่ 6 บ้านปากด่าน

บ้านพุมเรียง ห่างจากอำเภอไชยาประมาณ 6 กิโลเมตร เป็นหมู่บ้านของชาวไทยมุสลิมซึ่งอยู่ร่วมกับชาวไทยพุทธ มีชื่อเสียงทางด้านการทอผ้าไหมลายดั้งเดิม ซึ่งเป็นผ้าที่มีลวดลายสวยงาม คุณภาพดี และมีลักษณะเด่นต่างจากผ้าไหมของภาคอื่นๆสำหรับชาวไทยพุทธส่วนใหญ่จะทำอาชีพสวนหมวกที่ทำจากใบลานซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งหมดวกใบลานและผ้าไหมพุมเรียง จึงกลายเป็นอุตสาหกรรมพื้นบ้านและเป็นของที่ระลึกที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอีกด้วย

แหลมโพธิ์ ห่างจากเมืองโบราณไชยาประมาณ 10 กิโลเมตร เป็นชุมชนที่อยู่ติดชายทะเลและมีอาชีพเกี่ยวกับประมงชายฝั่ง ดังนั้นกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นการท่องเที่ยวพร้อมๆ กับการดูวิถีชีวิตการทำประมง ผลผลิตที่จับได้สามารถที่จะร่วมกันนำมาประกอบอาหารได้หลากหลายชนิด ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้มีโอกาสในการประกอบอาหารด้วยตนเองร่วมกับชาวประมงซึ่งยินดีจะให้คำแนะนำในการประกอบอาหาร

### รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผลิตไข่เค็ม

จากการจัดเวทีประชาคมเพื่อค้นหารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มผลิตไข่เค็มไชยา คณะผู้วิจัยพบรายละเอียดที่น่าสนใจที่กลุ่มผลิตไข่เค็มไชยาและภาคีที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนนำเสนอรูปแบบกิจกรรมเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร พอสรุปได้ดังนี้ มีผู้นำเที่ยวที่มีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มผลิตไข่เค็มไชยามีศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว มีการสาธิต/แสดง/ให้นักท่องเที่ยวได้ชมการผลิตไข่เค็ม มีการบรรยายกรรมวิธีการผลิตไข่เค็มแบบดั้งเดิม พักค้างแรมและร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตกับชุมชน เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองปฏิบัติด้วยตัวนักท่องเที่ยวเอง มีผลผลิตไข่เค็มให้นักท่องเที่ยวได้ชิมและจำหน่ายนักท่องเที่ยว มีบริการอาหารที่ทำมาจากผลิตผลภายในกลุ่มผลิตไข่เค็มนั้นๆ มีบอร์ดนิทรรศการแสดงกิจกรรมที่ชัดเจน ครบถ้วน และมีการจัดแสดงประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น

## เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เชื่อมโยง กับกลุ่มผลิตไข่เค็ม

การศึกษาความเหมาะสมด้านเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มผลิตไข่เค็มไชยา ประกอบด้วยเส้นทางต่อไปนี้

**เส้นทางที่ 1** สวนโมกขพลาราม วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติไชยา กลุ่มผลิตไข่เค็มไชยา บ้านพุมเรียง แหยมโพธิ์

**เส้นทางที่ 2** กลุ่มผลิตไข่เค็มไชยา วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติไชยา วัดรัตนาราม บ้านพุมเรียง แหยมโพธิ์ สวนโมกขพลาราม บ่อน้ำพุร้อน

อย่างไรก็ตามอำเภอไชยายังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่อยู่ระหว่างพัฒนาซึ่งทำให้ได้เส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่น่าสนใจเพิ่มขึ้นในโอกาสต่อไป

### การอภิปรายผล

การศึกษารูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มผลิตไข่เค็มไชยา มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพการศึกษาในเชิงคุณภาพเป็นการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง ผู้วิจัยเป็นผู้เจาะจงผู้ให้ข้อมูลประชากรในการวิจัย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานในพื้นที่อำเภอไชยา เจ้าหน้าที่ภาคเอกชน ผู้นำชุมชน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ศึกษา และเกษตรกรผู้ผลิตไข่เค็มในพื้นที่ตำบลเลม็ด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย การศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาข้อมูลบริบท

ชุมชนทั้งระดับตำบลและหมู่บ้านและบริบทของกลุ่มผลิตไข่เค็มไชยา การสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาข้อมูลบริบทชุมชนทั้งระดับตำบลและหมู่บ้านและบริบทของกลุ่มผลิตไข่เค็มไชยา การสัมภาษณ์เชิงลึกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อกำหนดรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในบริเวณใกล้เคียงเพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการจัดเวทีและกิจกรรมกลุ่ม เพื่อกำหนดรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณลักษณะโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลจากการศึกษาพบว่า อำเภอไชยาเป็นอำเภอที่เหมาะสมแก่การสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยเหตุผลสำคัญดังต่อไปนี้

1. มีจุดเด่นในด้านการมีภูมิประเทศและทัศนียภาพที่สวยงาม มีป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ มีที่ราบลุ่มเพื่อทำการเกษตร มีป่าชายเลนเป็นแหล่งอนุบาลสัตว์ทะเลนานาชนิดมีหาดทรายที่สวยงาม
2. มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย มีไข่เค็มไชยาและอาหารพื้นเมืองไชยาเป็นเอกลักษณ์ และมีประเพณีการละเล่นตลอดทั้งปี
3. มีโบราณสถานทางประวัติศาสตร์และวัดสำคัญ เช่น วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร วัดเวียง เจดีย์วัดแก้ว เจดีย์วัดหลง สวนโมกขพลาราม เป็นต้น
4. การคมนาคมสะดวก ตั้งอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองสุราษฎร์ธานี ใกล้สนามบิน สถานีรถไฟ และสถานี่ขนส่ง

5. มีความหลากหลายของสินค้าที่มีศักยภาพในการพัฒนา ซึ่งสามารถสนับสนุนให้ชุมชนได้มีรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าที่ผลิตอยู่ในปัจจุบันได้ เช่น อาหารทะเลสด และแปรรูป รวมทั้งสินค้าแปรรูปต่างๆ

การเลือกรูปแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสิ่งที่ท้องถิ่นมีอยู่และสถานะแวดล้อมภายนอกจึงเป็นเรื่องท้าทาย จุดมุ่งหมายสุดท้ายของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน คือ การให้ชาวบ้านส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ (มีรายได้) จากกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกันอย่างทั่วหน้าและเป็นธรรมชาติมากที่สุด ไม่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มคนจำนวนน้อย อย่างไรก็ตาม การบรรลุจุดมุ่งหมายนี้เป็นเรื่องท้าทายผู้บริหารท้องถิ่นเช่นเดียวกัน

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

กลุ่มผลิตไข่เค็มไชยา ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีน่าจะมีแนวโน้มในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ ควรจะส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น และให้ความสำคัญของการร่วมมือของภาคีทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรสู่การท่องเที่ยวยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการเพื่อพัฒนาพื้นที่ภายในจังหวัดไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดและ

เป็นประโยชน์ระยะยาวต่อเกษตรกร จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยเรื่องนี้อย่างจริงจัง เพื่อสร้างทางเลือกหรือช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรกรรมให้แก่เกษตรกรซึ่งเป็นการช่วยลดปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำทำให้เกษตรกรในพื้นที่เกิดความภาคภูมิใจในวิชาชีพของตนเองด้วยการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาและประสบการณ์ของตนเอง การได้แลกเปลี่ยนเชื่อมโยงความรู้ออกมาสู่สาธารณะ ทำให้ได้รับแนวทางในการผลิตสินค้าเกษตรกรรมอย่างถูกต้องและเป็นการลดการพึ่งพาการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชอันจะส่งผลให้เกิดความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภคและตัวเกษตรกรเอง รวบรวมองค์ความรู้เกษตรท้องถิ่นทั้งหมดของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นฐานการพัฒนาการเกษตรเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนพัฒนาที่สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ และเพื่อพัฒนานุเคราะห์ด้านการเกษตร โดยใช้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเครื่องมือ ตลอดจนการติดตามปัญหาและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้ควรสนับสนุนให้มีการศึกษากลุ่มเกษตรกรกลุ่มอื่นๆ ที่มีส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่นๆ ที่มีจุดเด่นน่าสนใจ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่ม และ ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบการจัดการกิจกรรมกลุ่มที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละกลุ่ม เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงการจัดการกิจกรรมกลุ่มที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

### บรรณานุกรม

- เดชา ไต้สูงเนิน. (2543). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษาน้ำมวงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สร้อยดี อาสาสมัครพกิจ.(2540). “การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (Agrotourism)”. จุลสารการท่องเที่ยว. 16 (มกราคม-มีนาคม 2540) : 41-44.
- อุไรวรรณ เปี่ยมนิเวศน์. (2544). การจัดการด้านการสื่อความหมายและสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ  
อย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอ เกาะช้าง จังหวัดตราด

Touring Route Maps for Promotions Sustainable Natural Tourism on Chang Island,  
Ko Chang Sub-District, Trat Province

ปติพร จูปราง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Pitiporn Juprang

Rajamangala University of Technology

Krungthep

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวและวิเคราะห์เส้นทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้างเดิมและสร้างแผนที่เสนอแนะเส้นทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้างใหม่โดยนำเอาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่มาช่วยในการวิจัย พื้นที่ที่ทำการศึกษา ได้แก่ ตำบลเกาะช้างและตำบลเกาะช้างใต้ ในการศึกษาความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ สำหรับการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม ใช้การสืบค้นข้อมูลของผู้ประกอบการ ส่วนการสร้างแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ในการประเมินผลเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ใช้แบบสอบถามจากตัวอย่างที่สุ่มโดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่ายจำนวน 10 ตัวอย่าง แล้วจึงนำผลที่ได้มาสร้างแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยว ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถามจำนวน 10 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยหาค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่ามีความหนาแน่นทางทิศตะวันออก มากกว่าทิศตะวันตกตั้งแต่ 3 ถึง 5 เท่า เนื่องจากสภาพสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ และความนิยมลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนเส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเดิม ไม่มีการกระจายออกไปสู่บริเวณอื่นๆ สำหรับแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

### Abstract

The aims of this research were to study the density of natural tourism attractions on

Ko Chang, to analyze the current route of Ko Chang's natural tourism attractions, and to build a guide map of these attractions. The areas of study were located at Ko Chang and South Ko Chang districts only. The research methodologies were categorized into four stages. Firstly, the secondary data was gathered from the Internet to investigate the current route of natural tourism attractions. After that, geographical information technology was employed to define an appropriate density of the attractions. A new route of Ko Chang's natural tourism attractions was introduced to 25 entrepreneurs through interviews and survey research. Lastly, a new guide map was built and 400 tourists' satisfactions survey were utilized as sampling. The ready-made computer program was employed for data interpretation the maximum and minimum values, mean and standard deviation.

The research results revealed that the density of natural tourism attractions of the eastern part were found more than the western part at 3 to 5 times due to the environmental location of geography and popular excursions, including facilities for Thai tourist. Neither natural route of tourism nor excursion was observably spreading into other areas but remained at the same areas. In addition, for the new guide map to visit Ko Chang's natural for tourism attractions and excursions, the high satisfaction was perceived.

### บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นอันมาก ดังนั้นการมีการ

ประชาสัมพันธ์หรือการทำการตลาดเป็นอย่างดีจะเป็นการทำให้ธุรกิจนี้ สามารถเจริญรุ่งเรือง ทำรายได้เป็นอย่างมาก ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวของประเทศมีหลายประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือทางธรรมชาติสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะทางทะเล หรือเกาะต่างๆ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และข้อมูลสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบเพื่อใช้ในการตัดสินใจในการเดินทาง ได้แก่ เส้นทาง การเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งบริการนักท่องเที่ยวต่างๆ ที่ชัดเจน ดังนั้นการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ สามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ ป้ายประกาศ แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นสภาพปัจจุบันเทคโนโลยีเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และสารสนเทศได้พัฒนาไปอย่างกว้างขวาง ข้อมูลสารสนเทศอย่างหนึ่งที่สำคัญ ได้แก่ ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) ซึ่งเป็นข้อมูลจากภาพถ่ายดาวเทียมของกรมแผนที่ทหาร โดยลักษณะข้อมูลเป็นดิจิทัล จัดเก็บเป็นฐานข้อมูล (Database) มีความถูกต้องสูง เหมาะอย่างยิ่งในการนำมาพัฒนาพร้อมกับการประชาสัมพันธ์และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในลักษณะแผนที่เพื่อการท่องเที่ยว ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถแสดงให้ผู้สนใจหรือนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาได้สะดวกรวดเร็ว ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และเส้นทางคมนาคมเพื่อให้สามารถส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวแก่ผู้ที่สนใจได้เป็นอย่างดีทั้งภายในและภายนอกประเทศ สำหรับจังหวัดตราด เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรธรรมชาติผสมผสานกันหลายอย่างคือทรัพยากรป่าไม้ ภูเขา และหมู่เกาะต่างๆ โดย

มีเกาะช้าง เป็นเกาะขนาดใหญ่รองจากเกาะภูเก็ต ลักษณะเป็นเขาสูง มีผาชันชันชัน มีสภาพ ป่าสมบูรณ์ ส่วนใหญ่เป็นป่าดงดิบและเป็นต้น น้ำของน้ำตกหลายแห่งบนเกาะ นอกจากนี้ ยังมี เกาะเล็กเกาะน้อย อยู่โดยรอบ ซึ่งแต่ละเกาะ มีชายหาด และปะการังทั้งน้ำตื้นและน้ำลึกที่สวยงาม ทำให้หมู่เกาะช้างได้รับขนานนามว่า “อันดามันแห่งภาคตะวันออก” หรือชายฝั่งทะเล อ่าวไทยปัจจุบันกำหนดให้เกาะช้างเป็นพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนา พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2546: 1-24) เนื่องจากได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมาก ทำให้ เกิดผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมบนเกาะช้างอย่างชัดเจน เช่นการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ ที่ดินเพื่อรองรับธุรกิจท่องเที่ยว วิถีชีวิตของชาว ประมงพื้นบ้าน เปลี่ยนแปลงเป็นการดำเนินกิจการ เรือจ้าง เป็นต้น การศึกษาโครงการนี้ เพื่อนำเอา ฐานข้อมูลที่ได้จากระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ มาประยุกต์ใช้กับการหาความหนาแน่น เส้นทาง การท่องเที่ยวใหม่รวมทั้งการจัดทำแผนที่เส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่ เกาะช้าง เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อนัก ท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง
2. เพื่อวิเคราะห์เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้างเดิม

3. เพื่อสร้างแผนที่เสนอแนะเส้นทาง การท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้างใหม่

### วิธีการศึกษา

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับข้อมูลทั่วไป,สถานที่ท่องเที่ยวและเส้นทางคมนาคมของเกาะช้างจังหวัดตราด ทฤษฎีของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ และทฤษฎีของระบบฐานข้อมูลในระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์
2. ศึกษาความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง จากกรณีวิเคราะห์ข้อมูลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์
3. ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม ใช้การสำรวจและหาข้อมูลจากผู้ประกอบการ
4. การสร้างแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวใหม่ โดยใช้การประเมินผลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวใหม่
5. ประเมินความพึงพอใจต่อแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย
6. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางด้านสถิติ หาค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### ข้อค้นพบ

1. สถานที่ใดที่มีนักท่องเที่ยวมากจะปรากฏที่พักรายเป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยมีหลากหลายระดับของราคาและประเภทของที่พักร ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ สถานที่พักรที่มีไว้สำหรับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีที่พักรที่มีไว้กับ ผู้ติดตามหรือผู้ที่มาประกอบอาชีพบนเกาะช้าง ดังนั้นราคาที่พักจะมีเป็นแบบรายวันและรายเดือน
2. สถานที่พักรส่วนใหญ่ต้องการเผยแพร่บนระบบอินเทอร์เน็ต แต่ขาดแนวทางการดำเนินงาน

3. เนื่องจากการที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากในช่วงเทศกาลต่างๆ ทำให้มีการสร้างสถานที่พักขึ้นมาก จนปัจจุบันเกินความต้องการ มักจะแออัดอยู่ตามร้านอาหาร ไม่มีการจดทะเบียนและไม่เสียภาษี รัฐไม่ทราบถึงจำนวนสถานประกอบการทั้งหมด และไม่สามารถบริหารจัดการอย่างเป็นระบบได้

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มใหญ่ที่เข้ามาจะมาในรูปแบบจัดสัมมนาในฤดูแล้ง ปริมาณน้ำมีน้อย สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่สามารถเข้าไปเที่ยวได้ เช่น น้ำตกต่างๆ นอกจากนี้ที่พักบางแห่ง ยังขาดแคลนน้ำจัดบริการนักท่องเที่ยว

5. ถนนหนทางด้านตะวันออก มีลักษณะคดเคี้ยวมากแล้ว ไม่เหมาะสำหรับนักขับรถที่ขาดความชำนาญ

6. อาหารที่ขายอยู่ตามถนนหนทางขาดคุณภาพ แต่ราคาสูง

7. บริเวณริมทางไม่มีระเบียบ ร้านค้าระเกะระกะ และมีการบุกรุกริมถนน ทำให้นถนนแคบและอาจมีอันตรายได้ง่าย จากระถยนต์

8. มีการบุกรุกขายหาบ โดยการปลูกที่พักแล้วขายอาหารและสุรา ในเวลากลางคืน อาจเป็นแหล่งมั่วสุมได้ง่าย

9. เกาะช้างจะเป็นเกาะสวรรค์ได้ ถ้าทุกคนช่วยกันดูแลธรรมชาติให้อยู่ตลอดไป โดยควรมีช่วงเวลาของการบำรุงรักษาแหล่งธรรมชาติบ้าง

### ข้อเสนอแนะ

จากผลของการวิจัย ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ 2 ด้านคือ ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) ความหนาแน่นที่ศึกษานั้น เป็นการศึกษในส่วนขอสถานที่ท่องเที่ยว มิได้ศึกษาถึงสิ่งก่อสร้างหรือสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งมิได้ศึกษาถึงประชากรหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวบนเกาะช้าง
- 2) เส้นทางท่องเที่ยวที่เสนอแนะ อาจมีการปรับเปลี่ยนมาความเหมาะสม โดยคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ นอกจากระยะทาง
- 3) แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวนี้ ควรประมวลผลอยู่บนระบบอินเตอร์เน็ต เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดต่อนักท่องเที่ยวในการสืบค้นหาข้อมูล
- 4) แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวนี้มีระบบสองภาษาคือภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษากิจกรรมต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นว่าเหมาะสมตามฤดูกาล เหมาะสมกับระบบนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกิจกรรมที่มีอยู่จำนวนมากหรือน้อยเกินไปจากความต้องการ
- 2) จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาส่วนใหญ่จะเป็นชาวยุโรป หรือชาวมิวนามากกว่าชาวเอเชีย ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้หรือแนวทางการส่งเสริมให้มีชาวเอเชียเข้ามาเพิ่มขึ้น
- 3) โปรแกรมแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาให้มีหลายภาษา เช่น ภาษาจีน เกาหลี ญี่ปุ่น เป็นต้น

## สรุป

จากการศึกษาความหนาแน่นการแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งเส้นทางการท่องเที่ยวเดิม ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามและผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก นำไปสู่การเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ โดยจำแนกบริเวณสถานที่ที่กิจกรรมขึ้นอยู่กับอายุของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้กิจกรรมยังขึ้นอยู่กับฤดูกาลด้วยเช่น การดูหิ่งห้อยจะสามารถดูได้ในช่วงฤดูหนาวการตกหมึกจะทำได้ในช่วงฤดู เป็นต้น ดังนั้นการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่จึงมีการกำหนดกิจกรรมอย่างกว้างๆตามความเหมาะสมของนักท่องเที่ยวและฤดูกาล แต่อย่างไรก็ตามในช่วงฤดูฝนก็เป็นช่วงที่ไม่เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวและทำกิจกรรมบนเกาะ

จากการสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีการเก็บข้อมูลความคิดเห็นโปรแกรมการท่องเที่ยวรวมทั้งศึกษาข้อมูลระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์นำมาประกอบกันเป็นแผนที่

ซึ่งสามารถประมวลผลและค้นหาระบบอินเตอร์เน็ต โดยแผนที่นี้ประกอบด้วยข้อมูลทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยว ทั้งโปรแกรม 2 วัน 1 คืน และโปรแกรม 3 วัน 2 คืน อย่างละ 3 แบบ ให้พิจารณาใช้เป็นแนวทางในการท่องเที่ยวบนเกาะช้างในระยะเวลาที่เหมาะสม และเสียค่าใช้จ่ายน้อย นอกจากนี้ยังมีการข้อมูลที่ปักและสถานที่ท่องเที่ยวพร้อมภาพ ซึ่งสามารถค้นหาข้อมูลตามตัวอักษรทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเนื่องจากข้อมูลที่ปักมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยๆ โปรแกรมแผนที่นี้ ยังสามารถในการเพิ่มหรือลบข้อมูลปัก โดยกำหนดให้ผู้ที่หน้าที่ดูแลระบบเป็นผู้มีสิทธิ์แก้ไขได้ เพื่อให้ข้อมูลเป็นปัจจุบัน

มากที่สุด สำหรับการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมแผนที่เสนอแนะเส้นทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาตินี้โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ทั้งในส่วนของโปรแกรมการท่องเที่ยวและส่วนของตัวโปรแกรมแผนที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีครบทุกเพศ ทุกช่วงอายุ ยกเว้นอายุ 60 ขึ้นไป ทุกสถานะสมรส และทุกอาชีพ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

1.1 จำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งสองเพศไม่มีความแตกต่างกัน คือส่วนใหญ่พึงพอใจกับโปรแกรม 3 วัน 2 คืน แบบที่ 1 เป็นอันดับหนึ่งและอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

1.2 จำแนกตามอายุแตกต่างกันคือ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 3 วัน 2 คืน แบบที่ 3 เป็นอย่างมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 31 ถึง 60 ปี มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 3 วัน 2 คืน แบบที่ 1 เป็นอย่างมากกว่าแบบอื่นๆ

1.3 จำแนกตามสถานะภาพสมรสแตกต่างกัน คือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส โสด มีความพึงพอใจกับโปรแกรม 3 วัน 2 คืนแบบที่ 3 ในขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 3 วัน 2 คืนแบบที่ 1 และผู้ที่มีสถานภาพสมรส หย่าหรือหม้าย มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 2 วัน 1 คืนแบบที่ 3

1.4 จำแนกตามอาชีพแตกต่างกันคือผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 3 วัน 2 คืน แบบที่ 3 มากที่สุด ในขณะที่อาชีพนอกเหนือจากนี้มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 3 วัน 2 คืนแบบที่ 1 มากที่สุด

## 2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับโปรแกรมแผนที่เพื่อการท่องเที่ยว ในแต่ละด้านดังนี้

### 2.1 จำแนกตามเพศ

2.1.1 ในด้านองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน คือความพึงพอใจต่อความน่าสนใจและสวยงามของภาพ เป็นอย่างมากกว่าส่วนอื่นๆ

2.1.2 ในด้านตัวอักษรและสีแตกต่างกัน คือผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อขนาดของตัวอักษรที่ใช้อ่านง่ายและชัดเจน เป็นอย่างมากกว่าแบบอื่นๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเลือกใช้สีตัวอักษร เป็นอย่างมากกว่าส่วนอื่นๆ

2.1.3 ในด้านการจัดการระบบไม่แตกต่างกัน คือความพึงพอใจต่อข้อมูลที่มีอยู่สามารถใช้ประโยชน์ เป็นอย่างมากกว่าส่วนอื่นๆ

2.1.4 ในด้านการเชื่อมโยงไม่แตกต่างกัน คือความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเชื่อมโยงจากรูปภาพ เป็นอย่างมากกว่าส่วนอื่นๆ

### 2.2 จำแนกตามอายุ

2.2.1 ในด้านองค์ประกอบแตกต่างกัน คือผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 41 ปี มีความพึงพอใจต่อ ความน่าสนใจ

และสวยงามของภาพมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ถึง 50 ปี มีความพึงพอใจต่อความน่าสนใจและสวยงามของหน้าหลักมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ถึง 60 ปีมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมายมากที่สุด

2.2.2 ในด้านตัวอักษรและสีแตกต่างกัน คือผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 21 ปี อายุ 31 ถึง 40 ปี และอายุ 51 ถึง 60 ปีมีความพึงพอใจต่อขนาดของตัวอักษรที่ใช้อ่านง่ายและชัดเจนมากที่สุด และอายุ 21 ถึง 50 ปี มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเลือกใช้สีตัวอักษรมากที่สุด

2.2.3 ในด้านการจัดการระบบแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 21 ปี อายุตั้งแต่ 41 ถึง 50 ปี มีความพึงพอใจต่อข้อมูลที่มีอยู่สามารถใช้ประโยชน์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 21 ถึง 40 ปีและอายุตั้งแต่ 51 ถึง 60 ปี มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูลมากที่สุด

2.2.4 ในด้านการเชื่อมโยงแตกต่างกัน คือผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 21 ปี อายุตั้งแต่

31 ถึง 40 ปี และอายุตั้งแต่ 51 ถึง 60 ปี มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเชื่อมโยงจากรูปภาพมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 21 ถึง 30 ปี และอายุตั้งแต่ 41 ถึง 50 ปี มีความพึงพอใจต่อความถูกต้องในการเชื่อมโยงมากที่สุด

### 2.3 จำแนกตามสถานภาพสมรส

2.3.1 ในด้านองค์ประกอบแตกต่างกัน คือผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพสมรส โสดและสมรสมีความพึงพอใจต่อความน่าสนใจและสวยงามของภาพมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพสมรส หย่าหรือหม้าย มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของขนาดภาพมากที่สุด

2.3.2 ในด้านตัวอักษรและสีแตกต่างกัน คือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส โสดและหย่าหรือหม้าย มีความพึงพอใจต่อขนาดของตัวอักษรที่ใช้ อ่านง่ายและชัดเจนมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส สมรส มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเลือกใช้สีตัวอักษรมากที่สุด

2.3.3 ในด้านการจัดการระบบไม่แตกต่างกันคือ ผู้ตอบแบบ

สอบถามทุกสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจต่อข้อมูลที่มีอยู่สามารถใช้ประโยชน์มากที่สุด

2.3.4 ในด้านการเชื่อมโยงไม่แตกต่างกัน คือมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเชื่อมโยงจากรูปภาพมากที่สุด

### 2.4 จำแนกตามอาชีพ

2.4.1 ในด้านองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน คือ มีความพึงพอใจต่อความน่าสนใจและสวยงามของภาพ มากที่สุด

2.4.2 ในด้านตัวอักษรและสีแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวและพ่อบ้านหรือแม่บ้านหรือเกษียณ มีความพึงพอใจต่อขนาดของตัวอักษรที่ใช้ อ่านง่ายและชัดเจนมากที่สุด ในขณะที่ผู้ที่อาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเลือกใช้สีตัวอักษร มากที่สุด และผู้ที่อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอมากที่สุด

2.4.3 ในด้านการจัดการระบบไม่แตกต่างกันคือ ผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพนักเรียน

หรือนักศึกษา และค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อข้อมูลที่มีอยู่ สามารถใช้ประโยชน์มากที่สุด สำหรับ ผู้ตอบที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูลมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบที่มีอาชีพ ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อข้อมูลที่มีอยู่สามารถใช้ ประโยชน์และความสะดวก ในการค้นหาข้อมูลมากที่สุด ในขณะที่พ่อบ้านหรือแม่บ้าน หรือเกษียณ มีความพึงพอใจ ต่อความสะดวกในการค้นหา ข้อมูลมากที่สุด

- 2.4.4 ในด้านการเชื่อมโยงไม่แตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเชื่อมโยงจากรูปภาพมากที่สุด สำหรับผู้ตอบที่มีอาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้านหรือเกษียณ มีความพึงพอใจต่อความถูกต้องในการเชื่อมโยงมากที่สุด ในขณะที่ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเชื่อมโยงจากข้อความมากที่สุด

## อภิปรายผล

ความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พบขึ้นกับปัจจัย 2 ส่วน คือ สภาพภูมิศาสตร์ และความนิยมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดธุรกิจและการนำเสนอ กิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น สถานที่มีสภาพพื้นที่เป็นป่าไม้ จะมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยม ได้แก่ การส่องสัตว์ ชีช้างชมธรรมชาติ เทียนน้ำตก ในขณะที่สถานที่มีสภาพพื้นที่เป็นหาด นักท่องเที่ยวจะนิยมพายเรือ เล่นน้ำ หรือไปดำน้ำดูปะการัง ตกปลา ตกปลา ฯลฯ ด้านตะวันออกของเกาะช้าง พบว่ามีที่พักส่วนใหญ่เป็นโรงแรม ราคาสูง ถนนหนทางคดเคี้ยวและชัน แต่มีนักท่องเที่ยวมาพักเพื่อทำกิจกรรมพายเรือ เล่นน้ำทะเล และดำน้ำดูปะการัง มีรถบริการสาธารณะตลอดเส้นทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ด้านตะวันตกของเกาะช้าง พบว่ามีที่พักส่วนใหญ่เป็นโฮมสเตย์จำนวนมาก และราคาถูก ถนนหนทางสะดวกและไม่คดเคี้ยวมากนัก ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักเพื่อพักผ่อนทางธรรมชาติ เช่น นั่งเล่นริมหาดหรือพายเรือคายัค หรือซื้ออาหารทะเลมาทำทานกัน เนื่องจากใกล้หมู่บ้านชาวประมง ทำให้ได้อาหารทะเลราคาถูก ฯลฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อย เส้นทาง การท่องเที่ยวที่เสนอแนะมิได้เสนอแบบเที่ยว 1 วัน เนื่องจากระยะเวลาที่เดินทางมาถึงเกาะช้าง ต้องใช้เวลามากพอสมควร เช่น จากกรุงเทพฯ มาเกาะช้าง จะใช้เวลาเดินทางประมาณ 5 ชั่วโมง จึงไม่เหมาะที่จะเข้ามาแล้วกลับภายใน 1 วัน ดังนั้นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เวลาที่เหมาะสม จึงระหว่าง 2 ถึง 3 วัน หากเกินกว่านี้พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่สนใจ เนื่องจากวันหยุดพักผ่อนของคนไทยมักไม่เกิน 3 วัน

ในแต่ละครั้ง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มักอยู่นาน จะมีบางที่มาพักผ่อนกับเพื่อนคนไทย และอยู่เป็นเวลาสั้นๆ เหมือนนักท่องเที่ยวไทย เส้นทางท่องเที่ยวมักจัดให้อยู่บริเวณใกล้เคียงกันและสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ในเวลาที่เหมาะสมและเสียเวลาหรือค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อย ดังนั้นจากสำรวจความคิดเห็นจึงพบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 21- 40 ปี เป็นโสด และเป็นพนักงานของบริษัทเอกชน ซึ่งคือ อยู่วัยทำงาน ยังไม่มีภาระมากนัก และมีรายได้ดีพอสมควรในการท่องเที่ยวและทำกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ กิจกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่มักเสนอแนะหรือจัดการโดยผู้ประกอบการที่พัก ซึ่งมักเสนอแนะในสิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถจัดการให้ได้เท่านั้น มิได้แนะนำกิจกรรมอื่นๆที่น่าสนใจ และมีอยู่บนเกาะช้าง เส้นทางแผนที่ เส้นทางท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นผู้สร้างให้ จะมีของหน่วยงานของรัฐจำนวนน้อย ปัญหาที่พบคือข้อมูลที่มีอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ตขาดการปรับปรุงให้ทันสมัย และการค้นหาข้อมูลเป็นเรื่องยาก และช้า ไม่ครบถ้วนตามความต้องการ ที่เป็นเช่นนี้เกิดจากขาดผู้รับผิดชอบอย่างจริงจัง 

### บรรณานุกรม

- กัณวาลย์ จันทร์โชติ. การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับมลพิษของพื้นที่เกาะช้าง. งานวิจัยกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- วาสิฏฐ์ อิมแสงจันทร์. เอกลักษณะของสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจังหวัดตราด. งานวิจัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เนาวรัตน์ สมบัติภูธร. 2541. การประยุกต์ใช้ข้อมูลการสำรวจระยะไกลและระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อทำแผนที่ระบบนิเวศของพื้นที่ชุ่มน้ำ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. 2548. พระราชกฤษฎีกาการจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- อานันท์ จักรแก้ว. 2545. ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการจัดการฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- “GIS ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์”. 2549. [ออนไลน์]: สืบค้นได้จาก <http://www.gis2me.com/gis>. วันที่สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2549



รวบรวมบทความวารสารวิชาการ ANNUAL OF INTERNATIONAL THAI TOURISM JOURNAL 2008

# การท่องเที่ยวไทย

ปี พ.ศ.  
2551

## นานาชาติ



ได้รับการสนับสนุนทุนการจัดพิมพ์จาก

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน

แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : 0 2278 8200 (อัตโนมัติ 30 คู่สาย) โทรสาร : 0 2298 0476

E-mail : callcenter@trf.or.th homepage : <http://www.trf.or.th>

ISBN 978-616-7197-25-8



9 786167 197258

อภินันทนาการ ห้ามจำหน่าย