



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนอง
ความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย
กรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก

Tour Repackaging for Thailand the Case Study of
5 Provinces of the West of Thailand

โดย มธุรส ปราบไพรี และคณะ

เมษายน 2550

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนอง
ความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย
กรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก

Tour Repackaging for Thailand the Case Study of
5 Provinces of the West of Thailand

คณะผู้วิจัย		สังกัด
นางสาวมธุรส	ปราบไพรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
นางสาวมลธิชา	แจ่มจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
นายณัฐวุฒิ	สุวรรณช่าง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
นายพรชัย	คุ้มมี	บริษัทหัวหินไฮไลต์ สอติเคย์ จำกัด

ชุดโครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนอง
ความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย
กรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนทุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และความร่วมมือจากบุคคลและองค์กรที่มีส่วนในการทำให้การวิจัยนี้สำเร็จและเสร็จสมบูรณ์ ดังนี้ ดร.เทิดชาย ชวยบำรุง ผู้อำนวยการสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน ดร.โสมยง ไช้ทอง ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ดร.พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจด์ ประธานสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี อาจารย์/นักวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจoomla ที่ได้อนุเคราะห์ข้อมูลในด้านวิชาการ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคตะวันตกของผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต 1 (กาญจนบุรี) ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต 2 (เพชรบุรี) ผู้อำนวยการและรองผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือเขต 4 (ตาก) ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ รวมถึงเครือข่ายภาคีจากผู้ประกอบการธุรกิจ การท่องเที่ยวในกลุ่มภาคตะวันตก คุณเอกนิษฐ์ สุนทรเวช (บริษัทหัวหินแอตเวนเจอร์ จำกัด) คุณเกียรติศักดิ์ กล่อมสกุล (ห้างหุ้นส่วนจำกัดกบแพรงคั้ง ทราเวล) คุณพระระวี สีเหลืองสวัสดิ์ (บริษัทอุ่นใจทราเวล จำกัด) คุณจัมโบ้ จตุพรไพศาล (บริษัทอาร์ เอส พี จัมโบ้ ทราเวล จำกัด) คุณวิชัย ล้อศิริ (ประธานชมรมโรงแรมริสอร์ทและสนามกอล์ฟ กาญจนบุรี) และคุณประยุทธ ทองเพิ่ม (บริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด) คุณพรปวีณ์ ทรัพย์เจริญ (บริษัทต้นน้ำทัวร์ จำกัด) คุณสิริรัตน์ แสงทอง (บริษัทไนท์สปอตฮอติเคย์ จำกัด) คุณทิพวรรณ จิตรนพคุณ (บริษัทเพื่อนธรรมชาติ จำกัด) และสถานประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตกที่ให้การสนับสนุนข้อมูลและการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และศิษย์เก่าและนักศึกษาปัจจุบันสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณบุคคลและหน่วยงานที่ได้กล่าวนามข้างต้นมา ณ โอกาสนี้

คณะวิจัย

30 เมษายน 2550

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

ความสำคัญ/ความเป็นมา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศในอันดับต้นๆ ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่มีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยในปี พ.ศ. 2549 มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาประเทศไทยประมาณ 12.38 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นเนื่องมาจากฟื้นตัวจากเหตุการณ์วิกฤตการณ์ทางการเมืองในเดือนกันยายนที่ผ่านมา การส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในประเทศ การขยายเส้นทางการบินมาประเทศไทย รวมถึงอันเนื่องมาจากเป็นปีแห่งมหามงคลที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองสิริราชครบ 60 ปี รายได้จากการท่องเที่ยวส่งผลให้รัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Tour Packages) เป็นอีกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศและสร้างมูลค่าจากการแปลงทรัพยากรเป็นรายได้ แต่โปรแกรมหดงกล่าวยังขาดความหลากหลาย และยังคงอยู่ในการพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดทางเลือกที่ยั่งยืน ทำให้เกิดทางท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวซ้ำๆ ส่งผลกระทบเชิงลบต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังไม่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง ในขณะที่เดียวกันแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวอิสระเหล่านี้มีความต้องการเดินทางด้วยความถี่มากขึ้น ส่งผลต่อจำนวนการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่จะใช้ระยะเวลาในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว น้อยลง

จากสภาพการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันทำให้มีแนวคิดการศึกษาปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป เพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ (Tour Repackaging for Thailand the Case Study of 5 Provinces of the West of Thailand) ให้เป็นทางเลือกใหม่ที่มีรูปแบบอันหลากหลาย สำหรับตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันในแต่ละปัจเจกบุคคลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว และจะส่งผลต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ทำให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง และช่วยลดปัญหาการเสื่อมของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปให้เป็นทางเลือกใหม่ในการตอบสนองความต้องการด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในยุคนปัจจุบันใน 5 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย
2. เพื่อสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวไทยกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย
4. เพื่อสร้างธนาคารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยว (Tourism SWOT Analysis) ในเขต 5 จังหวัด ภาคตะวันตก (ตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)
2. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับ 5 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Best Tour Packages) สำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) จำนวน 27 โปรแกรมและเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ (FITs) จำนวน 27 เส้นทาง แยกตามประเภทการท่องเที่ยวแบบผสม (Mixed-tourism) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature-based Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1, 2 และ 3 วัน
3. ภาคีทางการท่องเที่ยวที่เป็นภาคธุรกิจการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยอย่างน้อย 1 แห่ง

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด สามารถนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของตนเอง ซึ่งจะเป็นช่องทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลมากขึ้น
2. นักท่องเที่ยวสามารถใช้ผลการวิจัยนี้เป็นทางเลือกในรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ
3. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเป็นกลุ่มที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในเชิงปฏิบัติได้โดยตรง เพื่อเป็นการเผยแพร่และได้รับรู้ถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

4. สถาบันการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยใช้ประกอบการเรียนการสอน หรือการต่อยอดในการทำวิจัยในเรื่องนี้ หรือการวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาถึงการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปและเส้นทางที่เหมาะสม เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวคนไทย จากการศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดคำถามการวิจัยออกเป็น 3 ข้อ ดังนี้

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 ปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยเป็นอย่างไร

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 การสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยควรดำเนินการในลักษณะใด มีอุปสรรคและปัญหาอย่างไรบ้าง

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมายในการวิจัยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1.1 เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับกรท่องเที่ยวในกลุ่มภาคตะวันตก และให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดในภาพรวม

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกลุ่มภาคตะวันตกที่ใช้เส้นทางภายใน 5 จังหวัดเป้าหมาย และบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

1.3 นักท่องเที่ยวภายในประเทศใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญกับนักท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด เพื่อสอบถามความคิดเห็นต่อเส้นทางและเลือกเส้นทางที่ท่องเที่ยวตามลำดับ 1, 2, และ 3

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลประเภทการสำรวจสนาม (Field survey) การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม (Interviewing) สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviewing) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Key Informant) ทั้งหน่วยงานของรัฐและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว การชักถามกลุ่ม (Focus group) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งข้อมูลดิบและข้อมูลที่ผ่านกรรมวิธีทางข้อมูล (Data processing) หรือการวิเคราะห์ข้อมูลมาแล้ว (Data analysis)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ร่วมกับการวิเคราะห์พื้นที่ศึกษาโดยใช้หลักการ SWOT Analysis และใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการใช้โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป (SPSS) เพื่อแสดงผลทางสถิติร้อยละในการแสดงผลการศึกษา

ผลการวิจัย

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวภาพรวมในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก

จากการวิจัยสถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด สามารถวิเคราะห์ภาพรวมการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคได้ว่า การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวคนไทยที่ยังคงให้ความสำคัญ และตื่นตัวกับการเดินทางอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตลอดมา ดังนั้นอัตราการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาคตะวันตกย่อมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแน่นอน ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนมากถึง 10,826,924 คน ก่อให้เกิดรายได้มากถึง 18,898.28 ล้านบาท ซึ่งจะส่งผลต่อสภาวะการแข่งขันทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะในส่วนของภาคเอกชน หรือแม้แต่ภาครัฐในท้องถิ่นที่ต้องดูแลการท่องเที่ยวจำเป็นต้องจัดทำแผนพัฒนาเพื่อรองรับการเติบโต และความต้องการทางการท่องเที่ยว ซึ่งนับได้ว่าการแข่งขันมีการทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกปี

1.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก

นักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตกนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระหรือจัดการเดินทางท่องเที่ยวเองเป็นส่วนใหญ่ และท่องเที่ยวเป็นแบบกลุ่มครอบครัวและเพื่อน/ญาติ ซึ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายัง 5 จังหวัดภาคตะวันตกคือเพื่อการท่องเที่ยวและการพักผ่อนเป็นหลัก โดยการตัดสินใจมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พิจารณาจากความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สามารถกระทำได้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ รวมถึงระยะทาง เวลาและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก
จากการวิจัยพบว่า ในแต่ละจังหวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวคนไทยอย่างพอเพียง โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจะมีประเภทของที่พักต่างและ

สถานบริการต่างๆ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ และพฤติกรรมในการท่องเที่ยว

1.3 แหล่งท่องเที่ยวในทุกจังหวัดมีความหลากหลายและครบทุกประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งแต่ละจังหวัดมีต้นทุนทางทรัพยากรที่แตกต่างกันไปตามลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ รวมถึงนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1.4 การวิเคราะห์ภาพรวมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของการท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก

จากการวิจัยเพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญโดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ในภาพรวมได้ดังนี้

จุดแข็ง

- ที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพ มีระยะทางใกล้กรุงเทพฯ (ยกเว้นจังหวัดตาก) ใช้เวลาในการเดินทางไม่มากนัก มีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวกและสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก

- มีต้นทุนทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวได้ ตลอดจนศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ที่ประกอบด้วยธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และกิจกรรมที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ รวมถึงสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีและรองรับได้ทุกกลุ่มนักท่องเที่ยว

- มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ที่พัก ร้านอาหาร สถานบริการต่างๆ เป็นต้น

- ในแต่ละจังหวัดมีนโยบาย แผนงาน โครงการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่

จุดอ่อน

- ที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพของจังหวัดตากที่รวมอยู่ในภาคตะวันตกทำให้ยากแก่การสร้างเส้นทางเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยว รวมถึงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีลักษณะพื้นที่แคบและยาว ทำให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งต้องใช้เวลามาก ในขณะที่จังหวัดที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพฯ ได้รับผลกระทบจากการมีวันหยุดน้อยหรือเป็นการท่องเที่ยวแบบไป-กลับ

- แหล่งท่องเที่ยวขาดศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวหรือการจัดการในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและปัญหาราคาสินค้าแพง ทำให้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเสียหาย
- การพัฒนานั้นแหล่งท่องเที่ยวหลักหรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มากกว่าพื้นที่รอง รวมถึงการสร้างกิจกรรมเพื่อดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงขาดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ
- การพัฒนา การจัดการ การตลาด การประชาสัมพันธ์ยังไม่มี ความชัดเจนและยังไม่ได้มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและขาดการส่งเสริมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอและขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการ การพัฒนาด้านคุณภาพการให้บริการ และการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยว
- ขาดการลงทุนขนาดใหญ่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่

โอกาส

- การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในกลุ่มภูมิภาค (ยกเว้นจังหวัดตาก) ทั้งการท่องเที่ยวทางภูเขา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และทะเล รวมถึงการท่องเที่ยวชายแดน
- สามารถสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวสีเขียวได้ เนื่องจากวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดได้ระบุถึงการท่องเที่ยวประเภทนี้ในทุกจังหวัด
- สามารถสร้างมูลค่าในด้านการลงทุนและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มและขยายวันพัก

อุปสรรค

- ปัญหาจากภัยธรรมชาติ ได้แก่ แผ่นดินไหว น้ำท่วม
- ข้อจำกัดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในการดูแลของหน่วยงาน ทำให้ยากแก่การปฏิบัติ รวมถึงกฎระเบียบการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
- ความตระหนักต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังมีน้อย
- การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองมีผลต่อทิศทางการบริหารจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมถึงวิสัยทัศน์ของหัวหน้าองค์กรมีผลต่อการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด และการจัดสรรงบประมาณพัฒนาการท่องเที่ยว
- ปัญหาสภาพราคาน้ำมันผันผวนส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณารายการนำเที่ยวที่เหมาะสมร่วมกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และภาคีการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึง ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ความสามารถในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว ความสามารถทางการตลาด มีกิจกรรมหรือสร้างกิจกรรมนันทนาการให้กับนักท่องเที่ยว และการกระจายแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพื่อความยั่งยืน ผลการวิจัยสามารถจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) 27 รายการ และการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ (FITs) 27 เส้นทาง แยกตามประเภทการท่องเที่ยวแบบผสม (Mixed-tourism) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature-based Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1, 2 และ 3 วัน พบว่าจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ และยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวปัจจุบัน

3. การสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวกับภาคธุรกิจท่องเที่ยว

ปัจจุบันภาคธุรกิจการท่องเที่ยวมีการทำวิจัยอยู่ตลอดเวลา แต่ไม่ได้มีรูปแบบการวิจัยที่ชัดเจนเหมือนอย่างเช่นนักวิชาการหรือนักวิจัยทำ การวิจัยส่วนใหญ่จะเป็นการวิจัยในด้านการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวซึ่งมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งนี้จะต้องให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยว การบริการและบุคลากร รวมถึงการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การวิจัยหรือการศึกษาในเชิงการท่องเที่ยวชุมชนของผู้ประกอบการในกลุ่มภาคตะวันตกยังพบว่ามีอยู่น้อย ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์และนโยบายของผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ ภาคธุรกิจในแต่ละกลุ่มจังหวัดจะมีการประเมินผลอย่างไม่เป็นทางการของผู้ประกอบการในท้องถิ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวคือ การรวมกลุ่มเพื่อเป็นสมาคม ชมรม ซึ่งเป็นเวทีในการสนทนา พูดคุยถึง ความต้องการของตลาดของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ สภาพของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวและการบริการ ปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยว รวมถึงการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ

กระบวนการทำงานของภาคเอกชนหรือธุรกิจท่องเที่ยวมีรูปแบบเช่นเดียวกับการวิจัย เพียงแต่ไม่ได้จัดทำในรูปแบบทางวิชาการ โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. มีการตั้งโจทย์หรือคำถามการวิจัยจากนักท้องถิ่นในการจัดทำรายการนำเที่ยวตามที่กำหนด
2. การกำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อตอบคำถามและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท้องถิ่นได้
3. กระบวนการทำงานหรือวิธีการทำงาน โดยผ่านการวางแผน กำหนดกรอบในการทำงาน การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ระยะเวลาในการศึกษา การสำรวจ การทดลอง และการตรวจสอบอีกครั้งเพื่อประเมินผลถึงความเป็นไปได้ทางการตลาด และความพึงพอใจของนักท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม ปัญหาและอุปสรรคในการสร้างเครือข่ายการวิจัยและการวิจัยของภาคีคือ ผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่นคือ ผู้ที่ประกอบการที่มุ่งเน้นในการสร้างผลกำไร ผลตอบแทนให้แก่องค์กรเป็นหลัก รวมถึงความอยู่รอดขององค์กรในธุรกิจการท้องถิ่น ดังนั้น ปัญหาและอุปสรรคที่จะทำให้ผู้ประกอบการหันมาทำวิจัยคือ เวลา เนื่องจากในการวิจัยในแต่ละครั้งต้องใช้เวลาอย่างมาก ภารกิจหลักคือการทำธุรกิจและมีภาระงานมาก ซึ่งอาจทำให้การทำวิจัยในแต่ละครั้งไม่สามารถทำได้ไม่เต็มที่ รวมถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการวิจัยอย่างเป็นทางการ โดยส่วนใหญ่จะทำการศึกษาดูแล การสำรวจเส้นทาง และการประเมินความพึงพอใจนักท้องถิ่นอย่างกว้างๆ ความร่วมมือและการประสานงานระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่นกับหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือภายในกลุ่มภาคีตะวันตกสามารถทำได้เฉพาะใน 4 จังหวัด ยกเว้นจังหวัดตาก เนื่องจากระยะทางไกลและเส้นทางท้องถิ่นที่ยากแก่การเชื่อมโยง

จากการระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการพบว่า บทบาทในการทำวิจัยของภาคธุรกิจการท้องถิ่นและแนวโน้มในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการทำวิจัยมีความเป็นไปได้ ในรูปแบบนักวิจัยและนักวิจัยร่วม ที่ปรึกษาการวิจัยและผู้ให้ข้อมูลสนับสนุน ผู้ประสานงานระหว่างภาครัฐกับชุมชน ประเด็นในการวิจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่นสามารถทำได้ ได้แก่ การวิจัยเชิงตลาดการท้องถิ่น ความต้องการและพฤติกรรมนักท้องถิ่น ส่วนประเด็นการวิจัยที่น่าสนใจและมีแนวโน้มสามารถทำได้ ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวชุมชน

ข้อเสนอแนะในการสร้างเครือข่ายภาคีการท้องถิ่นในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก โดยการสร้างเป็นเครือข่ายมีความเป็นไปได้ยาก เนื่องจากจังหวัดตากมีเส้นทางไกล ความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงจึงมีได้เฉพาะจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ส่วนจังหวัดตาก

สามารถจัดรวมให้เป็นเส้นทางร่วมกับจังหวัดในภาคเหนือตอนบน ควรมีการแสดงให้ภาคธุรกิจ และเอกชนเห็นความสำคัญของการทำวิจัย และผลการวิจัยควรสามารถนำไปใช้ได้จริง มีหน่วยงาน หรือองค์กรที่รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับการวิจัย และทำหน้าที่ประสานงานกับผู้ประกอบการ ควรมีการติดต่อประสานงานกับตัวแทนภาคีแต่ละจังหวัด เพื่อให้การวิจัยเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และสร้างกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการทำวิจัยร่วมกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอิสระมากกว่านักท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีเหตุผลมาจากความต้องการพักผ่อน ความเพลิดเพลิน แสดงให้เห็นถึงความต้องการท่องเที่ยวของคนในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้น อันเนื่องมาจากแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอก แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีความสามารถในการตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มและทุกระดับตามทฤษฎีความต้องการ นอกจากนี้ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หรือศักยภาพของจุดหมายปลายทางประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทาง ทำให้ผลจากการจัดทำ รายนามเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวจึงปรากฏแต่สถานที่ที่นักท่องเที่ยวรู้จักและมีชื่อเสียง มานาน ทั้งนี้มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่หรือยังไม่เป็นที่รู้จักน้อยมาก ซึ่งเกิดจากมุมมองกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยว ได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันเมื่อ วิเคราะห์ตามหลักการตลาดพบว่าการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัย “การสร้างกระแส การประชาสัมพันธ์ และการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว” ตามลักษณะที่แท้จริงของพื้นที่ และการหาช่องทางทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยว ประเภทนี้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว นอกจากนี้ การส่งเสริมการตลาดทั้งแหล่ง ท่องเที่ยวใหม่ แหล่งท่องเที่ยวเก่า และแหล่งท่องเที่ยวปัจจุบันเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องสร้างความ แตกต่างในการแข่งขันเป็นอย่างมาก รวมถึงมาตรฐาน คุณภาพของบุคลากร กิจกรรม การบริการ ที่ประทับใจ และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของภูมิภาค ตะวันตกต่อการสร้างความยั่งยืนจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างกระบวนการบูรณาการทำงาน ร่วมกันอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเพื่อสร้างเครือข่ายเชิงพื้นที่มีข้อจำกัดในลักษณะด้าน ที่ตั้งในบางจังหวัดทำให้ยากแก่การสร้างเส้นทางเชื่อมโยงเชิงการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริม การตลาดของแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่าง เพราะไม่ได้อยู่ในหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งโดยเฉพาะ ทำให้การสร้างภาพลักษณ์อาจทำได้บางส่วน เช่น การเป็นผืนป่าตะวันตก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดควรมุ่งเน้นการบูรณาการ เพื่อสามารถกำหนดจุดขายทางการท่องเที่ยวและแนวทางปฏิบัติงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
2. แม้ว่าการสร้างเครือข่ายเส้นทางการท่องเที่ยวไม่สามารถกระทำได้นื่องจากจุดอ่อนด้านที่ตั้งและมีหน่วยงานที่รับผิดชอบแต่ละพื้นที่ ควรมีการสร้างเส้นทางร่วมโดยใช้การเชื่อมต่อโดยการประสานงาน เพื่อให้เกิดเส้นทางที่เชื่อมโยงและเป็นตัวต่อการท่องเที่ยวระดับภาค
3. ควรมีการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมายที่เด่นชัดและพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทยที่นิยมท่องเที่ยวแบบอิสระ เพราะเป็นกลุ่มตลาดที่มีสัดส่วนมากที่สุดในภาคตะวันตก
4. ควรให้ความสำคัญต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะทาง ทั้งนี้จากการวิจัยพบว่าระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการรับรู้ข้อมูลยังไม่เพียงพอ หรือเข้าใจว่าเป็นแหล่งศึกษาทางวิชาการมากกว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะทางให้มากขึ้น เพราะสถานที่บางแห่งสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถสะท้อนแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและแนวทางของเศรษฐกิจพอเพียงได้
5. ควรมีการทดลองเส้นทางเพื่อให้มีความเป็นไปได้ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการเชื่อมเส้นทางใหม่ๆ เข้าไปในรายการท่องเที่ยว
6. การนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ควรพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ ประโยชน์ของการใช้งาน และการจัดทำรายการและเส้นทางท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นรายการที่สามารถยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสมของผู้ต้องการนำผลการวิจัยนี้ไปใช้
7. การจัดทำรายการนำเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการกระจายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมตามแนวคิดของความยั่งยืน อย่างไรก็ตาม หากแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ขาดการจัดการที่ดีจากหน่วยงานที่รับผิดชอบย่อมจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นได้รับผลกระทบอย่างแน่นอน
8. การสร้างเครือข่ายการวิจัยร่วมกับภาคีการท่องเที่ยวหรือภาคเอกชนควรมีการกำหนดบทบาท การสร้างความเข้าใจที่ตรงกันในการให้ความร่วมมือ การประสานงานทำวิจัย ทั้งนี้ การทำวิจัยโดยเข้าใจบริบทหรือธรรมชาติของการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวจะช่วยให้การวิจัยด้านการท่องเที่ยวโดยความร่วมมือจากหลายฝ่ายได้ผลการศึกษาที่เป็นจริง ซึ่งนำไปสู่การทำงานอย่างบูรณาการ

9. ควรมีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในแต่ละจังหวัด หรือในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักของจังหวัด ทั้งนี้ ควรให้ความสำคัญต่อการจัดทำสื่อประเภทต่างๆ ประกอบด้วย ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก การปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์และการบริการ การจัดระบบศูนย์ข้อมูลให้ครบวงจรอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถใช้ได้จริง ทั้งนี้ ควรเน้นสื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้โดยง่าย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ได้เสนอแนะประเด็นการศึกษาและวิจัยครั้งต่อไป โดยจำแนกตามกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

นักท่องเที่ยว

1) การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคนไทยและปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวอิสระ เพื่อศึกษาแนวโน้ม ความต้องการและรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวคนไทย

ผู้ประกอบการท่องเที่ยว

1) กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ
2) การวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อหาแนวทางการจัดทำรูปแบบการทำวิจัยที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ชุมชน

1) รูปแบบการพัฒนาการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนโดยความร่วมมือระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว

2) บทบาทของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว "ผู้กระทำหรือผู้ถูกกระทำ"

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

1) ผลกระทบจากการท่องเที่ยวในประเทศต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว
2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการนักท่องเที่ยวในประเทศอย่างยั่งยืน

3) การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสีเขียวสำหรับภาคตะวันตก

ภาครัฐ

- 1) ความเป็นไปได้ในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเพื่อการวิจัยในกลุ่มภูมิภาคตะวันตก
- 2) การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และทางออกในการบูรณาการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน
- 3) การพัฒนารูปแบบสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ
- 4) ผลสัมฤทธิ์จากการจัดการศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว และทางออกเพื่อการจัดการที่มี

ประสิทธิภาพ

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG4950139

ชื่อโครงการ : การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก

ชื่อนักวิจัย : นางสาวมธุรส ปราบโพธิ์ นางสาวมลธิชา แจ่มจันทร์ นายณัฐวุฒิ สุวรรณช่าง
และนายพรชัย คุ่มมี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

E-mail Address : maturee@yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : 30 กันยายน 2549-30 เมษายน 2550

การวิจัยเรื่องการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดตาก
กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อพัฒนาโปรแกรมการ
ท่องเที่ยวสำเร็จรูปให้เป็นทางเลือกใหม่ในการตอบสนองความต้องการด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน เพื่อสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวไทยกับภาคธุรกิจ
ท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างธนาคารข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการ
วิจัยทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณจากการสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อยกลุ่ม
ตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขต 5 จังหวัด ภาคตะวันตกและในกรุงเทพฯ องค์การของรัฐที่
เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว นักวิชาการ นักท่องเที่ยว และภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว
การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้หลักการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และ SWOT
Analysis และใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวภาพรวมในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก มีอัตราและแนวโน้ม
การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
แบบอิสระหรือจัดการเดินทางท่องเที่ยวเองมากกว่าการใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว โดยมี
วัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนเป็นหลัก ทั้งนี้ ข้อได้เปรียบจากการท่องเที่ยว
ใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกคือ ที่ตั้ง การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และความ
หลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม
รวมถึงกิจกรรม ซึ่งแต่ละจังหวัดได้ให้ความสำคัญจึงจัดทำแผนยุทธศาสตร์รองรับการพัฒนาการ
ท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวยังขาดการให้ความสำคัญกับการพัฒนา

การจัดการการบูรณาการการประสานงาน การประชาสัมพันธ์ บุคลากรและมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

2. การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Best Tour Packages) ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) และเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ (FITs) แยกตามประเภทการท่องเที่ยวแบบผสม การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่าจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ตากและราชบุรี ตามลำดับ และแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งปัจจุบันที่รู้จักโดยทั่วไป ทั้งนี้ การจัดทำโปรแกรมพิจารณาความเหมาะสมจากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความเป็นไปได้ทางการตลาด การท่องเที่ยว ความสามารถในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว และการกระจายแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพื่อความยั่งยืน

3. การสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวสามารถทำได้ เพราะปัจจุบันภาคธุรกิจการท่องเที่ยวมีการทำวิจัยในรูปแบบไม่เป็นทางการโดยส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงสำรวจการตลาด และการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การทำวิจัยด้านการท่องเที่ยวชุมชนมีเพียงเล็กน้อย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือภายในกลุ่มภาคตะวันตกสามารถทำได้ยกเว้นจังหวัดตาก เนื่องจากระยะทางและเส้นทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ปัญหาและอุปสรรคในการทำวิจัยคือ เวลา ภารกิจหน้าที่หลักคือการทำธุรกิจ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการวิจัย ทั้งนี้บทบาทของภาคีในการทำวิจัยคือ นักวิจัยและนักวิจัยร่วม ที่ปรึกษาการวิจัยและผู้ให้ข้อมูลสนับสนุน ประเด็นในการวิจัยที่สามารถทำได้คือการวิจัยเชิงตลาดการท่องเที่ยว ความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และประเด็นที่ภาคีสนใจคือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และชุมชน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือ ภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญต่อการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่หรือการท่องเที่ยวทางเลือกร่วมกับเส้นทางท่องเที่ยวปัจจุบันโดยเน้นการประชาสัมพันธ์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นและในด้านการสร้างเครือข่ายการวิจัยร่วมกับภาคเอกชนควรกำหนดบทบาทการทำวิจัยร่วมกันอย่างชัดเจน และการประสานงานอย่างต่อเนื่อง

คำหลัก : โปรแกรมสำเร็จรูป, ภาคตะวันตก, การท่องเที่ยวผสม, การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, เครือข่ายการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวภายในประเทศ, นักท่องเที่ยวอิสระ

Abstract

Project Code : RDG4950139

Project Title : Tour Repackaging for Thailand in the case study of 5 Provinces of the West of Thailand (Tak, Kanchanaburi, Ratchaburi, Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan)

**Investigators : Miss Maturose Prabpriree, Miss Monticha Jamjun,
Mr. Nattawut Suwannachang and Mr. Pornchai Khummee
Phetchaburi Rajabhat University**

E-mail Address : maturee@yahoo.com

Project Duration : 1 September 2006 – 30 April 2007

The objectives of this research aim to study Tour Repackaging for Thailand in the case study of 5 Provinces of the West of Thailand (Tak, Kanchanaburi, Ratchaburi, Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan). Quantitative and qualitative researches are employed in this research. In-depth interview and focus group are qualitative techniques using for collecting data from scholars, local government officers who are in charge of tourism development and marketing, and the sampling travel agencies both in the studied provinces and in Bangkok. For quantitative part, questionnaire is a technique using for collecting data from travel agencies, domestic tourists, and free independent travellers. Content analysis and SWOT analysis are used to describe the research findings.

In this research results, there were three major findings:

1. For the tourism situation within these five western provinces, it is found that level and trend of traveling among Thai tourists are increasing continuously. Free independent travellers become more popular for Thai visitors comparing with traveling with group tour or traveling with family or cousins. Besides the main purpose of travel are for pleasure and recreation. Tourism in the west has potential to attract visitors which is location, transportation, accessibility, tourism facilities and variety of tourist attractions such as natural environment, historical background and cultural activities.

These are also the criteria for tourists making a decision to select destinations. Furthermore, each province has tourism strategy planning in order to support tourism development. However, it still lacks of integrated tourism development and management, cooperate, promotion, personal skills, and tourism standard.

2. After asking all stakeholders and tourists to select best tour program and best travel routes according to type of traveling which is Mixed-tourism, Nature-based Tourism and Cultural Tourism for these five western provinces, it found that most of selected tourist destinations are in Kanchanaburi, Phetchaburi, Prachuapkhirikhan, Tak and Ratchaburi respectively. There are also the present or well-known tourist destinations. These packages are considered by tourist destination potential, security, marketing, able to response tourist needs, and distribute to more various tourist destinations.

3. It could be possible to make a tourism research network among all stakeholders. At present, travel agencies actually do for developing their tourism business such as the market survey or tourist satisfaction are also counted as a research, even generally known as a non-formal research. That is because they also proceed according to research procedures by setting a research question, identifying objective, research methodology and duration of study. However they also have several obstructions especially the time constrain due to business office hour and the lack of formal research. Besides they are all agreed that for setting a tourism research network, local scholars should be a core stakeholder because they can be as a research consultant and a research correspondent between all stakeholders. As mention earlier that it could be possible to set a tourism research network among all stakeholders but only four of five studied provinces. Tak province is an exception because of it geographical barrier which make a difficulty in a travel route connection. For the issue of tourism research, they are consensus to do a market research to acquire data about demand and behavior of tourist. The community development in community tourism and alternative tourism are also interesting issues as well.

There are three recommendations from the research study. Firstly, the government section should play attention to integrated management and development

of tourism including the capacity development of attraction to motivate tourists. The development of tour program, itinerary or tourism route, travel agency should give importance to the presentation of new attractions or alternative tourism route together with the current well-known routes. This should emphasize public relations to prepare for the expansion of tourism industry. Also research networking with private sector should indicate clear roles in cooperating and implementing of research continuously.

Keywords : Package tour, Mixed tourism, The west, Natural tourism, Cultural tourism, Tourism network, Domestic tourist, Free Independent Traveller

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ด
สารบัญ	ท
สารบัญตาราง	น
สารบัญภาพ	บ
 บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	5
1.3 คำถามการวิจัย	6
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย	7
1.6 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	8
1.8 แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	9
 บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีความต้องการ ความจำเป็น แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว	11
2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว	13
2.3 แนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือก	25
2.4 แนวคิดการจัดรายการนำเที่ยว	28
2.5 แนวคิดการตลาดการท่องเที่ยว	29
2.6 แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	33
2.7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วิธีการวิจัย	38
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	41
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	44
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตก	49
4.2 การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว	120
4.3 การสร้างเครือข่ายภาคีการวิจัย	167
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	173
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	180
5.3 ข้อเสนอแนะ	184
บรรณานุกรม	188
ภาคผนวก	
ก บทความการวิจัย	190
ข กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์	202
ค ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมา และผลที่ได้รับตลอดโครงการ	204
ง ตัวอย่างแบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์	208
จ รูปภาพกิจกรรม	219
ฉ ประวัติผู้วิจัยและคณะ	222
ช ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกใน 5 จังหวัด	225

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 รูปแบบการจัดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือนจังหวัดตาก	53
ตารางที่ 2 จำนวนที่พักและห้องพักในจังหวัดตาก	55
ตารางที่ 3 รูปแบบการจัดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือนจังหวัดกาญจนบุรี	67
ตารางที่ 4 จำนวนที่พักและห้องพักในจังหวัดกาญจนบุรี	69
ตารางที่ 5 รูปแบบการจัดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือน	82
ตารางที่ 6 จำนวนที่พักและห้องพักในจังหวัดราชบุรี	84
ตารางที่ 7 รูปแบบการจัดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือน	94
ตารางที่ 8 จำนวนที่พักและห้องพักในจังหวัดเพชรบุรี	97
ตารางที่ 9 รูปแบบการจัดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือน	109
ตารางที่ 10 จำนวนที่พักและห้องพักในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	112
ตารางที่ 11 เปรียบเทียบจำนวนครั้งของจังหวัดที่ถูกเลือกเป็นแหล่งท่องเที่ยว	123
ตารางที่ 12 กิจกรรมหรือรูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะทางที่นักท่องเที่ยวอิสระมีความสนใจ	145
ตารางที่ 13 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการและความยั่งยืน	145

สารบัญภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 ปัจจัยสัมพันธ์แสดงการเดินทางท่องเที่ยว	15
แผนภาพที่ 2 ปฏิสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	16
แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	37
แผนภาพที่ 4 เปรียบเทียบจำนวนผู้มาเยือนจังหวัดตากระหว่าง ปี พ.ศ. 2547 และปี 2548	50
แผนภาพที่ 5 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดตาก	51
แผนภาพที่ 6 จำนวนผู้มาเยือนจังหวัดตาก จำแนกตามถิ่นที่อยู่	52
แผนภาพที่ 7 เปรียบเทียบจำนวนผู้มาเยือนจังหวัดกาญจนบุรีระหว่าง ปี พ.ศ. 2547 และปี 2548	65
แผนภาพที่ 8 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดกาญจนบุรี	66
แผนภาพที่ 9 จำนวนผู้มาเยือนจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามถิ่นที่อยู่	66
แผนภาพที่ 10 เปรียบเทียบจำนวนผู้มาเยือนจังหวัดราชบุรีระหว่าง ปี พ.ศ. 2547 และปี 2548	79
แผนภาพที่ 11 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดราชบุรี	80
แผนภาพที่ 12 จำนวนผู้มาเยือนจังหวัดราชบุรี จำแนกตามถิ่นที่อยู่	81
แผนภาพที่ 13 เปรียบเทียบจำนวนผู้มาเยือนจังหวัดเพชรบุรีระหว่าง ปี พ.ศ. 2547 และปี 2548	92
แผนภาพที่ 14 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี	93
แผนภาพที่ 15 จำนวนผู้มาเยือนจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามถิ่นที่อยู่	93
แผนภาพที่ 16 เปรียบเทียบจำนวนผู้มาเยือนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ระหว่าง ปี พ.ศ. 2547 และปี 2548	107
แผนภาพที่ 17 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	108
แผนภาพที่ 18 จำนวนผู้มาเยือนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามถิ่นที่อยู่	108
แผนภาพที่ 19 จำนวนและสัดส่วนของนักท่องเที่ยวอิสระ จำแนกตามถิ่นที่อยู่	137
แผนภาพที่ 20 จำนวนและสัดส่วนของนักท่องเที่ยวอิสระ จำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยว ก่อน/หลังเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดจุดหมายปลายทาง	137

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภาพที่ 21 จำนวนและสัดส่วนของนักท่องเที่ยวอิสระ จำแนกตามเหตุผล ที่นักท่องเที่ยวไม่ประสงค์ที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายหลังจาก ได้เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งแล้ว	138
แผนภาพที่ 22 จำนวนและสัดส่วนของนักท่องเที่ยวอิสระ จำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดนี้ในระยะ 6 เดือนที่ผ่านมา	139
แผนภาพที่ 23 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวอิสระ จำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว	140
แผนภาพที่ 24 จำนวนและสัดส่วนของนักท่องเที่ยวอิสระ จำแนกตามเหตุผล ที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทาง	141
แผนภาพที่ 25 จำนวนและสัดส่วนของนักท่องเที่ยวอิสระ จำแนกตามกิจกรรมการท่องเที่ยว	143
แผนภาพที่ 26 จำนวนสัดส่วนของนักท่องเที่ยวอิสระ จำแนกตามกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอิสระ ได้เสนอแนะ	144
แผนภาพที่ 27 กระบวนการทำงานกับการทำวิจัย	170

บทที่ 1

บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีรูปแบบการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การปรับปรุงแผนการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวในประเทศที่เป็นกลุ่มตลาดที่ใหญ่ที่สุด การวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาและจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.1 หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสร้างรายได้ให้กับประเทศต่างๆ ดังนั้น การนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทางเศรษฐกิจจึงเป็นสิ่งที่รัฐบาลของแต่ละประเทศให้ความสำคัญและเร่งพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ จากการพยากรณ์โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกระบุว่าภายในปี พ.ศ. 2553 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมากถึง 1,006 ล้านคน (WTO) และจะมีเพิ่มมากขึ้นถึง 1,561 ล้านคนในปี พ.ศ. 2563 โดยกลุ่มภูมิภาคที่จะได้รับความนิยมนำการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ยุโรป เอเชียกลางและแปซิฟิก อเมริกา แอฟริกา ตะวันออกกลางและเอเชียใต้ตามลำดับ มีการประมาณการว่าจะมีผู้ถูกจ้างงานในด้านอุตสาหกรรมนี้ถึงร้อยละ 8.1 นอกจากแนวโน้มของการท่องเที่ยวจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นแล้ว ทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตมุ่งเน้นถึงคุณภาพเป็นสำคัญ (Quality-based Development) มากกว่าการมุ่งเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการให้บริการในจำนวนมากจนส่งผลกระทบต่อด้านลบ ดังนั้น การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในอนาคตจึงมีความสำคัญต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องที่จะร่วมกันกำหนดการท่องเที่ยวให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน

ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่มีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยในปี พ.ศ. 2549 ช่วง 11 เดือนแรกมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาประเทศไทยประมาณ 12.38 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 อันเนื่องมาจากฟื้นตัวจากเหตุการณ์วิกฤตการณ์ทางการเมืองในเดือนกันยายนที่ผ่านมา การส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในประเทศ การขยายเส้นทางการบินมาประเทศไทย รวมถึงอันเนื่องมาจากเป็นปีแห่ง มหามงคลที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองสิริราชครอง 60 ปี โดยได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ชื่อ "Grand Invitation"

การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น การเปิดใช้สนามบินสุวรรณภูมิเพื่อรองรับ การเติบโตของการคมนาคม ความต้องการเป็นศูนย์กลางทางการบินในกลุ่มภูมิภาคเอเชีย การพัฒนารูปแบบที่พักในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นต้น รายได้การท่องเที่ยวไม่ได้มีเพียงแค่ว่าจาก นักท่องเที่ยวต่างประเทศเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว และนักทัศนาจรภายในประเทศ โดยในช่วง 3 ไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2549 ประเทศไทยมี จำนวนนักท่องเที่ยวรวม 64,319,280 คน ทำให้มีรายได้เติบโตร้อยละ 8.73 ก่อให้เกิดรายได้ จากการท่องเที่ยวภายในประเทศถึง 267,821.21 ล้านบาท ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่ามีการ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการจัดงานพืชสวนโลก โดยมีจำนวน นักท่องเที่ยวในประเทศประมาณ 84.63 ล้านคน/ครั้ง และมีรายได้หมุนเวียนจากการท่องเที่ยว ถึง 383,200 ล้านบาท (กองกฤษฎีกาการตลาด, 2550) ซึ่งมีจำนวนมากกว่าเป้าหมายที่ได้กำหนด ไว้จากเดิมคือนักท่องเที่ยวเที่ยวในประเทศ 77.79 ล้านคน/ครั้ง และมีรายได้ 356,000 ล้านบาท (จริญญา เกียรติลักษณ์ชัย, 2549) ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นของคนไทย คือการจัดงานเฉลิมฉลองเนื่องในปี่มหามงคลที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองสิริราช สมบัติครบ 60 ปี ทำให้เกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัย ที่ทำให้พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทยเปลี่ยนแปลง และเกิดความ ไม่แน่ใจในการเดินทางท่องเที่ยว อันเนื่องมาจากสภาวะความผันผวนทางการเมืองที่ยังไม่ แน่นนอน น้ำมันราคาแพงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภัยทางธรรมชาติ ได้แก่ น้ำท่วมในหลายจังหวัด ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมากในจังหวัดที่มีรายได้หลักจากการท่องเที่ยว อัตราภาวะเงินเฟ้อสูงขึ้น การก่อ ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งนี้ทำให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวอย่างรอบคอบและมีการพิจารณามากขึ้น โดยหันมาเดินทางท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง ใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่มาก และนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปกลับ ภายในหนึ่งวันซึ่งเรียกกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้ว่า “นักทัศนาจร”

ด้วยเม็ดเงินจำนวนมหาศาลในแต่ละปีที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรม ภาคบริการที่นำรายได้เข้าประเทศในอันดับต้นๆ ส่งผลให้รัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนการ เปิดประตูบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อให้การท่องเที่ยวมีทิศทางการพัฒนาในแนวทาง เดียวกัน รัฐบาลจึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551 เพื่อเป็นแนวทางใน การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ โดยให้มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ที่ว่าด้วย การมุ่งพัฒนาสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรอบรู้ รู้เท่าทันโลก ครอบครั

อบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการ ประเทศที่มีธรรมาภิบาล ดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข และอยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี” โดยในแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวมีเป้าประสงค์ให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาลึกที่มีการเติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียที่สามารถกระจายรายได้และสร้างโอกาสการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง ทั้งนี้ วิทยาลัยศาสตร์ของประเทศได้กำหนดให้เป็นมหานครการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายในปี พ.ศ. 2551 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคน หรือมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 700,000 บาท

การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศจึงจำเป็นต้องใช้หลักพัฒนาอย่างบูรณาการ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การมุ่งเน้นเฉพาะด้านใดด้านหนึ่งย่อมไม่เกิดความสมดุลทางการท่องเที่ยวอย่างแน่นอน ดังจะเห็นได้จากการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหลายแห่งที่ได้รับการปรับปรุงให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังขาดการประสานงานที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวแต่ยังไม่สามารถกำหนดตลาดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใด ประเภทใด หรือความต้องการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวให้เป็นไปในรูปแบบใด สิ่งเหล่านี้ย่อมทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบสูญเปล่า แหล่งท่องเที่ยวเกิดสภาวะเสื่อมโทรมและส่งผลสะท้อนกลับต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว ดังนั้น การบูรณาการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว อันได้แก่ ชุมชน นักท่องเที่ยว กลุ่มธุรกิจ การท่องเที่ยว และองค์กรของรัฐ ซึ่งทุกกลุ่มมี ผลต่อการสร้างและทำลายความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่นับได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญ และมีจำนวนและสัดส่วนมากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยประมาณร้อยละ 80 ของกระแสการไหลเวียนการท่องเที่ยวโลกเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ แม้ว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศจะถูกมองว่าเป็น "Poor cousin" แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจ ความประทับใจ การกำหนดกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการจัดทำการตลาดด้วยการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจให้เดินทางไปเยี่ยมเยือนเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีการจัดสร้างกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวในประเทศ โดยให้การท่องเที่ยวเป็นกระแสในส่วนหนึ่ง

ของชีวิตและการสร้างการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว ระหว่างกลุ่มจังหวัดและระหว่างภูมิภาค (กองกลยุทธ์การตลาด, 2550)

รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในประเทศประกอบด้วยสองรูปแบบที่สำคัญ ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว ด้วยการซื้อรายการนำเที่ยวหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป และการท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือการท่องเที่ยวแบบอิสระ ซึ่งในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Tour Packages) ซึ่งถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศที่มีอยู่ในปัจจุบันยังขาดซึ่งความหลากหลาย และยังไม่มีการพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดความแปลกใหม่มากเท่าที่ควร ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเดินทางในเส้นทางท่องเที่ยวซ้ำๆ กัน ก่อให้เกิดความเบื่อหน่ายกับ แหล่งท่องเที่ยวเดิม อีกทั้งก่อให้เกิดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวจนเกินศักยภาพของการรองรับ (Carrying Capacity) จนส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ไม่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น อุปสรรคอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการกระจายรายได้เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ คือโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปของภาคธุรกิจส่วนใหญ่ในปัจจุบัน มักจัดทำโดยมุ่งเน้นผลประโยชน์ ด้านธุรกิจทำให้โปรแกรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่สิ้นเปลืองเวลาไปกับการเลือกซื้อสินค้า ถึงแม้ว่าการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ในปัจจุบันทำได้ง่ายกว่าเดิม ผสมกับการสนับสนุนของรัฐบาลที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยว Unseen in Thailand แต่แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่เหล่านี้ยังให้ผลตอบแทนน้อยกว่า ทำให้การบรรลุลงในโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปยังไม่แพร่หลายมากนัก ในทางกลับกัน แนวโน้มในการใช้บริการการท่องเที่ยวจากภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีสัดส่วนที่ลดน้อยลง และหันมาเดินทางในลักษณะของการเป็นนักท่องเที่ยวอิสระ (Free Independent Traveller : FITs) เพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อรสนิยม (Taste) ในการท่องเที่ยวของตนเองได้อย่างสูงสุด ซึ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยว (Consumer Behavior) ในปัจจุบันมีความหลากหลายและแปลกใหม่ไปกว่าเดิม นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการเดินทางด้วยความถี่มากขึ้น ทำให้จำนวนการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่จะใช้ระยะเวลาในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวให้น้อยลง

จากสภาพการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันที่การบริหารจัดการอุปสงค์ (Demand) ในประเด็นของโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดปัญหาด้านอุปทาน (Supply) ขึ้น จึงมีแนวคิดการศึกษาปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป เพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย

กรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และ ประจวบคีรีขันธ์ (Tour Repackaging for Thailand the Case Study of 5 Provinces of the West of Thailand) ให้เป็นทางเลือกใหม่ที่มีรูปแบบอันหลากหลาย สำหรับตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคไซเบอร์ ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละปัจเจกบุคคลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว และจากข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดนี้ พบว่าพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดนี้ มีทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเอง (FITs) และผ่านการจัดการโดยผ่านบริษัทนำเที่ยว ซึ่งจำนวนของผู้เดินทางท่องเที่ยวกลุ่มแรกมีมากกว่าจำนวนของผู้ท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว จากสถิติทางการท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตกนี้ พบว่าในปี พ.ศ. 2548 มีนักท่องเที่ยวภายในประเทศเดินทางท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดนี้ถึง 10,826,924 คน ก่อให้เกิดรายได้มากถึง 18,898.28 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) โดยจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดคือจังหวัดกาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ตากและราชบุรี ตามลำดับ และใน 3 ไตรมาสของ ปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนผู้มาเยือนในภูมิภาคนี้ถึง 6,224,500 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศถึง 12,477.95 ล้านบาท การส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้จะเป็นโอกาสในการขยายตัวของการท่องเที่ยวในประเทศได้ เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคนไทยที่นิยมเดินทางระยะใกล้ กล่าวโดยสรุปคือ การนำเสนอโปรแกรม การท่องเที่ยวสำเร็จรูปแบบใหม่ที่มีความเหมาะสม ทำทาย พร้อมทั้งจะตอบสนองต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง จะส่งผลต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ทำให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง รวมถึงช่วยลดปัญหาการเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปให้เป็นทางเลือกใหม่ในการตอบสนองความต้องการด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในยุคนปัจจุบันใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย

1.2.2 เพื่อสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวไทยกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย

1.2.3 เพื่อพัฒนาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย

1.2.4 เพื่อสร้างธนาคารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย

1.3 คำถามการวิจัย

1.3.1 ปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยเป็นอย่างไร

1.3.2 โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

1.3.3 การสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยควรดำเนินการในลักษณะใด มีอุปสรรคและปัญหาอย่างไรบ้าง

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึงคนไทยหรือคนต่างด้าวที่พำนักอยู่ในประเทศไทย เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ โดยใช้บริการและเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวและมีรายการนำเที่ยวที่บริษัทจัดไว้ให้ อาจมีระยะเวลาในการทำในแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศน้อยกว่าหรือมากกว่า 24 ชั่วโมง

1.4.2 นักท่องเที่ยวอิสระ หมายถึงผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจัดการเดินทางท่องเที่ยวเอง ได้แก่ กำหนดเส้นทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร พานั้ะในการเดินทาง หรืออาจใช้บริการบางอย่างจากบริษัทนำเที่ยว เช่น การสำรองห้องพัก การจองบัตรโดยสาร การเช่ารถ เป็นต้น

1.4.3 โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสม หมายถึง

1) รายการนำเที่ยวสำเร็จรูปที่จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวภายในประเทศและมีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มเยาวชน กลุ่มทำงาน กลุ่มผู้มีรายได้สูง และกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษ

2) เส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระในกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มเยาวชน กลุ่มทำงาน กลุ่มผู้มีรายได้สูง หรือกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษ

1.4.4 ภาคีการท่องเที่ยวหมายถึงบริษัทธุรกิจการท่องเที่ยว องค์กร ชมรมหรือสมาคมการท่องเที่ยวในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคตะวันตกที่เข้ามามีส่วนร่วมในการทำวิจัย การเรียนรู้และ

แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวคนไทย

1.4.5 การท่องเที่ยวแบบผสม หมายถึงการท่องเที่ยวแบบมวลชนหรือประเพณีนิยมที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จัก และการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.4.6 การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ เพื่อชื่นชมหรือทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้น และหมายรวมถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ธรรมชาติ

1.4.7 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึงการเดินทางเพื่อเยี่ยมชม เรียนรู้ เข้าใจ วัฒนธรรมท้องถิ่นวิถีชีวิต กิจกรรม เทศกาล ประเพณี เหตุการณ์ต่างๆ ในชุมชน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตเนื้อหาในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประเด็นในการศึกษาคือสถานการณ์การท่องเที่ยวภาพรวมของ 5 จังหวัดและสถานการณ์การท่องเที่ยวแต่ละจังหวัด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และการจัดทำรูปแบบการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับศักยภาพทางการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด ภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวคนไทยในรูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสาน การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

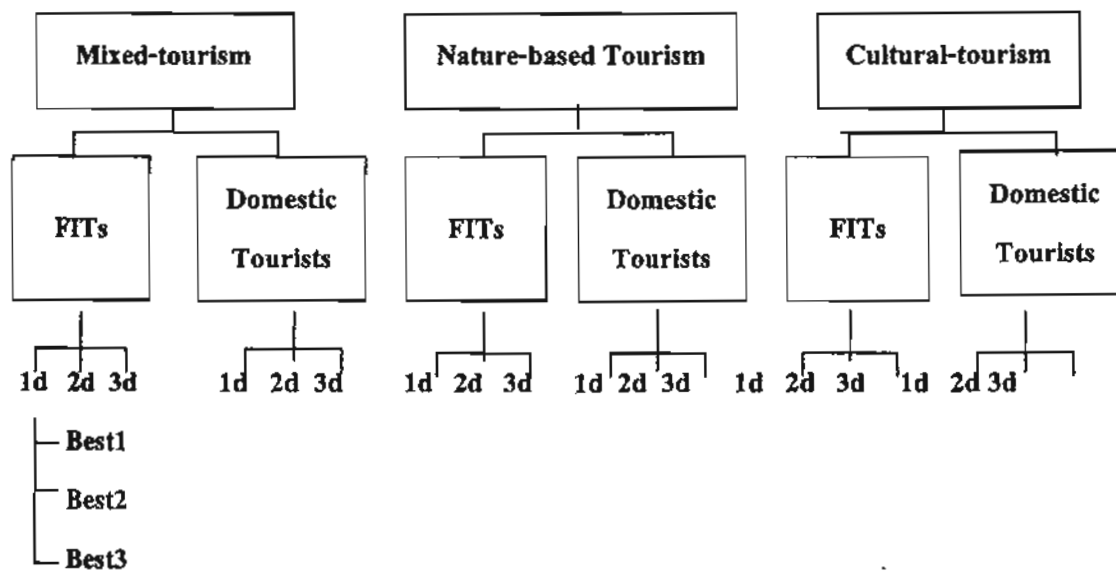
1.5.2 ขอบเขตพื้นที่ศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาคือกลุ่มจังหวัดในเขตภาคตะวันตกจำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ โดยมีระยะเวลาในการศึกษาทั้งหมด 8 เดือน

1.6 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยว (Tourism SWOT Analysis) ในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก (ตาก กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ราชบุรี)

1.6.2 โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับ 5 จังหวัด ภาคตะวันตกของประเทศไทย ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Best Tour Packages) สำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) จำนวน 27 โปรแกรมและเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ (FITs) จำนวน 27 เส้นทาง แยกตามประเภทการท่องเที่ยวแบบผสม (Mixed-tourism) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature-based Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1, 2 และ 3 วัน



1.6.3 ภาศิทางการท่องเที่ยวที่เป็นภาคธุรกิจการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยอย่างน้อย 1 แห่ง

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

1.7.1) การวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ได้ทราบสถานการณ์การท่องเที่ยวในกลุ่มภาคตะวันตก 5 จังหวัดว่ากำลังดำเนินการอยู่ในทิศทางใด มีความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวกับกลุ่มภูมิภาคอื่นๆ ได้อย่างไร

1.7.2) การจัดทำรายการนำเที่ยวในรูปแบบผสม การท่องเที่ยวธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมตามศักยภาพของพื้นที่ และสอดคล้องตามความต้องการของนักท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการกระจายนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในแหล่งใดแหล่งหนึ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดทำรายการนำ

เที่ยวประเภทต่างๆ จะทำให้นักท่องเที่ยวทั้งประเภทนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) และนักท่องเที่ยวอิสระ (FITs) ได้มีทางเลือกในการท่องเที่ยวที่มากขึ้น

1.7.3) การวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการสร้างเครือข่ายการวิจัยร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันกับนักวิจัยและเกิดกลุ่มนักวิจัยกลุ่มใหม่ขึ้นจากการศึกษาในครั้งนี้

1.8 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งหวังให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์โดยการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งกลุ่มผู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้นั้นสามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1.8.1 หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดและหน่วยงานอื่นๆ สามารถนำผลการวิจัยไปเผยแพร่ตามช่องทางที่จะสามารถประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของตนเอง นอกจากนี้ ในแต่ละปีจะมีการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวข้อมูลดังกล่าวควรถูกนำไปเผยแพร่โดยภาครัฐ ซึ่งจะเป็นช่องทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลมากขึ้น

1.8.2 นักท่องเที่ยว การวิจัยในครั้งนี้มุ่งหวังเพื่อสร้างทางเลือกในรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวจะสามารถหาข้อมูลการท่องเที่ยวได้คือสื่อต่างๆ โดยเฉพาะข้อมูลจากสื่อด้านการท่องเที่ยวทั้งสื่อสิ่งพิมพ์เช่น หนังสือหรือนิตยสารการท่องเที่ยว สื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นแหล่งหรือฐานข้อมูลในการสืบค้นของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยควรถูกส่งไปเพื่อเผยแพร่ตามช่องทางดังกล่าว

1.8.3 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเป็นกลุ่มที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในเชิงปฏิบัติได้โดยตรง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้มีภาคร่วมกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวคือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ดังนั้นรายการนำเที่ยวดังกล่าวควรถูกส่งไปยังผู้ประกอบการที่เป็นภาคีและสมาคมหรือชมรมธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นๆ เพื่อเป็นการเผยแพร่และให้รับรู้ถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

1.8.4 การเผยแพร่ผลงานวิจัยโดยการจัดประชุม สัมมนา หรือการจัดทำศูนย์ข้อมูลแสดง
ผลงานการวิจัยผ่านเครือข่ายสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพราะจะทำให้ผู้สนใจศึกษาค้นคว้าสามารถเข้าถึง
ข้อมูลได้อย่างทั่วถึงและประหยัดงบประมาณกว่าการจัดทำเป็นเอกสาร

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคนไทย ในกลุ่ม 5 จังหวัดตะวันตกครั้งนี้ ผู้วิจัยและคณะได้ศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องจากทฤษฎีแนวคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีความต้องการ ความจำเป็น แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือก
- 2.4 แนวคิดการจัดรายการนำเที่ยว
- 2.5 แนวคิดการตลาดการท่องเที่ยว
- 2.6 แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ทฤษฎีความต้องการ ความจำเป็น แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงเข้ากับทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ โดยหลักการของทฤษฎีนี้คือ (Mill, 1992: 19-20)

- 1) มนุษย์มีความต้องการอย่างไม่มีที่สิ้นสุด หากความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่โดยไม่มีที่สิ้นสุด
- 2) มนุษย์มีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจากมากไปหาน้อย เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็就会被เรียกร้องให้ตอบสนองทันที
- 3) มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือมากกว่าก่อน และจะสนใจความต้องการที่มีความสำคัญของลงมาในระดับต่อไป

ลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ มี 5 ชั้น ดังนี้

1) ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological needs) ได้แก่ ความต้องการในสิ่งที่จำเป็น และการดำรงชีวิต เช่น อาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นจำเป็นต่อการดำรงชีพ

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety/Security needs) ได้แก่ ความปลอดภัยต่อร่างกายและความรู้สึกปลอดภัยทางจิตใจ เช่น ความปลอดภัยจากการดำเนินชีวิต การบริโภค การเดินทางท่องเที่ยว และความมั่นคงในการทำงาน เป็นต้น

3) ความต้องการได้รับการยอมรับในสังคม (Belonging and Love needs) เป็นความต้องการที่จะอยู่ร่วมในสังคม โดยได้รับความรัก มิตรภาพจากคนรอบด้าน การได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และบุคคลอื่นยอมรับในความสำคัญของบุคคล

4) ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem needs) หมายถึงความต้องการอยากมีชื่อเสียง เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีเกียรติ ประสบความสำเร็จ ได้รับการยกย่อง ยอมรับนับถือจากบุคคลทั้งหลายในสังคม

5) ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) ได้แก่ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิด หรือสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุดเอาไว้ โดยใช้ความสามารถทุกอย่างที่มีอยู่

ลำดับชั้นความต้องการในข้อที่ 1 เป็นความต้องการทางร่างกาย (Physical) ส่วน 4 ข้อที่เหลือคือความต้องการด้านจิตวิทยา (Psychological) นอกจากความต้องการ 5 ลำดับชั้นข้างต้นแล้ว มาสโลว์ยังได้เพิ่มความต้องการขึ้นมาอีก 2 ชั้น คือ

1) ความอยากรู้ ความเข้าใจ (To know and understand) ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหาคำตอบ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

2) ความต้องการความสุนทรีย์ภาพ (Aesthetics) เป็นความต้องการชื่นชมความสวยงาม การได้รับอรรถรสจากสิ่งที่ได้สัมผัสและรู้สึก

การเดินทางท่องเที่ยวอาจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป เช่น การไปศึกษาหาความรู้ และมีโอกาสได้รักษาสุขภาพในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่มีแรงจูงใจใดเป็นแรงกระตุ้นที่เด่นชัดที่สุด การศึกษาในแนวคิดนี้จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทย ในเขต 5 จังหวัด เพื่อจำแนกพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเอง

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลกได้กำหนดเงื่อนไขของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการได้แก่

- 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) การเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือ

หารายได้

ดังนั้นการท่องเที่ยวเกิดจากองค์ประกอบ 3 ประการคือ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง (purpose) การเดินทาง (travel) และจุดหมายปลายทาง (destination) การเดินทางใดๆ ก็ตามที่มีใช่เงื่อนไขตามข้างต้นไม่นับว่าเป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว อาทิ การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ เหตุผลผลการทบทวน การตั้งถิ่นฐาน การเดินทางข้ามพรมแดน การเดินทางผ่านโดยไม่แวะลง การเดินทางที่ถูกบังคับ เป็นต้น

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมของบุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ และมีการพักอาศัยในสิ่งแวดล้อมหรือสถานที่ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยตามปกติ เพื่อการใช้เวลาว่าง การติดต่อธุรกิจ ความเพลิดเพลิน และวัตถุประสงค์อื่นๆ โดยมีระยะเวลาในการเดินทางและพำนักไม่เกินหนึ่งปี

Holloway (1983: 3) กล่าวว่าการท่องเที่ยวคือการเดินทาง จากที่พักอาศัยหรือสถานที่ทำงานไปยังสถานที่ต่างๆ ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ มีการทำกิจกรรมต่างๆ ในระหว่างที่พักอาศัยในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการเยี่ยมญาติ หรือการท่องเที่ยวพักผ่อน

ฐิติ ฐชาติ (2546 หน้า 3) ได้อธิบายว่า “การท่องเที่ยวต้องมีการเดินทางออกจากที่พัก เป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ แต่มิใช่การประกอบอาชีพ และตั้งถิ่นฐานเป็นการถาวร”

เสรี วงษ์ไพจิตร (2523 หน้า 12) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็น “ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์หรือการกระทำต่อกันและกันของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ รัฐบาล และชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้านในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ”

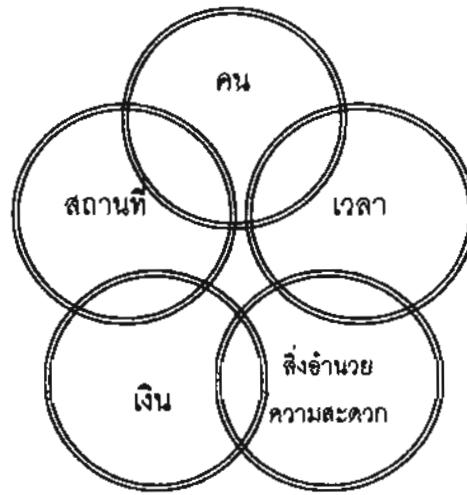
บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 หน้า 350) กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่จำเป็นต้องมีการเดินทางจากถิ่นพำนักประจำของตนเองไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ"

International Association of Scientific Experts in Tourism (IASSET) (อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 หน้า 11) กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยถาวรไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหารายได้ จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้สามารถกำหนดลักษณะที่สำคัญได้ 5 ประการ ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวรไปยังสถานที่ต่างๆ
- 2) การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 ประการคือ การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางและการพักค้างคืน
- 3) การเดินทางและการพักค้างคืนนั้นจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่อาศัยหรือที่ทำงานประจำ กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางและการพักผ่อนจะต้องมีลักษณะที่แตกต่างจากคนในท้องถิ่นนั้นๆ
- 4) การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่มีระยะเวลาสั้นและชั่วคราว โดยกำหนดแผนการเดินทางกลับภายใน 180 วัน
- 5) การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือการเยี่ยมเยือน แต่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อการพำนักอยู่ถาวรหรือการประกอบอาชีพ

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยปัจจัย 5 ประการที่มีความเกี่ยวเนื่องและสัมพันธ์กันจึงจะทำให้เกิดการท่องเที่ยว และทำให้การท่องเที่ยวนั้นสมบูรณ์ ได้แก่ คน ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางผู้ตัดสินใจเลือกสถานที่หรือจุดหมายปลายทางที่จะไปเที่ยว โดยคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่พักและการเดินทางเข้าถึง ทั้งนี้ นักเดินทางจะต้องมีงบประมาณ (เงินที่นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายหลัก) สำหรับเป็นค่าใช้จ่ายครอบคลุมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการมีเวลาว่างที่จะสามารถท่องเที่ยว ซึ่งระยะเวลาที่มีอยู่จะเป็นตัวกำหนดเงื่อนไขการใช้เวลาระหว่างการพำนักหรือแสวงหาความสุขสบายในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

แผนภาพที่ 1 ปัจจัยสัมพันธ์การเดินทางท่องเที่ยว



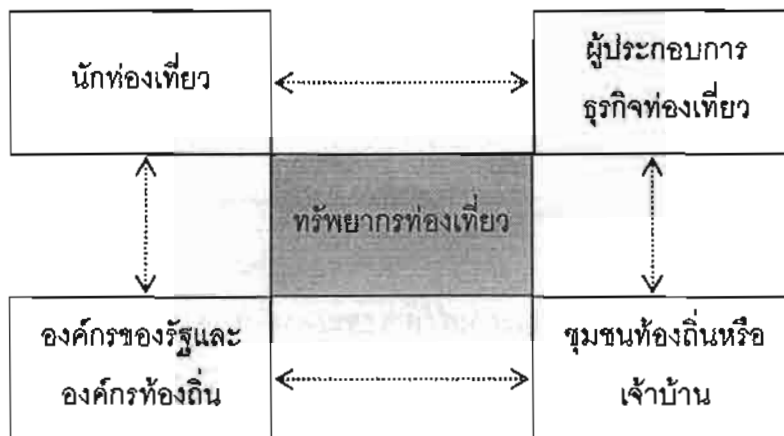
2.2.2 ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การทำความเข้าใจความหมายของการท่องเที่ยวจำเป็นต้องทราบถึงขอบเขตของกลุ่มผู้เข้ามาเกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้เกิดความชัดเจนในการทำความเข้าใจความหมาย โดย McIntosh, Goeldner (1995: 9) ได้กำหนดผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- 1) นักท่องเที่ยว ผู้แสวงหาความสุข ความเพลิดเพลินทั้งทางจิตใจและร่างกาย รวมถึงการได้รับประสบการณ์ต่างๆ จากการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวและทำกิจกรรมต่าง
- 2) ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจเหล่านี้มองการท่องเที่ยวเป็นช่องทางหรือโอกาสในการสร้างผลกำไรให้แก่องค์กรของตนเอง ด้วยการขายสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 3) องค์กรของรัฐและองค์กรท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่น นักการเมืองเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เศรษฐกิจของชุมชนหรือประเทศดีขึ้น สิ่งที่ภาครัฐจะได้จากการท่องเที่ยวคือการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศ การลงทุนทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราในประเทศในเชิงบวก
- 4) ชุมชนท้องถิ่นหรือเจ้าบ้าน มุมมองที่คนในท้องถิ่นมีต่อการท่องเที่ยวคือการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการจ้างงาน สิ่งที่ชุมชนจะต้องเผชิญเมื่อได้ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวคือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ทั้งทางบวกและลบ

ทั้ง 4 กลุ่มที่ได้กล่าวในข้างต้นต่างเข้ามาเกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังแผนภาพข้างต้นแสดงความเกี่ยวข้องของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 2 ปฏิสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว



2.2.3 หลักการของการท่องเที่ยว

Les Lumsdon (2000: 4-5) ได้สรุปหลักการของการท่องเที่ยวตามที่ได้มีการนิยามความหมายจากนักวิชาการหลายท่าน ได้แก่ Burkhart and Medlik (1989) Middleton (1994) Jefferson and Lickorish (1998) และ Morgan (1996) ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวเกิดจากหลายปัจจัยรวมกันและมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน
- 2) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง (Dynamic element) และการพำนักอาศัย (Static element) เป็นองค์ประกอบหลัก
- 3) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแหล่งที่ไม่ใช่ที่พักนักอาศัยหรือสถานที่ทำงาน ความเพลิดเพลินที่ได้รับของคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน
- 4) เป็นการเดินทางเคลื่อนย้ายในช่วงระยะเวลาสั้นๆ
- 5) เป็นการเดินทางที่มีเหตุผลหลายประการ แต่ไม่ใช่เพื่อการย้ายถิ่นอย่างถาวร หรือการทำงานที่ได้รับค่าตอบแทน
- 6) การท่องเที่ยวรวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยวแบบทัศนอาร
- 7) เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าและบริการที่จัดโดยองค์กรของรัฐและเอกชน

8) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ที่ได้รับและการสูญเสียผลประโยชน์แก่สังคม

2.2.4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

มูลเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวจึงประกอบด้วยหลายประการ ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้ (นิคม จารุมณี, 2536 หน้า 33)

1) ความเครียดจากการทำงาน เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความต้องการพักผ่อน เพื่อเป็นการเติมพลังให้กับชีวิต ซึ่งจะช่วยให้งานมีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

2) รายได้เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นเพื่อการพักผ่อน การเรียนรู้ การสร้างประสบการณ์ให้กับชีวิต หรือเพื่อสถานะทาง

3) ความสะดวกในด้านการคมนาคมขนส่ง การพัฒนารูปแบบการขนส่งให้มีความสะดวกสบายและรวดเร็ว ช่วยลดระยะเวลาในการเดินทางให้น้อยลง เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งการคมนาคมที่สะดวกสบายช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ไกลมากขึ้นและใช้เวลาพำนักในแหล่งท่องเที่ยวได้นานขึ้นเช่นกัน

4) การมีเวลาว่าง การทำงานในยุคปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประกอบการทำงาน ส่งผลให้มีเวลาว่างจากการทำงานเพิ่มขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่นิยมกระทำเมื่อมีเวลาว่าง สามารถช่วยให้หลีกหนีความซ้ำซากจำเจและได้พักผ่อนตามระยะเวลาที่เอื้ออำนวย

5) จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น การค้นพบแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ช่วยกระจายความแออัดของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ไปยังพื้นที่ต่างๆ ได้

นอกจากนี้ ยังมีสาเหตุที่ทำให้ผู้คนเกิดการเดินทางท่องเที่ยวคือ

1) พฤติกรรมกลุ่ม การเดินทางท่องเที่ยวเป็นอีกค่านิยมหนึ่งที่ทำให้มนุษย์ต้องผลักดันตนเองให้เดินทางท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใดก็ตามที่ได้รับความนิยมจะมีผู้คนหลั่งไหลเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อได้ประกาศว่าอย่างน้อยครั้งหนึ่งในชีวิตก็เคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

2) การเรียนรู้ การค้นหาความหมายให้กับตนเอง การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอาจเนื่องมาจากเหตุผลและความจำเป็นทางด้านการศึกษา การค้นคว้า หรือการค้นหาคำตอบให้กับชีวิตของตนเอง ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ย่อมเป็นห้องเรียนขนาดใหญ่ที่จะทำให้ผู้เรียนได้ใช้ความรู้เดิมที่มีอยู่และรับรู้ความรู้ใหม่ๆ ให้กับตนเอง

3) ระบบการสื่อสารมวลชน สื่อต่างๆ มีความทันสมัย และสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลายทิศทาง เช่น การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แผ่นป้าย หนังสือการท่องเที่ยว และได้เข้ามามีอิทธิพลกระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวโดยผ่านระบบการตลาด ซึ่งการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวต่างๆ นี้เองได้สร้างแรงจูงใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

จากเหตุผลที่ทำให้มนุษย์เกิดความต้องการการเดินทางท่องเที่ยวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยและเหตุผลที่เกิดขึ้นจากความต้องการทั้งทางร่างกายและภายในตัวบุคคลเอง ทั้งนี้ ที่มาของการท่องเที่ยวอาจเกิดจากปัจจัยเดียวหรืออาจเกิดจากปัจจัยหลายๆ ประการรวมกัน

2.2.5 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวหลายท่านได้ อาทิ David Foster, Valene L. Smith (อ้างใน McIntosh, Goeldner, 1995: 197-198) และ Holloway สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในวันหยุดหรือเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure and recreation) ทั้งนี้ อาจมีกิจกรรมในระหว่างการเดินทางหรือในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การชมทัศนียภาพ การเยี่ยมญาติ เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวเพื่อศาสนา (Religion) และวัฒนธรรม (Culture) เป็นการเดินทางเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อ การนับถือ

3) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การเรียนรู้ (Study and learning) ในสิ่งต่างๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับบุคคลนั้นๆ ซึ่งอาจเป็นการศึกษาในระยะสั้นหรือระยะยาวขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคลและจุดมุ่งหมาย

4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and entertainment) เป็นการพักผ่อนเพื่อให้เกิดความผ่อนคลายและการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีจากการออกกำลังกาย

5) การท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ (Business) การเดินทางเพื่อการติดต่อค้าขาย มักจะควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เพราะเมื่อมีเวลาว่างสามารถใช้เวลาที่มีอยู่เดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวอาจแทรกอยู่ก่อน หรือระหว่างหรือหลังการติดต่อธุรกิจ

6) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend/Relation) การเดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์นี้มุ่งเพื่อการสานสัมพันธ์มิตรกับครอบครัว ญาติ เพื่อนฝูงที่อยู่ห่างไกลทั้งในประเทศและต่างประเทศ

7) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมนันทนาการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจ และชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ

8) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (MICE, Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) เป็นรูปแบบที่นิยมและมักจะจัดในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการท่องเที่ยว

9) การท่องเที่ยวตามความสนใจเป็นพิเศษ (Special Interests) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะทางที่อาจมีผู้สนใจเพียงกลุ่มเล็กๆ เท่านั้น วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะเป็นกลุ่มเล็ก หรือมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism)

10) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health and Medical tourism) การเดินทางเพื่อไปรักษาตัวยังสถานที่ต่างๆ ย่อมควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและพักผ่อนร่างกาย ดังจะเห็นได้จากสถานที่พักตากอากาศได้จัดให้มีการบริการดูแลและรักษาสุขภาพ

11) การท่องเที่ยวทางเพศ (Sex Tour) ดุ้ย ชุมสาย (2527, หน้า 63-64) กล่าวว่า การเดินทางของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มมักจะแอบแฝงการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินโดยใช้บริการทางเพศ

12) การเดินทางเพื่อการทำธุระส่วนตัว เป็นการเดินทางเพื่อทำภารกิจส่วนตัว

13) การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและความพอใจ (McIntosh, Goeldner 1995: 14-15)

2.2.6 ความหมายของนักท่องเที่ยว

การจัดประชุมขององค์การสหประชาชาติ (United Nations) เรื่องการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ในปี พ.ศ. 2506 ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี ได้มีการพิจารณาการให้ความหมายของนักท่องเที่ยว (Mill, 1992: 8) ดังนี้

Visitor หรือ ผู้มาเยือน หมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ใดหรือประเทศใดที่มีไซท์ที่พำนักอยู่อาศัยอย่างถาวร และมีวัตถุประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) การใช้เวลาว่างเพื่อความเพลิดเพลิน การพักผ่อนในวันหยุด สุขภาพ การศึกษา การศาสนา และกีฬา

2) การติดต่อธุรกิจ การเยี่ยมญาติ เพื่อน การปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจ การประชุมสัมมนา

ทั้งนี้ ได้มีการกำหนดประเภทของผู้มาเยือนได้ 2 ประเภท คือ

1) Tourists หมายถึงนักท่องเที่ยวค้างคืน โดยเดินทางมาเยือนและพำนักรอยู่ในประเทศนั้นตั้งแต่ 24 ชั่วโมงเป็นต้นไป

2) Excursionists หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day visitors) ซึ่งเดินทางมาเยือนเป็นการชั่วคราวและพักอยู่ในประเทศนั้นน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

นานาประเทศได้ให้การยอมรับความหมายของผู้มาเยือนตามที่องค์การสหประชาชาติได้กำหนด ดังนั้นความหมายของนักท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ดังนี้

1) International Tourists หรือ Foreign Tourists หมายถึงนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ เดินทางทางเข้ามาในประเทศและพำนักรอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่เกิน 1 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนและใช้เวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง หรือไม่พักค้างคืน ให้เรียกว่า นักทัศนาจร (International Excursionists)

2) Domestic Tourists หมายถึงนักท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือผู้ที่พักอาศัยอยู่ในประเทศนั้น ซึ่งรวมถึงบุคคลต่างด้าวที่อาศัยอยู่ในประเทศนั้นด้วย ได้เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศของตนเอง โดยใช้ระยะเวลามากกว่า 1 วันหรือ 24 ชั่วโมง ความหมายของนักทัศนาจรภายในประเทศมีความหมายเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวภายในประเทศแต่มีระยะเวลาในการพำนักรและท่องเที่ยวไม่เกิน 24 ชั่วโมง หรือไม่มีการพักค้างคืน (Domestic Excursionists)

ประเทศไทยได้ยึดถือแนวทางการนิยามความหมายของนักท่องเที่ยวตามที่องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้กำหนดขึ้นในปี พ.ศ. 2506 ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เพื่อเป็นหลักในการจัดทำสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2533 หน้า 19-20) ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourists) หมายถึงชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักรอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน (24 ชั่วโมง) และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อ

- 1.1) การท่องเที่ยว พักผ่อน เยี่ยมญาติ สุขภาพ ฯลฯ
- 1.2) การเข้าร่วมประชุม หรือเป็นตัวแทนสมาคม ตัวแทนทางศาสนา นักกีฬา เป็นต้น
- 1.3) การติดต่อธุรกิจที่มีมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้
- 1.4) การเดินทางมากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะน้อยกว่า 1 คืน

2) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) คือคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยออกเดินทางจากจังหวัด ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้ และมีระยะเวลาทำนัไม่เกิน 60 วัน

2.2.7 ประเภทของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือนักท่องเที่ยวภายในประเทศก็ตาม สามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเภทดังต่อไปนี้คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 หน้า 138)

- 1) นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้สูง ต้องการสินค้า การบริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหรา และพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการในอัตราสูง
- 2) นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลาง เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้ปานกลาง มุ่งความสนุกสนานเป็นสำคัญ โดยมีบริการทางการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องหรูหรามากนัก
- 3) นักท่องเที่ยวประเภทระดับมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีจำนวนมากที่สุดส่วนมากมีรายได้น้อยหรือไม่มีรายได้ประจำ ต้องการบริการทางการท่องเที่ยวแบบทั่วไป เน้นราคาเป็นสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการ

2.2.8 รูปแบบการท่องเที่ยว

รูปแบบของการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้อย่างกว้างๆ คือ

- 1) การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent tourism, Free Individual Traveller) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวเป็นผู้ตัดสินใจกำหนดเส้นทางเอง จัดการเดินทางเองทั้งการติดต่อที่พัก พาหนะในการเดินทางเอง หรืออาจจะมีการติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยวเพียงแค่จองที่พักหรือการเดินทางเท่านั้น
- 2) การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Travel, Package Tour) บริษัทนำเที่ยวจะเป็นผู้จัดการนำเที่ยวทั้งหมดให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งที่พัก การเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.2.9 ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism resources)

1) ความหมายของทรัพยากรท่องเที่ยวหมายถึง สิ่งที่อยู่รอบๆตัว ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมความเป็นเอกลักษณ์ของสิ่งนั้น

2) ประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว

2.1) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติโดยเกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติที่มีความสวยงามน่าสนใจต่อการเดินทางไปเที่ยวชม ซึ่งรวมถึงบริเวณที่มนุษย์เข้าไปปรุงแต่งเพิ่มเติมจากสภาพธรรมชาติในบางส่วนสามารถแบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติออกได้เป็น 3 ประเภทดังต่อไปนี้คือ

2.1.1) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทภูมิอากาศ เป็นสถานที่ที่มีลักษณะอากาศที่เกิดขึ้นตามสภาพธรรมชาติของแต่ละภูมิภาคของโลก

2.1.2) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภททิวทัศน์สวยงาม เป็นสถานที่ที่มีทิวทัศน์ทางธรรมชาติสวยงามและแปลกประหลาด เช่น ป่าไม้ ภูเขา เกาะ หาด ถ้ำ ทะเล เป็นต้น

2.1.3) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทสัตว์ป่า

2.2) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และได้สร้างเสริมขึ้นในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นนั้นว่าในสมัยโบราณมีความเจริญด้านใดบ้าง และเหลือเป็นมรดกตกทอดมายังชนรุ่นหลังอย่างไรบ้าง

2.3) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม แต่ละชุมชนที่มีความแตกต่างไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยมีการยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ของสังคมที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 หน้า 46-50)

3) องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยว

ทรัพยากรท่องเที่ยวควรประกอบด้วยอย่างน้อย 3 องค์ประกอบหรือ 3 A's คือ

3.1) ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ซึ่งหมายถึงความสามารถในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชม สามารถตอบสนอง

ความต้องการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวได้ (Mill, 1992: 265) สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว

3.2) ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นปัจจัยที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ นั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง

3.3) ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นส่วนสำคัญที่จะต้องมียเพื่ออำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสุข ความสบาย และความประทับใจ ซึ่งอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวอยากจะทำหรือท่องเที่ยวซ้ำ โดยสิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ประเภทการเข้า-ออกเมือง สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย

4) ส่วนผสมของแหล่งท่องเที่ยว (Destination mix)

จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยือนนั้นควรประกอบด้วยองค์ประกอบเหล่านี้ (Morrison, 2002:47-48, (Mill, 1992: 265-282) คือ

4.1) ความดึงดูดใจและกิจกรรมต่างๆ (Attractions & Events)

4.2) การคมนาคมขนส่ง (Transportation)

4.3) สาธารณูปโภคพื้นฐาน (Infrastructure)

4.4) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Facilities)

4.5) อุตสาหกรรมบริการ (Hospitality) ความมีไมตรีจิตในการให้บริการ

5) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)

การตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยสิ่งดึงดูดใจจากสื่อที่มีผลต่อการกระตุ้นการเดินทาง และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพลักษณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวขึ้นๆ ทั้งนี้ ได้สรุปและจำแนกประเภทของการรับรู้ข้อมูล ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันจากการวิจัยของเทิดชาย ชวบน้ำรุ่ง (2549)

5.1) Organic image ได้แก่ การรับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อทั่วไป วัฒนธรรม สังคม และการศึกษาที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง ทั้งนี้แหล่งของข้อมูลเป็นประเภทไม่ได้ทำเพื่อเหตุผลทางธุรกิจและการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

5.2) Modified, induced or projected image เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยว อาทิ แผ่นพับ คู่มือท่องเที่ยว นิตยสาร บริษัทนำเที่ยว ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตเป็นผู้ที่ทำธุรกิจท่องเที่ยวหรือใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ

5.3) Re-evaluated image การเกิดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจากการได้เดินทางไปเยือนสถานที่นั้นจริงๆ

2.2.10 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวควรใช้หลักการ 7-s Model ซึ่งประกอบด้วย

1) Strategy หมายถึง การกำหนดกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์และการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว

2) Structure หมายถึง โครงสร้างองค์กรที่มีการกำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบของแต่ละส่วนอย่างเชื่อมโยงกัน มีเครือข่ายจัดการที่เหมาะสม โครงสร้างขององค์กรยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของ RASI ด้วย ซึ่งหมายถึง ความรับผิดชอบ (Responsibility) อำนาจหน้าที่ (Authority) การสนับสนุน (Support) และข่าวสารข้อมูล (Information)

3) System หมายถึง ลำดับขั้นตอนการทำงานที่เป็นระบบ รวมถึงระบบการจัดการข้อมูล ระบบการดำเนินงาน การปฏิบัติหน้าที่ การเงิน การจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ การตลาด และระบบอื่นๆ ด้วย โดยทุกระบบต้องมีการประสานความร่วมมือกันและมีความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอน

4) Staff คือบุคลากรผู้ที่มีส่วนในการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินไปด้วยดี โดยเฉพาะบุคคลที่ทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ

5) Skill หมายถึงการจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยความชำนาญของบุคลากร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน รวมถึง ความรู้ และทัศนคติต่องาน

6) Style หมายถึง รูปแบบในการดำเนินงานของบุคลากรที่แต่ละคนจะมีทักษะการทำงานแตกต่างกัน ประกอบด้วย Autocratic style หรือ Top down หมายถึง การสั่งการจากส่วนบนลงสู่ส่วนล่างหรือจากผู้บังคับบัญชาลงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา และ Democratic style หรือ Bottom-up ซึ่งตรงกันข้ามกับรูปแบบแรก รูปแบบนี้เป็นการทำงานร่วมกันในการวางแผนการจัดการ ซึ่งจะได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายและทำให้งานประสบผลสำเร็จได้ดีกว่า

7) Share หมายถึง การแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น ประสบการณ์ อันจะนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด

แนวคิดการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สามารถจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยว รวมถึงเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวย่อมมีปัจจัยดึงดูดหลายประการ ซึ่งจะส่งผลต่อการจัดทำรายการนำเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยว การจัดเข้าใจองค์ประกอบและรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภททำให้การจัดทำรายการและเส้นทางมีความชัดเจน สามารถสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มและตลาดการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยว รวมถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่นั้นๆ

2.3 แนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือก

2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

1) ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543 หน้า 16) สอดคล้องกับนิยามความหมายของ Gail Lash (1997: 2) ที่ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อพื้นที่ธรรมชาติ ซึ่งจะต้องมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและคงความยั่งยืนความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่ชุมชน

2) หลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ

2.1) หลีกเลี่ยงการสร้างผลกระทบด้านลบโดยเฉพาะการทำลายสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

2.2) ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากร

2.3) เชื้อประโยชน์ในการอนุรักษ์พื้นที่ธรรมชาติและจัดการพื้นที่สงวน

2.4) สร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนท้องถิ่นโดยตรงและประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่สงวน

2.5) เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของสังคมและสิ่งแวดล้อม

2.6) ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชนหรือประเทศเจ้าบ้านโดยการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในท้องถิ่นเป็นหลัก

2.7) สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่กลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม โดยพยายามลดการใช้พลังงานจากธรรมชาติให้น้อยที่สุด การมุ่งอนุรักษ์พืชและสัตว์ป่าท้องถิ่น และทำตัวให้กลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

3) องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544 หน้า 2-3)

3.1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่นั้นๆ องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature-based tourism)

3.2) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงการจัดการอย่างยั่งยืน

3.3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีสร้างกระบวนการเรียนรู้ การให้ความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ รวมถึงการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ นับได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental education-based tourism)

3.4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของตนเอง จนถึงการกระจายรายได้ และสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของคนในชุมชน

2.3.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1) ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงวัฒนธรรมและความเจริญรุ่งเรืองที่ได้รับการพัฒนาตามสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม การดำเนินวิถีชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองทางความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ได้ถ่ายทอดให้แก่คนในยุคปัจจุบัน รูปแบบการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งคือการท่องเที่ยวที่หักวัฒนธรรมชนบท หรือ โฮมสเตย์ คือการพักอาศัยร่วมกับชาวบ้านและดำเนินวิถีชีวิตเช่นเดียวกับชาวบ้าน นอกจากนี้ ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมยังหมายถึง การเยี่ยมชมเยือนของบุคคลที่อยู่ต่างถิ่น โดยบุคคลเหล่านี้ถูกดึงดูดใจและมีความสนใจในประวัติศาสตร์ ศิลปะ

วิทยาศาสตร์ หรือวิถีชีวิต สิ่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดของชุมชน ภูมิภาค กลุ่มหรือองค์กร

2) หลักการเบื้องต้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1) การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต้องมีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อคนในชุมชน

2.2) สร้างและกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชน

2.3) ก่อให้เกิดการจ้างงาน การอบรม และทางเลือกในการประกอบอาชีพ

2.4) สร้างจิตสำนึกและสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมชุมชนให้แก่ นักท่องเที่ยว

2.5) คำนึงถึงผลกระทบที่จะมีต่อชุมชนเกี่ยวกับการลดความศักดิ์สิทธิ์ ความเชื่อของสถานที่ ปัญหาทางสังคมจากการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว อาจทำลายคุณค่าของวัฒนธรรมชุมชน (The Wilderness Society)

3) สินค้าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถสรุปได้ว่าทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินวิถีชีวิต กิจกรรมต่างๆ ที่ขับเคลื่อนโดยชุมชนไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในทาง รูปธรรม เช่น สิ่งของทางวัตถุ การรำยรำ ภาษา เป็นต้น และนามธรรม เช่น ความเชื่อต่างๆ เป็นต้น โดยสิ่งเหล่านี้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสามารถประเมินสินค้าการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมได้จากเกณฑ์เหล่านี้

3.1) คุณภาพของสินค้า

3.2) ความตระหนักของคนในชุมชนต่อวัฒนธรรมของตนเอง

3.3) ทักษะคิดในการให้บริการกับนักท่องเที่ยว

3.4) ความยั่งยืนของวัฒนธรรม

3.5) วัฒนธรรมมีเอกลักษณ์หรือมีคุณลักษณะพิเศษ

3.6) ความสะดวกสบายในการเยี่ยมชม

3.7) ได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมจากคนในชุมชน

3.8) ข้อตกลงการจัดการและความสามารถในการรองรับ

รูปแบบของการท่องเที่ยวเป็นแนวทางของการสร้างความยั่งยืนให้กับแหล่งท่องเที่ยว และเป็นแนวโน้มของการส่งเสริมการท่องเที่ยวของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง แม้ว่าการจัดทำรูปแบบการ

ท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความนิยมในตลาดนักท่องเที่ยวทั่วไปน้อยก็ตาม แต่กระแสของการเรียกร้องถึงการอนุรักษ์ รวมถึงนักท่องเที่ยวเองเริ่มมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมากขึ้น แนวคิดของการท่องเที่ยวเหล่านี้จะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและสอดแทรกอยู่ในรายการท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้จึงได้จัดแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเป็น 3 รายการ

2.4 แนวคิดการจัดรายการนำเที่ยว

การจัดรายการนำเที่ยวมีความสำคัญต่อธุรกิจนำเที่ยว เนื่องจากการจัดทำรายการนำเที่ยวเป็นการวางแผนล่วงหน้า และการนำเสนอขายสินค้า โดยการจัดทำรายการนำเที่ยวต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความสามารถของผู้จัดทำรายการนำเที่ยว เป็นต้น

2.4.1 ประเภทรายการนำเที่ยว

รายการนำเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายรูปแบบ ได้แก่ (สุภาพร มากแจ้ง, 2534 หน้า 92-93)

- 1) จำแนกตามลักษณะการจัด ได้แก่ รายการนำเที่ยวสำเร็จรูป (Ready-made tour) รายการนำเที่ยวที่บริษัทได้มีการจัดทำพร้อมนำเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยว และรายการนำเที่ยวตามความประสงค์ (Tailor-made tour)
- 2) จำแนกตามระยะทาง ได้แก่ การนำเที่ยวระยะสั้น และการนำเที่ยวระยะยาว
- 3) จำแนกตามระยะเวลา ได้แก่ รายการนำเที่ยวครึ่งวัน รายการนำเที่ยวเต็มวัน และรายการนำเที่ยวมากกว่าหนึ่งวัน
- 4) จำแนกตามจุดหมายชม ได้แก่ รายการนำเที่ยวชมเมือง รายการนำเที่ยวชมภูมิทัศน์ รายการนำเที่ยวชมเมืองและภูมิทัศน์ รายการนำเที่ยวแหล่งบันเทิงยามราตรี
- 5) จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว อาทิ รายการนำเที่ยวล่องเรือ รายการนำเที่ยวเดินป่า รายการนำเที่ยวดำน้ำ รายการนำเที่ยวผจญภัย เป็นต้น
- 6) จำแนกตามลักษณะการซื้อ ได้แก่ รายการนำเที่ยวเหมาจ่าย รายการนำเที่ยวพิเศษ

2.4.2 การจัดทำรายการนำเที่ยว

การจัดทำรายการนำเที่ยวจะต้องมีการวางแผนล่วงหน้าก่อนที่จะนำเสนอขายสินค้า เพราะการจัดทำรายการประกอบด้วยหลายขั้นตอน ดังนี้

1) การจัดเตรียมเส้นทาง กำหนดเส้นทางที่เป้าหมายที่จะจัดนำเที่ยว การสำรวจเส้นทาง และศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทาง

2) การจัดเตรียมรายการ โดยการนำข้อมูลจากการสำรวจมาศึกษา วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมตามระยะเวลา กิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่างๆ รวมถึงเงื่อนไขของรายการนำเที่ยว

3) การจัดทำกำหนดการ หรือ Itinerary หมายถึงรายละเอียดของรายการนำเที่ยวที่จัดทำขึ้น ซึ่งประกอบด้วยการจัดทำกำหนดการอย่างคร่าว (Graphic itinerary) และตารางกำหนดการ (Tabulated itinerary)

การวิจัยนี้จำเป็นต้องใช้แนวคิดการจัดรายการนำเที่ยวเพื่อให้ได้คำตอบของผลการวิจัย ทั้งนี้ ขั้นตอนในการดำเนินงานนี้เหมือนกับกระบวนการทำวิจัย เพราะเป็นการวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์ การใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลเหมือนงานวิจัย รวมถึงการทดลอง ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน ผลการวิจัยใช้การนำเสนอผลการศึกษาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบรายการนำเที่ยวอย่างคร่าวๆ โดยระบุแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนวัน (Outline Itinerary)

2.5 แนวคิดการตลาดการท่องเที่ยว

2.5.1 เกณฑ์การพิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

การท่องเที่ยวเป็นลักษณะของการให้บริการสินค้าส่วนใหญ่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible products) ดังนั้น คุณภาพของการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจแบบเดียวกัน โดยมีเกณฑ์พิจารณาคุณภาพของการให้บริการดังนี้ (ฉลองศรีพิมพ์สมพงศ์, 2546 หน้า14-15)

1) การเข้าถึงลูกค้า (Access) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าหมายถึง ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกต่างๆ

2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นการบอกให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการต่างๆ ที่ถูกต้องและชัดเจน ใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย มีภาพประกอบ

3) ความสามารถ (Competence) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในการให้บริการของพนักงาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าว่าจะได้รับบริการที่ถูกต้องและยุติธรรม

4) ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) การแสดงถึงความมีน้ำใจ จริงใจ ยินดีต้อนรับ และมีความเป็นกันเองแก่ลูกค้า

5) ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า โดยให้บริการที่ดีที่สุด ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นว่าได้รับการบริการที่ดีที่สุดและพึงพอใจ

6) ความไว้วางใจ (Reliability) การให้บริการอย่างถูกต้องสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดความไว้วางใจ ซึ่งจะส่งผลต่อความจงรักภักดี (Loyalty) ในสินค้าและบริการไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการของคู่แข่ง

7) การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึงการให้บริการตอบสนองลูกค้าทันทีเมื่อต้องการใช้บริการ หรือเกิดปัญหา ตอบข้อซักถามอย่างรวดเร็วและถูกต้อง

8) ความปลอดภัย (Security) ผู้รับบริการจะได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ

9) การสร้างการบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) ลูกค้าสามารถคาดคะเนคุณภาพของการบริการได้ หรือสามารถสัมผัสด้วยความรู้สึกได้ว่าจะได้รับการบริการในระดับใด

10) รู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the customer) ผู้ให้บริการควรทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร และตอบสนองความต้องการนั้นอย่างรวดเร็ว ก่อนที่ลูกค้าจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการของคู่แข่งรายอื่น

2.5.2 การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยว

เทคนิคของการแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือการหาปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นจุดร่วมของความพอใจของนักท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2546 หน้า 57-58) ดังนี้

1) การจัดแบ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความชอบเหมือนกัน คล้ายคลึงกันหรือต่างกัน

2) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่งย่อมเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่เป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แต่ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถเลือกหรือพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวบางประเภทขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือหลาย ๆ

กลุ่มให้มาสนใจร่วมกัน และสามารถเดินทางไปดูชมพร้อมๆ กันได้ เช่น การจัดรายการนำเที่ยวเหมาจ่าย (Package tour)

3) นักท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดเป้าหมายเดียวกันจะมีลักษณะบางอย่างที่เหมือนกัน คล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันเล็กน้อย สามารถทราบข้อมูลโดยการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การเดินทางและความสนใจอย่างละเอียด

4) จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มควรมีขนาดพอเหมาะสามารถวัดปริมาณได้และมีตัวตนที่แน่นอน

5) การเข้าถึงนักท่องเที่ยวในส่วนแบ่งตลาดจะใช้วิธีการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่แล้ว โดยพิจารณาความง่าย

6) การปกป้องตลาดให้พ้นจากคู่แข่ง พิจารณาจากลักษณะพิเศษของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แตกต่างจากกลุ่มอื่นเป็นการถาวรหรือไม่ หรือเปลี่ยนแปลงตามสมัยนิยมและความสามารถในการแข่งขันธุรกิจเพื่อที่จะทราบว่าเป็นตลาดถาวรหรือไม่ จะต้องแบ่งออกเป็นอีกกลุ่มหรือไม่

ในทางปฏิบัติผู้ประกอบการธุรกิจจึงมักเลือกแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัยสามารถไปได้หรือใช้บริการได้คล้ายคลึงกัน แม้ว่านักท่องเที่ยวจะมีความสนใจในกิจกรรมท่องเที่ยวแตกต่างกันบ้างแต่ก็สามารถนำมาจัดเป็นรายการสำเร็จรูป (Package) ผสมผสานกันได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจ เพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ผู้ประกอบการก็นำเที่ยวนิยมแบ่งกลุ่มเป้าหมายโดยพิจารณาจากลักษณะประชากร สถานภาพ พฤติกรรมการบริโภค กิจกรรมการท่องเที่ยว และระดับราคา ดังนี้

1) กลุ่มตลาดชั้นดี เป็นกลุ่มลูกค้าชั้นดีที่ประสงค์ให้จัดตามความต้องการและเป็นกลุ่มขนาดเล็ก

2) กลุ่มตลาดค่อนข้างดี จัดบริการนำเที่ยวเหมาจ่าย (Package tour) แบบพิเศษ

3) กลุ่มตลาดปานกลาง จัดบริการนำเที่ยวเหมาจ่าย (Package tour) แบบธรรมดา มีระยะเวลาสั้น

4) กลุ่มตลาดประหยัด เป็นกลุ่มที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นๆ เนื่องจากมีงบประมาณจำกัด

5) กลุ่มอิสระ หมายถึงนักท่องเที่ยวทั่วไปที่นิยมจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง แต่อาจซื้อบริการบางอย่างจากบริษัทนำเที่ยว

2.5.2 ส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาดหมายถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องทุกๆ ด้านที่ผู้ประกอบการจะใช้เป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ในการจัดการและพัฒนาธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วยปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้และปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการทุกอย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสนอขายซึ่งอาจเป็นสินค้าที่จับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ แต่วัดจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เก่า (Existing product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวซึ่งได้รับความนิยมมานานแล้ว และยังขายให้แก่นักท่องเที่ยวได้อยู่เสมอ และผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ยังไม่มีธุรกิจใดนำเสนอการขายมาก่อน

2) ราคา (Pricing) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการ และกำหนดราคาสินค้าตามวัตถุประสงค์ เช่น ราคาส่งและราคาพิเศษ และกลุ่มตลาดเป้าหมาย

3) ช่องทางการจำหน่าย (Place and process of delivery) หมายถึงวิธีการหรือกระบวนการจำหน่ายสินค้าและบริการให้ไปถึงลูกค้าโดยเร็วและสะดวกที่สุด โดยอาศัยคนกลางในการนำเสนอสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel agency) บริษัทนำเที่ยวขายส่ง (Tour wholesaler) เป็นต้น

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงวิธีการที่กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย เป็นต้น

5) บุคลากร (People) หมายถึง ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ทั้งนี้ บุคลากรควรเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และเข้าใจธรรมชาติของงานบริการ

6) การจัดรายการ (Programming) หมายถึง พัฒนาสินค้า กิจกรรมพิเศษ หรือรายการต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ใช้จ่ายมากขึ้น

7) การจัดรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การนำสินค้าและบริการหลายๆ อย่างมาจัดเข้าด้วยกันให้มีความเหมาะสมและดึงดูดใจกลุ่มตลาดเป้าหมาย

8) การสร้างพันธมิตร (Partnership and Participation) หมายถึงการสร้างความร่วมมือทางและการประสานงานระหว่างผู้ซื้อ (Buyer) และผู้ขาย (Sellers) รวมถึงการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้

2.6 แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.6.1 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำให้พฤติกรรมการเดินทาง ตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท (Morrison, 2002: 75, 92) ได้แก่

1) ปัจจัยภายใน (Personal Factors/Internal Variables) ได้แก่

1.1) ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs Wants and Motivation)

1.2) การรับรู้ (Perception)

1.3) การเรียนรู้ (Learning)

1.4) บุคลิกภาพ (Personality)

1.5) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life style)

1.6) แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self concept)

2) ปัจจัยภายนอก (Interpersonal factors/External variables) ได้แก่

2.1) วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (Culture and subcultures)

2.2) กลุ่มอ้างอิง (Reference groups)

2.3) ชั้นของสังคม (Social classes)

2.4) ผู้นำความคิดเห็น (Opinion leaders)

2.5) ครอบครัว (The family)

2.6.2 พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ฏีกิรยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งขบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยสามารถสรุปพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้ 9 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism promotion) เป็นการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Needs) เป็นผลมาจากการได้รับข้อมูล ซึ่งแต่ละบุคคลมีความอยากเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลำดับความต้องการนั้นเพื่อวัตถุประสงค์ใด

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัยผลักดัน (Push factor) เป็นความต้องการจากสภาพทางร่างกายและจิตใจมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว และปัจจัยดึงดูด (Pull factor) เกิดจากความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยแบ่งสิ่งจูงใจออกได้เป็น สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical motivation) สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture motivation) สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal motivation) สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and status motivation)

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision making) เกิดจากการสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น ประกอบตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนโดยคำนึงถึงการประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความสุนทรีภาพที่จะได้รับจากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

- 1) จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
- 2) จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
- 3) จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด
- 4) จะไปท่องเที่ยวกับใคร
- 5) จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร
- 6) จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
- 7) จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน
- 8) จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for expenditure) การคำนวณและศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel preparation) การเตรียมตัวต้องเตรียมทั้งพาหนะการขนส่ง เอกสารการประกอบการเดินทาง และสิ่งที่จำเป็นจะต้องใช้ในการเดินทางที่จำเป็น

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางโดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ จากประสบการณ์ที่ได้รับ การประเมินจะมีผลต่อการตัดสินใจการเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่น

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Tourist experience) ผลของการได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวมี 2 ลักษณะได้แก่ ประสบการณ์เชิงบวก (Positive) เป็นความพึงพอใจที่ได้รับ อีกลักษณะคือประสบการณ์เชิงลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว (Tourist Attitude) เกิดจากความรู้สึก ความพึงพอใจ และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น ทั้งด้านบวกและด้านลบ

2.6.3 ความสัมพันธ์ของวงจรชีวิตแหล่งท่องเที่ยวกับลักษณะจิตวิทยาการท่องเที่ยว

Stanley C. Plog ได้จำแนกนักท่องเที่ยวตามหลักจิตวิทยาออกเป็น 5 ประเภท คือ

1) นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentric) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่สนใจแต่ความต้องการของตนเอง นิยมท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่รู้จักดี ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่

2) นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง (Near Psychocentric) เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเอง และการเดินสายกลาง สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นเจริญเติบโตหรือเพิ่งเริ่มเป็นที่รู้จัก แต่ไม่สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นอิมตัว

3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินสายกลาง (Midcentric) เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ๆ トラバเท่าที่ไม่ได้เสี่ยงอันตราย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มนี้ และสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นเจริญเติบโตเต็มที่ ไม่สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นอิมตัว

4) นักท่องเที่ยวที่ชอบความหลากหลายพอสมควร (Near Allocentric) เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ระหว่างกลุ่มที่เดินสายกลาง และกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นเจริญเติบโตและมีความแปลกใหม่ในความคิดเห็นของตนเอง

5) นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจหลากหลาย (Allocentric) ชอบกิจกรรมที่ท้าทาย และทดลองสิ่งแปลกใหม่ที่ไม่รู้จัก ชอบความตื่นเต้น ผจญภัย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นแนะนำ หรือยังไม่เป็นที่รู้จัก

2.7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

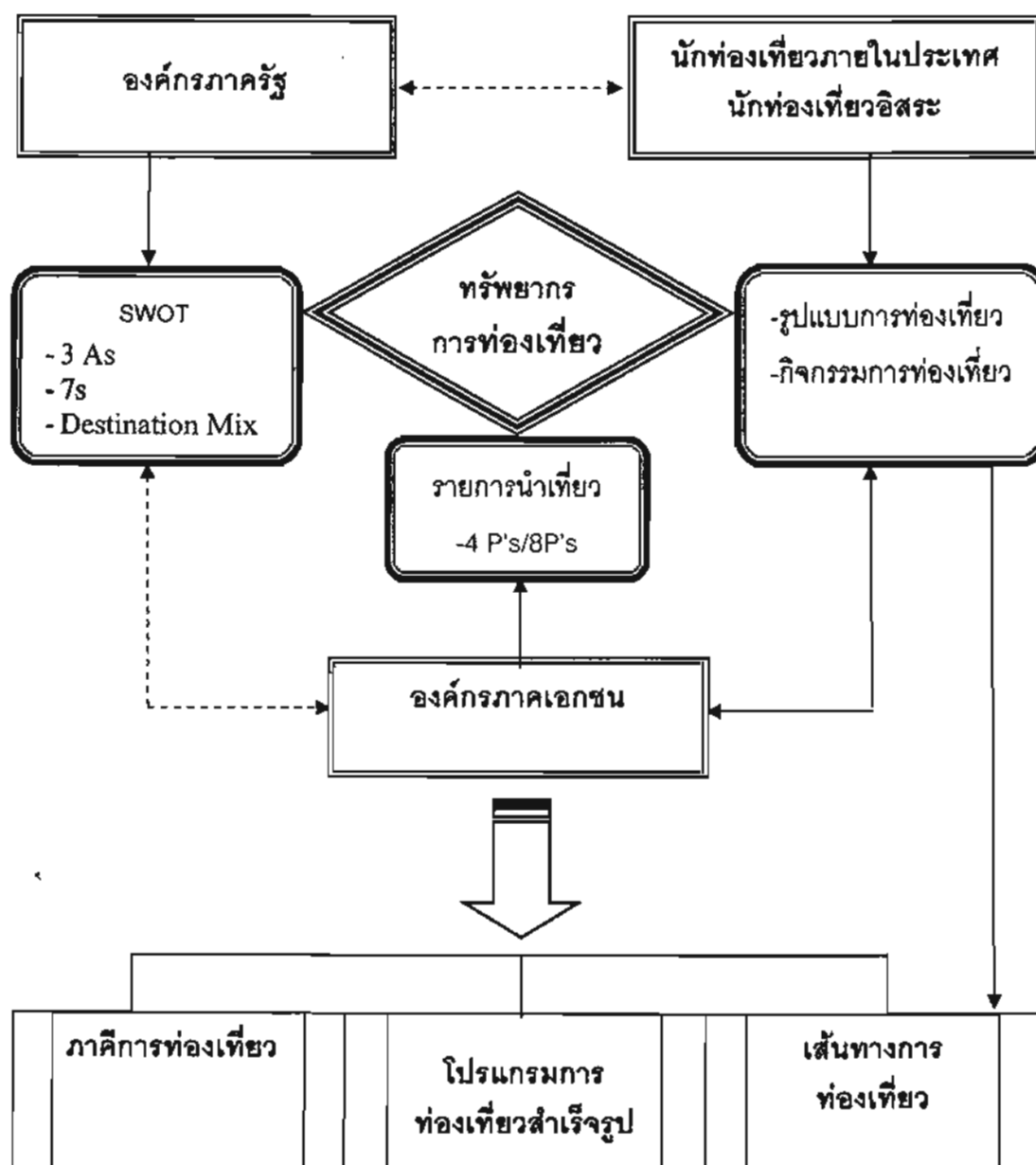
อำนาจ สุนทรวาท และสัจจา ไกรศรีรัตน์ (2548) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวภาคตะวันตกโดยชุมชน ผลการวิจัยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันตกที่มีพื้นที่ติดต่อกันคือ จังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี และจังหวัดกาญจนบุรี มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว สามารถสร้างเส้นทางเชื่อมโยงในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ ระยะเวลาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมคือ 3 วัน 2 คืน โดยเส้นทางท่องเที่ยวได้ผสมผสานเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่และประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน เส้นทางท่องเที่ยวนี้เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวประเภทคนเมือง รักธรรมชาติ และสนใจวัฒนธรรมชุมชน

วันทนี นามสวัสดิ์และคณะ (2548) ได้วิจัยเรื่องการพัฒนาและส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามเส้นทางอารยธรรมขอมขากอีสานตอนล่างสู่ราชอาณาจักรกัมพูชา พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการสร้างเส้นทางโดยควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภครองรับ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยตัวแหล่งเอง แต่ยังคงต้องพัฒนาที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกและศูนย์ข้อมูล ซึ่งแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวได้สร้างเครือข่ายในการประชาสัมพันธ์ตามเส้นทางที่กำหนด

2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกรอบของกลุ่มที่ศึกษาเป็น 3 กลุ่ม คือองค์กรภาครัฐ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ นักท่องเที่ยวอิสระ และองค์กรภาคเอกชนหรือสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่ม 5 จังหวัดภาคตะวันตก แนวคิดการศึกษาแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย เพื่อให้ได้ผลการศึกษาคือโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสม เส้นทางท่องเที่ยวด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวอิสระ และภาคีทางการท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการศึกษา



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาถึงการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปและเส้นทางที่เหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวคนไทย โดยผู้วิจัยและคณะได้กำหนดแนวทางการวิจัย กลุ่มประชากรตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 วิธีการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดคำถามการวิจัยออกเป็น 3 ข้อ โดยผู้วิจัยกำหนดวิธีในการศึกษาเพื่อให้ได้คำตอบจากคำถามการวิจัยออกเป็นข้อๆ ดังนี้

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 ปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยเป็นอย่างไร

- การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันตกทั้ง 5 จังหวัด โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและการประชุมกลุ่มย่อย ได้แก่ องค์การรัฐ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลางเขต 1 (จังหวัดกาญจนบุรี และราชบุรี) เขต 2 (จังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์) และภาคเหนือเขต 4 (จังหวัดตาก) ศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว และกีฬา องค์การบริหารส่วนจังหวัด) สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่อยู่ในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก องค์การเอกชน (สมาคม/ชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมในแต่ละจังหวัด กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง)

- การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัย สื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด แผนและนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทย แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดในกลุ่มภาคตะวันตก และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

- ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลเชิงบุคคล ได้แก่ การสำรวจบริษัทนำเที่ยวและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตก และบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯ โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Indepth Interview)

เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการนำเที่ยว รูปแบบรายการนำเที่ยวที่เหมาะสมจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพฯ 4 แห่ง และในท้องถิ่น 7 แห่ง นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว และการสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอิสระจำนวน 600 คน

- ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี ในการจัดทำรายการนำเที่ยว บทความ ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ รายการนำเที่ยวและเส้นทางการจัดรายการนำเที่ยวในปัจจุบัน จากเอกสาร แผ่นพับ โบปลิ้ว สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการเข้าร่วมการจัดงานท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวประจำปี 2550 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เพื่อนำข้อมูลมาจัดทำรายการนำเที่ยว

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 การสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยควรดำเนินการในลักษณะใด มีอุปสรรคและปัญหาอย่างไรบ้าง

- การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการสอบถามข้อมูล ความคิดเห็นจากผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อหาแนวทางการดำเนินงานสร้างเครือข่ายระหว่างนักวิจัยกับภาคธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยการซักถามกลุ่มย่อย (Focus group) ร่วมกับการใช้โครงสร้างประเด็นคำถามในการประชุม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมายในการวิจัยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

3.2.1 เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในกลุ่มภาคตะวันตก และให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดในภาพรวม ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลางเขต 1 เขต 2 และภาคเหนือเขต 4 ศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาใน 5 จังหวัดภาคตะวันตก องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันตก สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่อยู่ในเขต 5 จังหวัด ภาคตะวันตก สมาคม/ชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมในแต่ละจังหวัด ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพื่อศึกษาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก จำนวน 36 คน

3.2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่

1) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกลุ่มภาคตะวันตกที่ใช้เส้นทางภายใน 5 จังหวัด เป้าหมาย เพื่อศึกษารายการนำเที่ยวสำเร็จรูปและเส้นทางท่องเที่ยวที่บริษัทได้จัดทำ โดยการสอบถามและสัมภาษณ์ใน 5 จังหวัดภาคตะวันตก 101 แห่ง และในกรุงเทพฯ 83 แห่ง รวม 184 แห่ง และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างคือการสอบถามเชิงลึกจากบริษัทนำเที่ยว 7 บริษัท

2) บริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯ ที่ได้มีการจัดรายการนำเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศและเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ ทั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผสม การท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน 5 จังหวัดภาคตะวันตก 4 บริษัท เพื่อสอบถามความคิดเห็นของรายการนำเที่ยวที่เหมาะสม การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบเจาะจง

3.2.3 นักท่องเที่ยวภายในประเทศใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญกับนักท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด จำนวน 400 คน เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างในการแสดงความคิดเห็นของรายการนำเที่ยวที่เหมาะสมของกลุ่มภาคตะวันตกโดยภาพรวม

การคำนวณเพื่อหาจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างใช้สูตร Taro Yamane

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

n = จำนวนนักท่องเที่ยวตัวอย่าง

N = จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกในปี พ.ศ. 2548

e = ความคลาดเคลื่อนที่กำหนดในระดับนัยสำคัญ 0.05

$$\begin{aligned} e &= 0.0025 \times 10,827,221 \\ &= 27068.0525 \\ &= 10,827,221 + 27068.0525 \\ &= 400 \end{aligned}$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 400 คน โดยจัดเก็บตามจำนวนและสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละจังหวัด ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดตาก $714,565 \times 400 (10,827,221) = 27$

นักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดกาญจนบุรี $4,246,692 \times 400 (10,827,221) = 157$

นักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดราชบุรี	$852,998 \times 400 (10,827,221) = 31$
นักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดเพชรบุรี	$3,121,353 \times 400 (10,827,221) = 115$
นักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	$1,891,613 \times 400 (10,827,221) = 70$

จากการคำนวณจำนวนและสัดส่วนของกลุ่มประชากรตัวอย่างตามสูตรข้างต้นจะพบว่าจำนวนและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในบางจังหวัดน้อยเกินไป ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้เฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างออกเป็นจำนวนและสัดส่วนที่เท่าเทียมกันคือ จังหวัดละ 80 กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวม 400 คน นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้จัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแผนภาพเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อใช้ประกอบการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยอีกครั้ง ภายหลังจากได้จัดทำเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อสอบถามความคิดเห็นต่อเส้นทางและเลือกเส้นทางที่ท่องเที่ยวตามลำดับ 1, 2, และ 3 อีก 200 คน โดยคิดสัดส่วนครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างการเก็บข้อมูลครั้งแรก และได้กระจายการเก็บข้อมูลเช่นเดียวกับกลุ่มแรก

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยได้แก่

3.3.1 แบบสัมภาษณ์บุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานของรัฐและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (ตอบคำถามข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และข้อที่ 3)

3.3.2 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเพื่อประเมินรูปแบบรายการนำเที่ยวที่เหมาะสมในแต่ละประเภท

3.3.3 การตรวจสอบแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยการนำเครื่องมือทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงจำนวน 20 คน จากนั้นปรับปรุงเครื่องมือให้มีความสมบูรณ์โดยปรึกษากับที่ปรึกษาโครงการ และนำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นกระบวนการให้ได้มาซึ่งข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนด โดยผู้วิจัยและคณะได้จัดแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) และการรวบรวมข้อมูล (Data Compilation) ดังนี้

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ผู้วิจัยได้จัดเก็บข้อมูลขึ้นมาใหม่เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยเฉพาะ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลประเภทการสำรวจสนาม (Field survey) เนื่องจากกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่างอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก วิธีการเก็บข้อมูลได้แก่

1) การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม (Interviewing) สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviewing) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานของรัฐและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

2) การชักถามกลุ่ม (Focus group) เพื่อประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายภาคการท่องเที่ยว

3) การใช้แบบสอบถามส่งทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มประชากรตัวอย่างตอบ โดยให้ผู้ตอบกรอกข้อมูลเอง ผู้วิจัยใช้การส่งแบบสอบถามในกรณีที่ไม่สามารถเดินทางไปยังพื้นที่นั้นๆ ได้

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งข้อมูลดิบและข้อมูลที่ผ่านกรรมวิธีทางข้อมูล (Data processing) หรือการวิเคราะห์ข้อมูลมาแล้ว (Data analysis)

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Secondary data) ที่เกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานและนำมาจัดทำแบบสัมภาษณ์เพื่อสอบถามสถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดว่าเป็นอย่างไร ในแต่ละจังหวัดมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยวอย่างไร และการสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ข้อมูลที่ได้รับจะถูกนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และนำมาจัดทำโครงสร้างประเด็นคำถามในการการสัมภาษณ์นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาพรวมของการท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก นอกจากนี้ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในท้องถิ่นเกี่ยวกับสถานการณ์ โดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ในกรณีที่ไม่สามารถเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้ แต่มีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลอีกครั้ง รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อยในเขตจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ เพื่อสอบถามเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยว

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์การวิจัย กล่าวคือวิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูลรายการนำเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ

(Domestic Tourist) แตกต่างจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ (FITs) ดังนี้

รายการนำเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิโดยการสำรวจบริษัทนำเที่ยวและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตก และบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯ โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะจง (In-depth Interview) และทฤษฎีเกี่ยวกับโปรแกรมการท่องเที่ยวจากเอกสาร แผ่นพับ ใบปลิว และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการเข้าร่วมงานไทยเที่ยวไทยครั้งที่ 10 และเที่ยวทั่วโลก 2007 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ผู้วิจัยได้จัดแบ่งรายการนำเที่ยวที่เหมาะสมออกเป็น รายการนำเที่ยวแบบผสม รายการนำเที่ยวทางธรรมชาติ รายการนำเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยแต่ละรายการจำแนกตามวันได้แก่ 1 วัน 2 วัน 3 วัน และแต่ละรายการได้ถูกจัดลำดับตามความสำคัญตั้งแต่อันดับที่ 1, 2 และ 3 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดทำรายการนำเที่ยวแต่ละประเภทมีจำนวนรายการมากกว่า 3 รายการ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการนำเที่ยวทั้งในท้องถิ่นและกรุงเทพฯ ได้พิจารณาคัดเลือก จัดลำดับ และแสดงความคิดเห็นในแต่ละรายการ รายการนำเที่ยวที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกได้ถูกนำไปวิเคราะห์อีกครั้งกับเครือข่ายภาคีที่ร่วมทำวิจัยเพื่อปรับให้มีความเหมาะสมที่สุด โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

- ความน่าสนใจ ความสวยงาม ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยว
- ความสามารถในการเดินทางเข้าถึง ระยะทาง เวลา ความปลอดภัย ความเหมาะสม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวด้วย
- สิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่พัก สถานบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทั้งกายภาพและสุนทรียภาพ
- มุมมองในเชิงธุรกิจทั้ง ความสามารถทางการตลาด ความเป็นไปได้ในการขาย ความคุ้มค่าและผลตอบแทนทางธุรกิจ
- มีกิจกรรมหรือสร้างกิจกรรมนันทนาการให้กับนักท่องเที่ยว

การวิจัยเพื่อจัดทำกิจกรรมหรือเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ (FITs) ได้จัดเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอิสระด้วยวิธีการแบบ Face-to-face จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยจัดแบ่งการสำรวจข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอิสระในแต่ละจังหวัดๆ ละ 80 คน สถานที่ในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวคือแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดๆ ละ 3 แห่ง เพื่อกระจายข้อมูลและให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย ผลที่ได้รับจากการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลได้ถูกนำมาประมวลผลด้วยการใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อจัดทำเส้นทางและกิจกรรมที่เหมาะสมโดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการจัดแบ่งเส้นทางหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมเหมือนกับรายการนำเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) เส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นได้ถูกนำไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอิสระจำนวน 200 คน และองค์การภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลางเขต 1 เขต 2 และเขต 4 รวมถึงศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดทั้ง 5 จังหวัดในภาคตะวันตก นักวิชาการ และบริษัทนำเที่ยวที่เข้าร่วมเป็นภาคีอีกครั้ง เพื่อสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ร่วมกับการวิเคราะห์พื้นที่ศึกษาโดยใช้หลักการ SWOT Analysis และใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายถึงสถานการณ์และปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทย (ตอบคำถามข้อที่ 1) และการวิเคราะห์แนวทางในการดำเนินงานร่วมกันระหว่างนักวิจัยท่องเที่ยวและภาคธุรกิจท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

3.5.2 การประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยควรเป็นอย่างไรนั้น ได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาพร้อมกับการใช้สถิติร้อยละในการแสดงผล Best 1, 2, 3 ของแต่ละประเภทและประเภทของการท่องเที่ยวแบบผสมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3.6 แผนงานของโครงการ

คำถามการวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	วัน/เวลาดำเนินการ
คำถามข้อที่ 1 1.สถานการณ์การท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกเป็นอย่างไร	1. การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ	- รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย แผนพัฒนาการท่องเที่ยวและจากสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับรายการนำเที่ยวปัจจุบัน และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สามารถนำไปจัดทำรายการนำเที่ยวจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	- ข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกเชิงนโยบาย	1 ก.ย.-31 ธ.ค. 49 (4 เดือน)

คำถามการวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	วัน/เวลาดำเนินการ
2.หน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยเป็นอย่างไร มีจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรคอย่างไรบ้าง	2.แบบสัมภาษณ์ จำนวน 36 ชุด 3. การประชุมกลุ่มย่อย	- นำแบบสัมภาษณ์สอบถามข้อมูลเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลางเขต1 เขต2 และภาคเหนือเขต4 ศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว สมาคม/ชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมในแต่ละจังหวัด	- ทราบความคิดเห็นของหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตก รวมถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	
คำถามข้อที่ 2 1.โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยควรเป็นอย่างไร	1. แบบรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ	- รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว รายการนำเที่ยวจากเอกสารสื่ออิเล็กทรอนิกส์สิ่งพิมพ์ต่างๆ	- รายการนำเที่ยวและเส้นทาง การท่องเที่ยว ทั้ง 3 รูปแบบได้แก่แบบผสม ทางธรรมชาติ และเชิงวัฒนธรรม จำนวน 27 โปรแกรม และ 27 เส้นทาง รวม 54 รายการ	1ม.ค.-31 มี.ค.50 (3 เดือน)

คำถามการวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	วัน/เวลาดำเนินการ
	2. แบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยว นักวิชาการใน เขต 5 จังหวัด ภาคตะวันตก และกรุงเทพฯ	- นำแบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยว และ นักวิชาการในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก	ทราบความคิดเห็น ของผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยวและ นักวิชาการ นักท่องเที่ยวต่อ รายการนำเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบ	
	3. แบบสอบถาม พฤติกรรมการ ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว อิสระ 400 คน และแบบ สัมภาษณ์ ความคิดเห็น นักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน และหน่วยงาน ของรัฐและ นักวิชาการ	- นำแบบสอบถาม สัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เขต 5 จังหวัด	- ทราบความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยว อิสระ หน่วยงานของ รัฐและนักวิชาการต่อ เส้นทางการท่องเที่ยว ทั้ง 3 รูปแบบ	

คำถามการวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	วัน/เวลาดำเนินการ
คำถามข้อที่ 3 3. การสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างนักวิจัยท้องถิ่นกับภาคธุรกิจท้องถิ่นใน 5 จังหวัดภาคตะวันตกของประเทศไทยควรดำเนินการในลักษณะใด มีอุปสรรคและปัญหาอย่างไรบ้าง	1. การประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวนักวิชาการและภาคีร่วมการท่องเที่ยว 2. การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพฯ	- จัดประชุมกลุ่มย่อยกับภาคีเพื่อหาแนวทางและความร่วมมือการวิจัย	- ทราบแนวทางการคิดเห็น และรูปแบบการดำเนินการเพื่อสร้างเครือข่ายรวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน	เมษายน 50 (1 เดือน)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

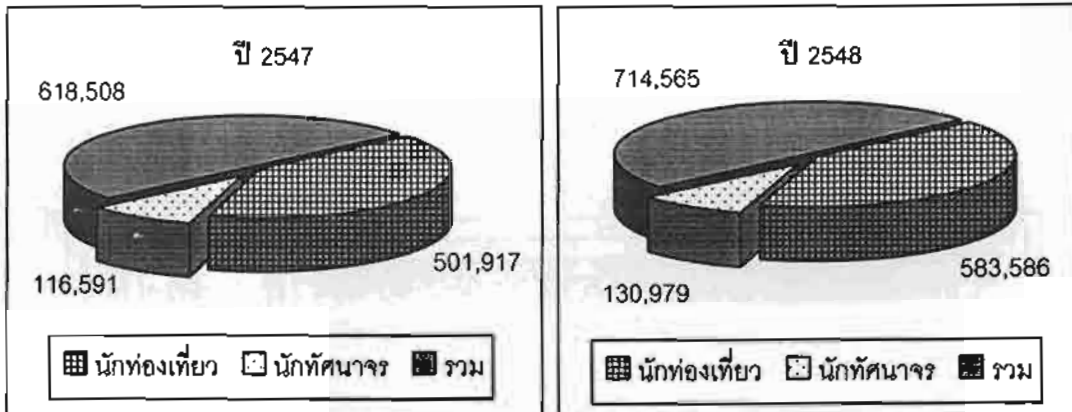
การวิจัยเพื่อปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวคนไทยในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตกได้มุ่งเน้นการศึกษาทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสอบถาม การประชุมกลุ่มย่อย และการพรรณนาข้อมูลเชิงสถิติ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยประกอบด้วยภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด ภาคเอกชนหรือธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันตกและกรุงเทพฯ และนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก ผลการวิจัยได้แบ่งเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในเขต 5 จังหวัดภาคตะวันตก

4.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดตาก

การท่องเที่ยวในจังหวัดมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2548 มีผู้มาเยือนคนไทย 714,565 คน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 1,948.28 ล้านบาท ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวนผู้มาเยือนจังหวัดตากมีอัตราการเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15.53 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้มาเยือนทั้งนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2547 อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้มาเยือนคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มภาคตะวันตกพบว่า จังหวัดตากเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยือนน้อยที่สุด

แผนภาพที่ 4 เปรียบเทียบจำนวนผู้มาเยือนจังหวัดตากระหว่างปี พ.ศ. 2547 และปี พ.ศ. 2548



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

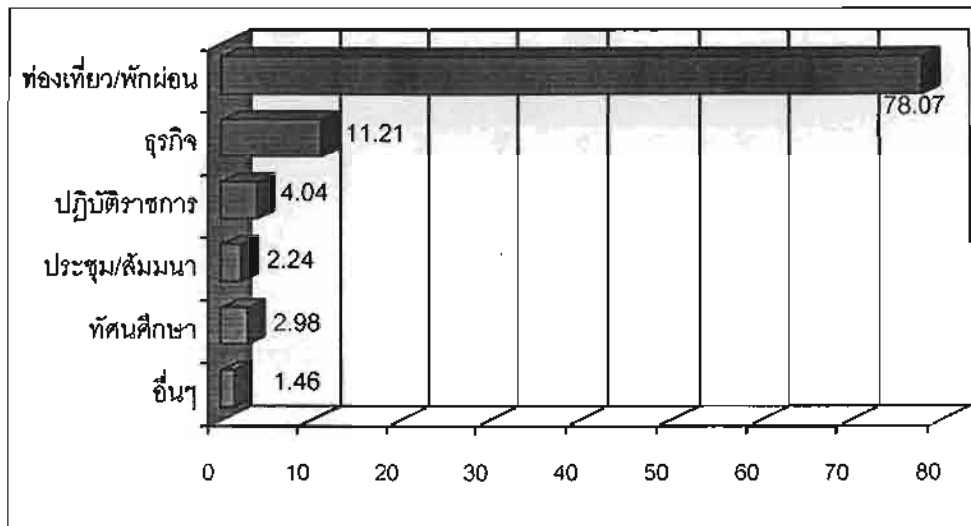
กลุ่มผู้มาเยือนจังหวัดตากส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่พักค้างคืนในจังหวัด (แผนภาพที่ 4) โดยมีจำนวนถึงร้อยละ 81.67 มากกว่านักท่องเที่ยว (ร้อยละ 18.33) ระยะเวลาพักเฉลี่ย 2.33 วัน ทั้งนี้ เนื่องจากระยะทางและการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลักๆ ของจังหวัดจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางและท่องเที่ยว เช่น น้ำตกน้ำตกทีลอซู ตลาดชายแดนอำเภอแม่สอด เป็นต้น

เหตุผลในการทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตากของนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรคือมากกว่าร้อยละ 78.07 เดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน ส่วนการเดินทางมาเพื่อการประกอบธุรกิจ (ร้อยละ 11.21) การปฏิบัติราชการ (ร้อยละ 4.04) ทัศนศึกษา (ร้อยละ 2.98) การประชุมสัมมนา (ร้อยละ 2.24) และอื่นๆ (ร้อยละ 1.46) พบว่ามีจำนวนและสัดส่วนเพียงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (แผนภาพที่ 5) กลุ่มผู้มาเยือนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 22.51) นักศึกษา (ร้อยละ 22.35) พนักงาน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 21.49) และผู้ประกอบการส่วนตัว (ร้อยละ 20.54) ตามลำดับ ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือนส่วนใหญ่มากับกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 37.29) กลุ่มครอบครัว (ร้อยละ 28.45) เดินทางคนเดียว (ร้อยละ 23.82) และมีเพียงร้อยละ 10.43 ที่เดินทางมาคนเดียว

ผู้เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดตากมากกว่าครึ่งหนึ่งมีอายุไม่เกิน 34 ปี ซึ่งสอดคล้องระหว่างกลุ่มอายุและรูปแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดตาก เนื่องจากกลุ่มเยาวชนและวัยทำงานนี้ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมชอบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ผจญภัยและท้าทาย ในขณะที่จังหวัดตากมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกิจกรรมที่ได้รับความนิยม

นิยมมากของกลุ่มเหล่านี้คือ การล่องแพ การเดินป่า และการชมน้ำตก เช่น น้ำตกทีลอซู ทีลอจ๋อ น้ำตกทีลอเร เป็นต้น นอกจากนี้ รูปแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดยังมีความเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มครอบครัวเช่นเดียวกัน

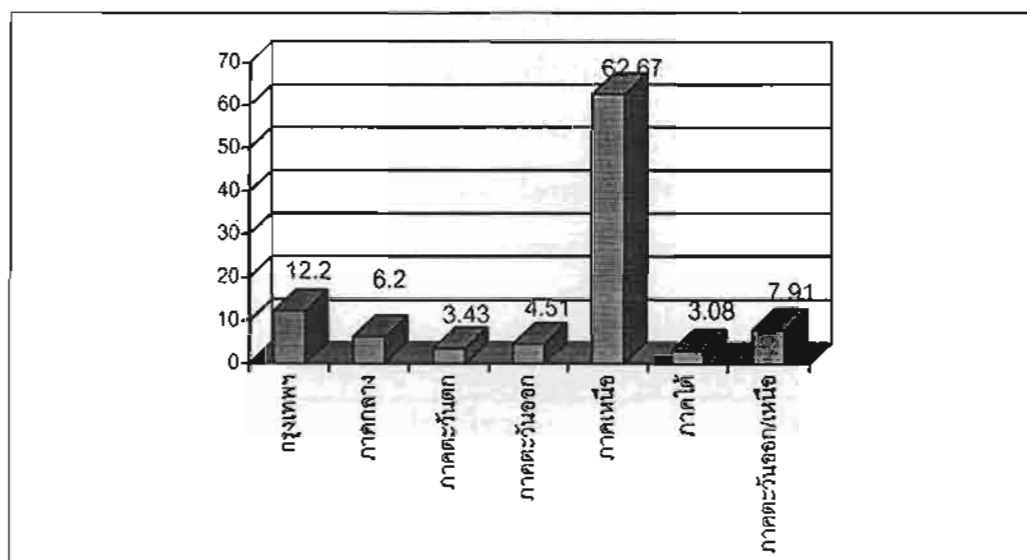
แผนภาพที่ 5 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดตาก



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การเดินทางมาจังหวัดตากสามารถมาโดยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสาร และเครื่องบิน โดยผู้มาเยือนส่วนใหญ่นิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 68.26) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตั้งอยู่แบบกระจายและมีระยะห่างกัน รวมถึงกลุ่มที่นิยมเดินทางมาจังหวัดตากเป็นกลุ่มครอบครัว การใช้รถจึงมีความสะดวกและสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกกว่ารูปแบบอื่นและเหมาะสมกับการเดินทางเป็นครอบครัว รองลงมาคือการเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 30.78) และมีเพียงร้อยละ 0.96 เดินทางโดยเครื่องบิน (ร้อยละ 13.81)

แผนภาพที่ 6 จำนวนผู้มาเยือนจังหวัดตาก จำแนกตามถิ่นที่อยู่



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญส่วนใหญ่ของจังหวัดคือ กลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ (ร้อยละ 62.67) รองลงมาคือกรุงเทพฯ (ร้อยละ 12.20) แต่ยังมีจำนวนและสัดส่วนที่น้อย รวมทั้งผู้มาเยือนจากภูมิภาคอื่นๆ มีจำนวนและสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 (แผนภาพที่ 6) เมื่อพิจารณาตามลักษณะที่ตั้งและลักษณะภูมิประเทศพบว่าจังหวัดตากเป็นจังหวัดที่มีระยะทางใกล้กับภาคเหนือมากกว่า อีกทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดมีการสร้างเส้นทางเชื่อมโยงกับภาคเหนือตอนบน เช่น จังหวัดแม่ฮ่องสอน ภาคเหนือตอนล่างได้แก่ พิษณุโลก กำแพงเพชร เมื่อพิจารณาการเดินทางท่องเที่ยวภายในกลุ่มภาคตะวันตก พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดตากน้อย (ร้อยละ 3.08) เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มภาคตะวันตกด้วยกัน

ระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวคือ 2.36 มีความสอดคล้องกับลักษณะที่ตั้งและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางและทำกิจกรรม ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำอีก โดยพบว่าทั้งนักท่องเที่ยวและนักศึกษามีจำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตากในปี 2548 คือ 4.51 ครั้ง และเกินร้อยละ 50 เคยเดินทางมาจังหวัดตากมากกว่า 5 ครั้ง

นักท่องเที่ยวและนักศึกษารที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตากนิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองถึงร้อยละ 94.66 และมีเพียงร้อยละ 5.34 ที่ใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว

นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 83.18) ที่จัดการเดินทางท่องเที่ยวเองมีจำนวนและสัดส่วนมากกว่านักท่องเที่ยว (6.82) ระยะเวลาในการทำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ 2.36 วัน ก่อให้เกิดรายได้ถึง 1,887.63 ล้านบาท มากกว่าผู้ที่มาท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว ซึ่งมีระยะเวลาพักเฉลี่ยเพียง 1.33 ก่อให้เกิดรายได้แก่จังหวัดเพียง 60.65 ล้านบาท (ตารางที่ 1) ดังนั้น รูปแบบของการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนจึงนิยมเดินทางท่องเที่ยวเองมากกว่าการเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อความต้องการรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยภาพรวมในจังหวัด

ตารางที่ 1 รูปแบบการจัดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือน

รูปแบบการจัดการ เดินทางท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวเอง		ผ่านบริษัทนำเที่ยว	
	นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว
จำนวน (คน)	562,651 (ร้อยละ 83.18)	113,765 (ร้อยละ 6.82)	20,935 (ร้อยละ 54.87)	17,214 (ร้อยละ 45.13)
	(ร้อยละ 94.66)		(ร้อยละ 5.34)	
ระยะเวลาพักเฉลี่ย/วัน	2.36		1.33	
รายได้ (ล้านบาท)	1,887.63		60.65	

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดตาก

จากการรวบรวมข้อมูลสามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเยือนของจังหวัดตาก โดยจัดแบ่งเป็นแต่ละประเภท ได้ดังนี้

1.1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	น้ำตกทีลอซู (เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอุ้มผาง)	ยกเว้นฤดูฝน
2	น้ำตกลานสาง (อุทยานแห่งชาติลานสาง)	ตลอดปี
3	ต้นกระบากใหญ่ (อุทยานแห่งชาติตากสินมหาราช)	ตลอดปี
4	น้ำตกพาเจริญ (อุทยานแห่งชาติน้ำตกพาเจริญ)	ตลอดปี
5	ป่อน้ำพุร้อนแม่กาษา	ตลอดปี

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
6	ต้นไม้กลายเป็นหิน (วนอุทยานเขาพระบาท)	ตลอดปี
7	อุทยานแห่งชาติแม่เมย	ตลอดปี
8	ทะเลสาบแม่ปิง (เกาะวาลเลนไทน์)	ตลอดปี

1.2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถานที่สำคัญต่างๆ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	เขื่อนภูมิพล	ตลอดปี
2	ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช	ตลอดปี
3	วัดพระบรมธาตุ	ตลอดปี
4	ศาลหลักสี่เมืองมหาราช	ตลอดปี
5	ศาลเจ้าพระวอ	ตลอดปี
6	เจดีย์ยุทธหัตถี	ตลอดปี
7	วัดดอนแก้ว	ตลอดปี

1.3) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล วิถีชีวิต การละเล่น กิจกรรม เหตุการณ์ ต่างๆ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	ประเพณีลอยกระทงสาย	พฤศจิกายน
2	ประเพณีสงกรานต์สามัคคีสามัคคีไทย-พม่า อ.แม่สอด	เมษายน
3	ประเพณีปีใหม่ชาวเขามูเซอ/หมู่บ้านชาวเขามูเซอ	ช่วงม.ค.-ก.พ.
4	ตลาดชายแดนแม่สอด	ตลอดปี
5	ประเพณีขึ้นธาตุเดือนเก้า	พฤษภาคม-มิถุนายน
6	งานแข่งขันจักรยานเสือภูเขานานาชาติ	-
7	วัฒนธรรมตะละกู ฤาษีบ้านเลตองคุ	พฤศจิกายน-ธันวาคม
8	ศูนย์บริการวิชาการด้านพืชและปัจจัยการผลิต	ตลอดปี
9	ปฏิทินการท่องเที่ยวเทศบาลงานประเพณี	

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
	- สงกรานต์หาดแม่โป้งเมืองตาก	เมษายน
	- สงกรานต์เมียวดี-แม่สอดสุดขั้วดอยที่ริมเมย	เมษายน
	- วันเที่ยวถ้ำ “แม่อุสุ”	เมษายน
	- ประเพณีขึ้นธาตุแก่งสร้อย	เมษายน
	- ประเพณีขึ้นธาตุเดือนเก้า	มิถุนายน
	- งานประเพณีลอยกระทงสายชิงถ้วยพระราชทาน	พฤศจิกายน
	- งานประเพณีลอยกระทงสายและแข่งเรือโบราณ	พฤศจิกายน
	- งานตากสินมหาราชานุสรณ์และงานกาชาดจังหวัดตาก	ธันวาคม-มกราคม

2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

จังหวัดตากมีที่พักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในปี พ.ศ. 2548 จำนวน 97 แห่ง 2,940 ห้อง โดยที่พักส่วนใหญ่กระจายตัวในพื้นที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักในเขตอำเภอเมือง 19 แห่ง มีห้องพักจำนวน 863 ห้อง และนอกเมือง 78 แห่ง มีห้องพัก 2,077 ห้อง ที่พักส่วนใหญ่เป็นประเภทรีสอร์ท (ตารางที่ 2) ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นธรรมชาติของพื้นที่ ดังนั้น แนวทางในการสร้างมาตรฐานการจัดการที่พักในพื้นที่ธรรมชาติ เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน และการบริการอย่างมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เป็นกลุ่มตลาดหลักเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพที่พักของจังหวัด อันจะส่งผลต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดตากได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 2 จำนวนที่พักและห้องพักในจังหวัดตาก

จำนวน	จำนวนสถานที่พักแรม (แห่ง)	จำนวนห้องพัก (ห้อง)
ในเมือง	19	863
นอกเมือง	78	2,077
รวม	97	2,940

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต 4

3) กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตากประกอบไปด้วยกลุ่มที่จัดการเดินทางท่องเที่ยวเองหรือนักท่องเที่ยวอิสระ (FITs) ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่และมีผลต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นอย่างมาก และนักท่องเที่ยวที่ซื้อโปรแกรมสำเร็จรูป (Package tour) โดยผ่านบริษัทนำเที่ยว การกำหนดกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวของการวิจัยในครั้งนี้ ได้จัดแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่ม ดังนี้

กลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวปัจจุบันที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตาก ซึ่งประกอบไปด้วย กลุ่มเยาวชน กลุ่มครอบครัว กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มประชุมสัมมนา

กลุ่มตลาดคาดหวัง เป็นกลุ่มต้องการให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตากเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มครอบครัว กลุ่มความสนใจพิเศษ กลุ่มประชุมสัมมนา

4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค

จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตากและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งองค์กรของรัฐ องค์กรเอกชน และนักวิชาการ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางการท่องเที่ยว โดยการใช้เทคนิค SWOT Analysis ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

1.1 ตั้งอยู่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านและมีจุดผ่านแดนที่อำเภอแม่สอด โดยสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดนได้

1.2 เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่บนเส้นทางการเดินทางสู่ภาคเหนือตอนบนและเป็นจุดแวะพักรถ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

2.1 มีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ น้ำตกทีลอซู น้ำตกทีลอเร

2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติส่วนใหญ่มีความสมบูรณ์ตามธรรมชาติ

2.3 มีแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานประเพณีลอยกระทงสาย และการแข่งขันจักรยานเสือภูเขานานาชาติ

2.4 แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี

2.5 แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

2.6 จังหวัดตั้งอยู่ในเขตผืนป่าตะวันตกที่มีความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ป่า ทำให้มีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น และมีพื้นที่เชื่อมต่อกับแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติ

2.7 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะกิจกรรมเชิงผจญภัย ได้แก่ การล่องแพ และการเดินป่า

2.8 แหล่งท่องเที่ยวได้รับมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ได้แก่ อัมมาง โดยได้รับรางวัล PATA Gold Award 1998 และ ASEANTA Awards for Excellence 1999

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3.1 ที่พัก

3.1.1 มีจำนวนที่สามารถรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก

3.1.2 มีที่พักกระจายตัวอยู่ในพื้นที่การท่องเที่ยวสำคัญๆ

3.1.3 สามารถให้บริการและรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งในฤดูกาลการท่องเที่ยวและนอกฤดูกาล

3.1.4 มีสถานจัดประชุมสัมมนารองรับกลุ่มตลาด MICE

3.2 ธุรกิจนำเที่ยว

3.2.1 มีผู้ประกอบการนำเที่ยวในท้องถิ่น เช่น ธุรกิจรถเช่า ธุรกิจเรือแพ เป็นต้น

3.2.2 มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นสมาคม ชมรมต่างๆ

3.3 ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกมีการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว

3.4 มีการดูแลและมาตรการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

3.5 มีศูนย์/สำนักงานด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลางเขต 1 ดูแลรับผิดชอบในพื้นที่

4. แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

4.1 มีวิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัด โดยจัดให้การท่องเที่ยวอยู่ในลำดับต้นๆ ของแผนยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัด “บ้านเมืองน่าอยู่ ประชูปการค้าขายแดน ชุมชนเข้มแข็ง ขจัดความยากไร้ ใส่ใจทรัพยากรสิ่งแวดล้อม พร้อมส่งเสริมการท่องเที่ยว”

4.2 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับแผนระดับประเทศ

5. การตลาดการท่องเที่ยว

5.1 เป็นจังหวัดที่มีเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีความสำคัญระดับโลก

5.2 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวได้
หลายกลุ่ม

5.3 มีการสร้างกิจกรรม/รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวได้ตลอดปี

5.4 มีการสร้างและพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว เพื่อขยายกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว เช่น พาถูกไปจับรังที่อุ้มผาง

5.5 สร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัด ด้วยการกำหนดจุดขายคือการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5.6 มีการจัดทำข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทั้งการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวและข้อมูลสารสนเทศของจังหวัดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

5.7 มีการศึกษาเพื่อวิเคราะห์กลุ่มตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
กลุ่มเป้าหมาย

จุดอ่อน (Weakness)

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

1.1 ลักษณะที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพบางเส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก เนื่องจากสภาพทางภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาและที่ราบสูง

1.2 มีระยะทางไกลจากกรุงเทพฯ ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทาง

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

2.1 แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่สามารถรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือวันหยุดต่อเนื่อง

2.2 แหล่งท่องเที่ยวที่มีการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากมีความเสื่อมโทรม มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะปัญหาขยะ ปัญหาน้ำเสีย ปัญหาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และปัญหาการสูญเสียความสมดุลทางระบบนิเวศ

2.3 ขาดแนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาตามศักยภาพ เนื่องจากขาดการศึกษาแนวทางการพัฒนา และการอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยว

2.5 มุ่งเน้นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวแม่เหล็กมากกว่าพื้นที่รอง

2.6 การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่ได้บูรณาการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบหลายหน่วยงาน รวมถึงการประสานงานและสร้างเครือข่ายร่วมกัน

2.7 ขาดความยืดหยุ่นในการพัฒนา โดยเฉพาะพื้นที่ทางธรรมชาติที่อยู่ในเขตความดูแลของรัฐ อันเนื่องมาจากกฎระเบียบและข้อบังคับ

2.8 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญบางแห่งสามารถท่องเที่ยวได้บางฤดูกาลเท่านั้น เช่น น้ำตกทีลอซู เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3.1 ที่พัก

3.1.1 ขาดการกำหนดมาตรฐานการให้บริการและการจัดการ

3.1.2 ปัญหาการรองรับและให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ โดยเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

3.1.3 การตั้งราคาสูงเกินความเป็นจริงและการเพิ่มราคาห้องพักในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

3.2 ธุรกิจนำเที่ยวมีการแข่งขันกันตัดราคาทำให้คุณภาพการบริการและมาตรฐานการท่องเที่ยวลดลง

3.3 ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก

3.3.1 การตั้งราคาการบริการสูงเกินความเป็นจริงในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

3.3.2 ขาดมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าและบริการ

3.3.3 ร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ

3.3.4 ขาดการพัฒนาสัญลักษณ์และเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของสินค้าที่ระลึก

3.4 การดูแลและมาตรการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวกลางคืน เนื่องจากมีบุคลากรไม่เพียงพอ และการติดต่อสื่อสารสามารถทำได้ยากด้วยลักษณะของพื้นที่ป่า

3.5 โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค

3.5.1 ระบบโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีความพร้อมในการให้บริการ

3.5.2 ระบบการขนส่งมวลชนภายในจังหวัดยังไม่สามารถเชื่อมต่ออำนวยความสะดวกการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเองได้อย่างสะดวก

3.5.3 มีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เฉพาะพื้นที่หลัก รวมถึงการจัดตั้งในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม

4. ขาดการบูรณาการแผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5. การตลาดการท่องเที่ยว

5.1 ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด

5.2 ภาครัฐและภาคเอกชนมีมุมมองและทิศทางในการพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน และขาดการประสานงาน รวมถึงความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม

6. บุคลากรและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

6.1 บุคลากรยังขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

6.2 บุคลากรของรัฐบางหน่วยงานมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

6.3 ขาดการสนับสนุนการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และทักษะการบริการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดในระยะยาว

6.4 การมีส่วนร่วมในระดับชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวยังมีน้อย

โอกาส (Opportunities)

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

1.1 ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาและมีทรัพยากรป่าไม้ที่สมบูรณ์ โดยอยู่ในพื้นที่กลุ่มผืนป่าตะวันตก ซึ่งสามารถพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด และกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ที่สอดคล้องตามลักษณะของพื้นที่ เช่นกิจกรรมปีนเขา ล่องแพ

1.2 โอกาสในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง โดยเฉพาะในกลุ่มภาคเหนือตอนบนและตอนล่าง

1.3 สามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านได้ (Border Tourism) ในอนาคต

1.4 สามารถพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววงรอบ (Loop) ตามแนวผืนป่าตะวันตก แนวชายแดน และแนวเส้นทางตะวันออก-ตะวันตกการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1.5 เป็นเส้นทางแวะพักของนักท่องเที่ยวจากภาคกลางสู่ภาคเหนือ เพื่อเข้าร่วมงานมหกรรมพืชสวนโลก และNight Safari

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

2.1 มีทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

2.2 สามารถสร้างและพัฒนาให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้ตลอดปี

2.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวหลายแห่งถูกใช้เป็นแหล่งศึกษาและวิจัยด้านการท่องเที่ยวทำให้เกิดแนวทางในการจัดการ การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของพื้นที่และภาพรวมของจังหวัด

2.4 พื้นที่มีศักยภาพและโอกาสพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ระดับโลก เพราะมีพื้นที่ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลก

2.5 มุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงให้มีคุณภาพ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3.1 โอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างจังหวัด ภูมิภาค และประเทศเพื่อนบ้านตามแผนยุทธศาสตร์

3.2 การพัฒนาเส้นทางคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดน

3.3 มีโครงการเปิดเส้นทางการค้าและจุดผ่านแดนถาวรที่สะพานมิตรภาพไทย-พม่า

4. แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

4.1 รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดตาก

4.2 นโยบายของรัฐในการปฏิรูประบบราชการทำให้มีความคล่องตัวในการบริหารและจัดการท่องเที่ยวในจังหวัด

4.3 จังหวัดตากถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในลำดับต้นๆ ทำให้มีแนวโน้มของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

4.4 เป็นจุดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ อาทิ การพัฒนาเครือข่ายถนน East West Economic Corridor และ Asian Highway ยุทธศาสตร์ชาติในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจชายแดน และยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (AGMECS) ตามปฏิญญาพุกาม

5. การตลาดการท่องเที่ยว

5.1 มีการกำหนดกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน ทำให้สามารถส่งเสริมและพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการแต่ละกลุ่มได้

5.2 มีการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล เช่น Green Season

5.3 มีการจัดรูปแบบและพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและเพิ่มระยะเวลาในการพำนัก

5.4 การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจกับรูปแบบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Soft Adventure) การท่องเที่ยวแบบขับรถเที่ยวเอง (Self-drive) ทำให้มีการเลือกจังหวัดตากเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

5.5 การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ของกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

5.6 มีการจัดทำรูปแบบการท่องเที่ยวโดยสร้างเครือข่ายเส้นทาง การท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดในกลุ่มภาคเหนือตอนบนและตอนล่าง เช่น เส้นทางตาก-แม่สอด-แม่ระมาด-แม่สะเรียง เป็นต้น

5.7 สามารถพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมจัดการเดินทางท่องเที่ยวเองหรือขับรถเที่ยวเอง (Self-drive) เนื่องจากมีทรัพยากรที่มีศักยภาพในการดึงดูดใจสูง

6. องค์การที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยมีการจัดตั้งเป็นชมรม สมาคม

อุปสรรค (Threats)

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

1.1 ที่ตั้งไกลกรุงเทพฯ ส่งผลต่อกลุ่มตลาดเป้าหมาย

1.2 ปัญหาความขัดแย้งของประเทศเพื่อนบ้านส่งผลต่อการท่องเที่ยว

ชายแดน

1.3 ภัยธรรมชาติ เช่น โคลนถล่ม น้ำท่วม

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

2.1 ข้อจำกัดในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวบางแห่ง อันเนื่องมาจากข้อขัดแย้งเกี่ยวกับกฎระเบียบและข้อปฏิบัติในการพัฒนาพื้นที่หรือการเข้าไปให้บริการ

2.2 การพัฒนาทรัพยากรที่ยังไม่มีความพร้อม โดยขาดการศึกษาหรือไม่มีตลาดที่แน่นอนมาส่งเสริมการท่องเที่ยว จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.3 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบางแห่งถูกจำกัดด้วยฤดูกาล เช่น การท่องเที่ยวในฤดูฝน

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3.1 การพัฒนาโดยขาดการศึกษาและการวางแผนในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อระบบธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3.2 โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค การเร่งสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อความกลมกลืนกับสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม

4. แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

4.1 ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

4.2 การเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลและการเข้าสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ส่งผลต่อการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด

4.3 การได้รับงบประมาณสนับสนุนไม่เพียงพอต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด

5. การตลาดการท่องเที่ยว

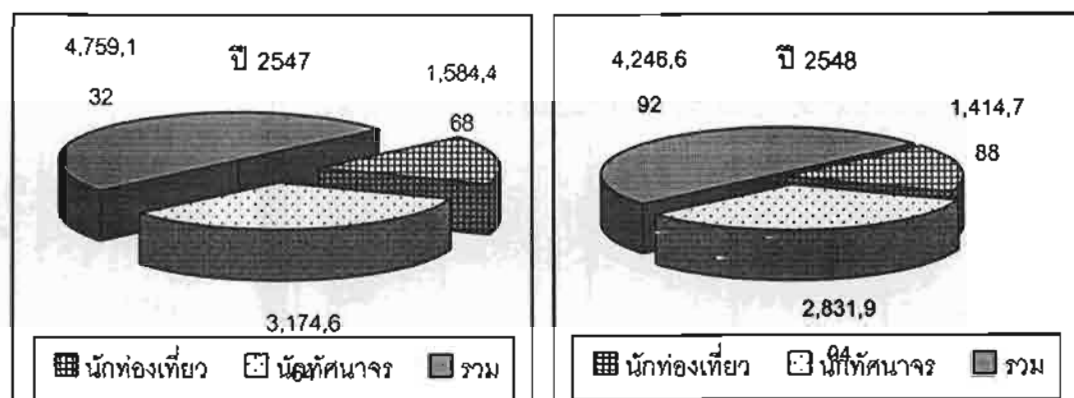
5.1 หน่วยงานภาครัฐจากส่วนกลางไม่ได้กำหนดเป้าหมายในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง

5.2 ปัญหาสถานะราคาน้ำมันผันผวนส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง

4.1.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดในกลุ่ม 5 จังหวัดภาคตะวันตก โดยในปี 2548 มีผู้มาเยือนที่เป็นคนไทยถึง 4,246,692 คน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 6,976.53 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบจำนวนกับผู้มาเยือนทั้งนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวใน ปี 2547 ที่ผ่านมาพบว่า มีจำนวนลดลงเล็กน้อย ทั้งนี้เนื่องมาจากสถานะเศรษฐกิจ รวมถึงการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง โดยเฉพาะจังหวัดราชบุรี ซึ่งพบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเกือบเท่าตัว

แผนภาพที่ 7 เปรียบเทียบจำนวนผู้มาเยือนจังหวัดกาญจนบุรีระหว่างปี พ.ศ. 2547 และปี พ.ศ. 2548

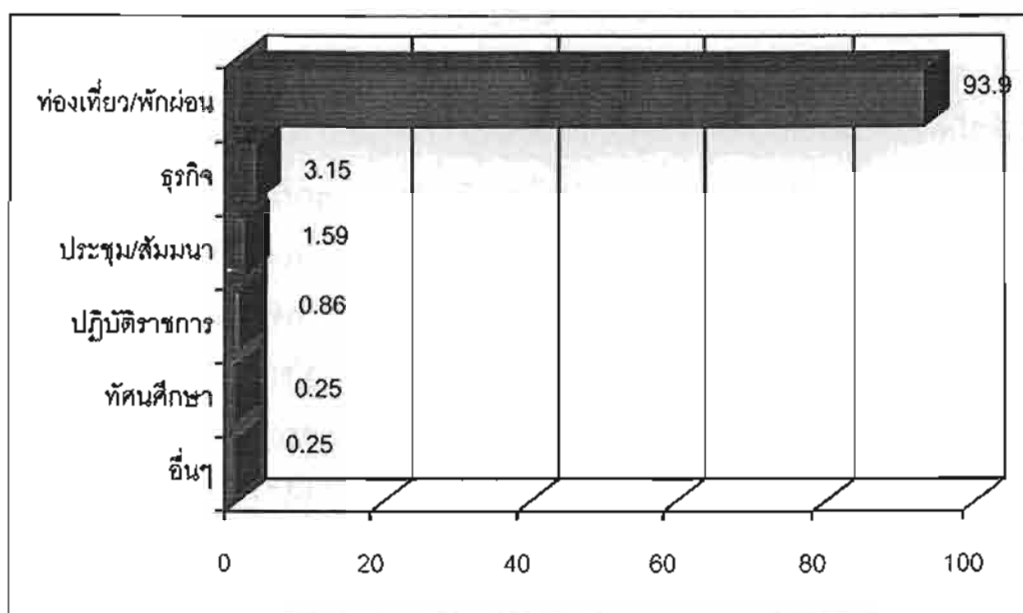


ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มผู้มาเยือนจังหวัดกาญจนบุรีส่วนใหญ่เป็นนักทัศนาจรที่เดินทางไปกลับ (แผนภาพที่ 7) โดยมีจำนวนถึงร้อยละ 66.68 (2,831,904 คน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่พักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 33.32 (1,414,788 คน) แม้ว่าจังหวัดกาญจนบุรีจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดในกลุ่มภาคตะวันตก แต่กลับพบว่า อัตราเฉลี่ยการพำนักในจังหวัดกาญจนบุรีเพียง 1.94 วัน

วัตถุประสงค์สำคัญของการตัดสินใจเดินทางมาของผู้มาเยือนทั้งสองกลุ่มคือเพื่อการท่องเที่ยวและการพักผ่อน (ร้อยละ 93.90) ส่วนการเดินทางมาเพื่อการประกอบธุรกิจ การประชุมสัมมนา การปฏิบัติราชการ ทัศนศึกษาพบว่ามีจำนวนและสัดส่วนเพียงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (แผนภาพที่ 8) ผู้มาเยือนส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มพนักงาน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 32.56) นักศึกษา (ร้อยละ 22.32) และผู้ประกอบการส่วนตัว (ร้อยละ 20.97) ตามลำดับ โดยมีลักษณะของการเดินทางมาเป็นกลุ่มเพื่อนและกลุ่มครอบครัว ดังนั้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเหล่านี้ย่อมมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ซึ่งจังหวัดกาญจนบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้มาเยือนในวัยทำงาน และเยาวชน โดยเฉพาะกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากของกลุ่มเหล่านี้คือ การล่องแพและการชมน้ำตก เช่น น้ำตกเอราวัณ น้ำตกไทรโยค เป็นต้น

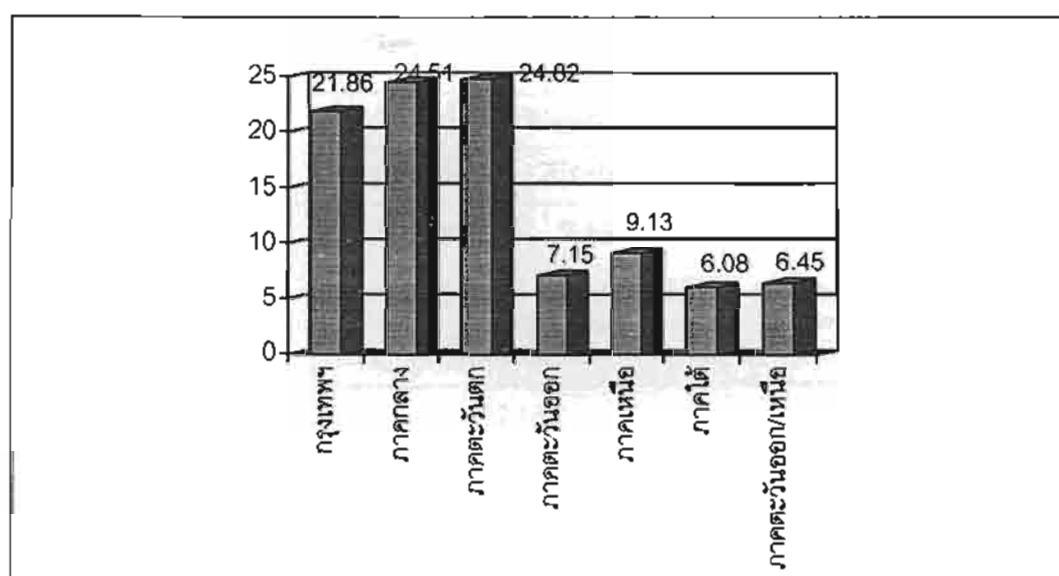
แผนภาพที่ 8 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดกาญจนบุรี



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีสามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งผู้มาเยือนส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 53.55) รองลงมาคือการใช้บริการของรถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 32.64) และบางส่วนนิยมเดินทางโดยรถไฟ (ร้อยละ 13.81) ทั้งนี้เพราะจุดขายการท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดคือการนั่งรถไฟตามเส้นทางสายมรณะ

แผนภาพที่ 9 จำนวนผู้มาเยือนจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามถิ่นที่อยู่



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มตลาดลูกค้าที่สำคัญส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันตกและภาคกลาง รวมทั้งกรุงเทพมหานคร โดยผู้มาเยือนจากภูมิภาคอื่นๆ มีจำนวนและสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาพักเฉลี่ยของจังหวัดคือ 1.94 มีความสอดคล้องกับภูมิลำเนาของผู้มาเยือน ซึ่งส่วนใหญ่จะมีถิ่นที่อยู่อาศัยในภูมิภาคเดียวกันและภูมิภาคใกล้เคียง ทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวสามารถทำได้ค่อนข้างง่ายและสะดวก (แผนภาพที่ 9) นอกจากนี้ยังสามารถท่องเที่ยวได้หลายครั้งเพราะศักยภาพของที่ตั้งและมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำอีก โดยพบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรมีจำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีในปี 2548 คือ 4.01 ครั้ง

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวมายังจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองถึงร้อยละ 83.40 (3,541,319) และมีเพียงร้อยละ 17.60 (705,373 คน) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยผ่านบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่จัดการเดินทางท่องเที่ยวเองพบว่า นักทัศนาจรมีจำนวนและสัดส่วนมากกว่านักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 70.53 (2,497,679 คน) ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวค้างคืนเพียงร้อยละ 29.47 (1,043,640 คน) ของการจัดการเดินทางท่องเที่ยวเอง ระยะเวลาในการพักเฉลี่ยของผู้มาเยือนกลุ่มนี้ คือ 2.18 วัน ก่อให้เกิดรายได้ถึง 5,859.27 ล้านบาท มากกว่าผู้ที่มาท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว ซึ่งมีระยะเวลาพักเฉลี่ยเพียง 1.26 ก่อให้เกิดรายได้แก่จังหวัด 1,117.26 ล้านบาท (ตารางที่ 3) ดังนั้นรูปแบบของการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนจึงนิยมเดินทางท่องเที่ยวเองมากกว่าการเดินทางมาบริษัทนำเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อความต้องการรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยภาพรวมในจังหวัด

ตารางที่ 3 รูปแบบการจัดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือน

รูปแบบการจัดการ เดินทางท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวเอง		ผ่านบริษัทนำเที่ยว	
	นักท่องเที่ยว	นักทัศนาจร	นักท่องเที่ยว	นักทัศนาจร
จำนวน (คน)	1,043,640	2,497,679	371,148	334,225
	(ร้อยละ 29.47)	(ร้อยละ 70.53)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
	ร้อยละ 83.40		ร้อยละ 17.60	
ระยะเวลาพักเฉลี่ย/วัน	2.18		1.26	
รายได้ (ล้านบาท)	5,859.27		1,117.26	

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

จากการรวบรวมข้อมูลสามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมเยือนของจังหวัดกาญจนบุรี โดยจัดแบ่งเป็นแต่ละประเภท ได้ดังนี้

1.1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	น้ำตกเอราวัณ	ตลอดปี
2	น้ำตกไทรโยค	ตลอดปี
3	น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น	ตลอดปี
4	ถ้ำธารลอด	ตลอดปี
5	ถ้ำลั่นกลองงู	ตลอดปี
6	ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร	ตลอดปี
7	อุทยานแห่งชาติทองผาภูมิ	ตลอดปี
8	น้ำพุร้อนหินดาด	ตลอดปี

1.2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถานที่สำคัญต่างๆ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	สะพานข้ามแม่น้ำแคว	ตลอดปี
2	อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์	ตลอดปี
3	อุทยานทหารสัมพันธมิตร	ตลอดปี
4	อนุสรณ์ดอนเจดีย์	ตลอดปี
5	พิพิธภัณฑสถานบ้านเก่า	ตลอดปี
6	ด่านเจดีย์สามองค์	ตลอดปี
7	พระแท่นดงรัง	ตลอดปี
8	เมืองบาดาล	ตลอดปี
9	สะพานมอญ	ตลอดปี

1.3) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล วิถีชีวิต
การเล่น กิจกรรม เหตุการณ์ ต่างๆ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	วิถีชีวิตชุมชนบ้านหนองขาว	ตลอดปี
2	กิจกรรมการท่องเที่ยว Visit Year Kanchanaburi 2007	
	- มหกรรมดนตรีไทย	มกราคม
	- ตามรอยเบื้องพระยุคลบาทเสด็จประพาสไทรโยค	กุมภาพันธ์
	- Jazz on the River	มีนาคม
	- งานสงกรานต์มอญ กระเหรี่ยง	เมษายน
	- งานรำลึกสมเด็จพระนเรศวรมหาราชย้อนรอยประวัติศาสตร์	พฤษภาคม
	- งานไอยราปาร์ตี้	มิถุนายน
	- กรรฎาเชิญมาสักการะและเรียนธรรมะที่เมืองกาญจน์	กรกฎาคม
	- เปิดโลกศรีสวัสดิ์	สิงหาคม
	- งานวันชาวเรือชาวแพ	กันยายน
	- เทศกาลเหินโคนและอัญมณี	ตุลาคม
	- งานสะพานข้ามแม่น้ำแคว	พฤศจิกายน
	- งานสัมผัสอากาศเย็นเด่นในตำนานเหมืองแร่ที่ปิ๊ลิค	ธันวาคม
3	หมู่บ้านมอญ	ตลอดปี
4	หมู่บ้านกระเหรี่ยง	ตลอดปี

2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

จังหวัดกาญจนบุรีมีที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในปี 2548 จำนวน 254 แห่ง มีจำนวนสถานประกอบการที่พักเพิ่มขึ้นจากปี 2547 ร้อยละ 11.40 โดยแบ่งเป็นที่พักในเขตอำเภอเมือง 116 แห่ง และนอกอำเภอเมือง 138 แห่ง มีจำนวนห้องพักทั้งหมดรวม 8,766 ห้อง (ตารางที่ 4) ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีมีลักษณะกระจายตัว ที่พักประเภทต่างๆ จึงกระจายตัวตามแหล่งท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ซึ่งแนวโน้มของการให้บริการที่พักในจังหวัดจะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด และมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวและเกิดการพักค้างคืนได้ อย่างไรก็ตาม

ลักษณะของที่พักรในจังหวัดมีความหลากหลาย การสร้างมาตรฐานและคุณภาพในการบริการเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือนและภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัด

ตารางที่ 4 จำนวนที่พักและห้องพักรในจังหวัดกาญจนบุรี

จำนวน	จำนวนสถานที่พักรแรม (แห่ง)	จำนวนห้องพักร (ห้อง)
ในเมือง	116	4,748
โรงแรม	28	2,204
เกสต์เฮาส์	34	643
อื่นๆ	54	1,901
นอกเมือง	138	4,018
โรงแรม	18	858
อื่นๆ	120	3,160
รวม	254	8,766

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3) กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีประกอบไปด้วยกลุ่มที่นิยมจัดการเดินทางท่องเที่ยวเองหรือนักท่องเที่ยวอิสระ (F.I.T) และนักท่องเที่ยวที่ซื้อโปรแกรมสำเร็จรูป (package tour) ผ่านบริษัทนำเที่ยว ดังนั้น การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักของการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่มอย่างกว้างๆ ดังนี้

กลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวปัจจุบันที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งประกอบไปด้วย กลุ่มคนทำงาน กลุ่มเยาวชน กลุ่มครอบครัว และกลุ่มประชุมสัมมนา

กลุ่มตลาดคาดหวัง เป็นกลุ่มต้องการให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ กลุ่มเหล่านี้มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้รวมของจังหวัด ได้แก่ กลุ่มผู้มีรายได้สูง กลุ่มความสนใจพิเศษ กลุ่มนักธุรกิจ

4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค

จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งองค์กรของรัฐ องค์กรเอกชน และนักวิชาการเพื่อศึกษาและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางการท่องเที่ยว โดยการใช้เทคนิค SWOT Analysis ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

จุดแข็ง

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

1.1 มีที่ตั้งใกล้กับกรุงเทพฯ โดยมีระยะทางเพียง 129 กิโลเมตร และสามารถใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก

1.2 มีเส้นทางคมนาคมขนส่งที่สามารถเดินทางมาถึงจังหวัดกาญจนบุรีได้สะดวก

1.3 สามารถสร้างเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัดใกล้เคียงได้

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

2.1 มีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร

2.2 มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญตั้งแต่สมัยทวารวดี และประวัติศาสตร์โลก

2.3 มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมาตรฐาน โดยได้รับรางวัล เช่น แหล่งท่องเที่ยวดีเด่นประเภทธรรมชาติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2.4 มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแม่เหล็กและสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี

2.5 มีการจัดกิจกรรม (Popular Events) ให้มีความหลากหลายและสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี

2.6 แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3.1 ที่พัก

3.1.1 มีจำนวนที่สามารถรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก

3.1.2 มีมาตรฐานและการบริการหลากหลายรูปแบบและระดับ

3.1.3 มีที่พักกระจายตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทั่วจังหวัด

3.1.4 สามารถให้บริการและรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งในฤดูกาลการท่องเที่ยวและนอกฤดูกาล

3.1.5 มีสถานจัดประชุมสัมมนารองรับกลุ่มตลาด MICE

3.2 ธุรกิจนำเที่ยว

3.2.1 มีผู้ประกอบการนำเที่ยวในท้องถิ่น เช่น ธุรกิจรถเช่า ธุรกิจเรือแพ เป็นต้น

3.2.2 มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นสมาคม ชมรมต่างๆ

3.3 ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก

3.3.1 มีการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว

3.3.2 มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

3.3.3 มีการพัฒนารูปแบบของที่ระลึกให้เหมาะสม

3.4 มีการดูแลและมาตรการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

3.5 มีศูนย์/สำนักงานด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลางเขต 1 ดูแลรับผิดชอบในพื้นที่

3.6 โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคมีความพร้อมในระบบสาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงระบบเชื่อมชลประทานที่สามารถเป็นแหล่งน้ำสำรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เช่น เขื่อนศรีนครินทร์ และเขื่อนวชิราลงกรณ์

4. แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

4.1 การท่องเที่ยวถูกจัดอยู่ในลำดับต้นๆ ของแผนปฏิบัติการ 4 ปี พ.ศ. 2548-2551 โดยถูกกำหนดในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี "มุ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เสริมสร้างการเรียนรู้ เสริมสร้างการเรียนรู้สู่ปัญญา พัฒนาการค้าต่างแดน"

4.2 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับแผนระดับประเทศ และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างกลุ่มที่ 1 ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5. การตลาดการท่องเที่ยว

5.1 เป็นจังหวัดที่มีเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีความสำคัญระดับโลก

5.2 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวได้

หลายกลุ่ม

5.3 มีการสร้างกิจกรรม/รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว

ได้ตลอดปี

5.4 มีการสร้างและพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวเพื่อขยาย

ตลาดนักท่องเที่ยว

5.5 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดโดยภาพรวม

5.6 สร้างและกำหนดจุดขายทางการท่องเที่ยวของจังหวัดด้วยการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5.7 มีการจัดทำข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทั้งการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวและข้อมูลสารสนเทศของจังหวัดเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

จุดอ่อน

1. ลักษณะที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพบางเส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก เนื่องจากลักษณะทางภูมิประเทศเป็นภูเขา

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

2.1 แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่สามารถรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือวันหยุดต่อเนื่อง

2.2 แหล่งท่องเที่ยวที่มีการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากมีความเสื่อมโทรม โดยได้รับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะปัญหาขยะ ปัญหาน้ำเสีย

2.3 ขาดแนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ได้มีการพัฒนาตามศักยภาพเนื่องจากขาดการศึกษาแนวทางการพัฒนา และการอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่ธรรมชาติและวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต

2.5 มุ่งเน้นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวแม่เหล็กมากกว่าพื้นที่รอง

2.6 การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่ได้บูรณาการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบหลายหน่วยงาน รวมถึงการประสานงานและสร้างเครือข่ายร่วมกัน

2.7 ขาดความยืดหยุ่นในการพัฒนา โดยเฉพาะพื้นที่ทางธรรมชาติที่อยู่ในเขตความดูแลของรัฐ อันเนื่องมาจากกฎระเบียบและข้อบังคับ

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3.1 ที่พัก

3.1.1 ขาดมาตรฐานการให้บริการในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการแพ

3.1.2 ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีที่พักที่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ โดยเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

3.1.3 การเพิ่มราคาห้องพักในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

3.2 ธุรกิจนำเที่ยว

3.2.1 การกำหนดราคาการบริการสูงเกินความเป็นจริงในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

3.2.2 ขาดมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการ

3.3 ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก

3.3.1 การตั้งราคาการบริการสูงเกินความเป็นจริงในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

3.3.2 ขาดมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการ

3.3.3 ขาดการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของร้านค้าบางแห่งในแหล่งท่องเที่ยว

3.4 การดูแลและมาตรการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ เช่น กิจกรรมการล่องแพ และปัญหาทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของจังหวัด เนื่องมาจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวในจังหวัด

3.5 โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค

3.5.1 ปัญหาการขาดแคลนน้ำในพื้นที่ห่างไกลจากเขื่อนและขาดระบบชลประทานในช่วงฤดูแล้ง

3.5.2 ป้ายข้อมูล/ป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
บางแห่ง ไม่ใช้รูปแบบที่เป็นสากล ไม่เพียงพอและในตำแหน่งที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้อย่าง
ชัดเจน

4. แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยวขาดการบูรณาการ
ระหว่างหน่วยงานต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5. การตลาดการท่องเที่ยว

5.1 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่ได้รับการปฏิบัติ
อย่างต่อเนื่อง

5.2 ขาดเอกภาพในการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การ
ท่องเที่ยว

5.3 ขาดการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ซึ่งจังหวัดมีทรัพยากรที่มีศักยภาพในการพัฒนาได้

5.4 ภาครัฐและภาคเอกชนมีมุมมองและทิศทางในการพัฒนาการตลาด
และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน และขาดการประสานงาน รวมถึงความร่วมมือ
อย่างเป็นรูปธรรม

5.5 ขาดการศึกษาและวิจัยความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
กลุ่มเป้าหมาย

6. บุคลากรและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

6.1 บุคลากรยังขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและรูปแบบการ
จัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

6.2 บุคลากรของรัฐบางหน่วยงานมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการพัฒนาการ
ท่องเที่ยว

6.3 ขาดการสนับสนุนการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และทักษะการบริการ
ของพนักงานในสถานประกอบการต่างๆ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการท่องเที่ยวของจังหวัด
ในระยะยาว

6.4 ขาดการมีส่วนร่วมในระดับชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวและ
การสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยว

โอกาส (Opportunities)

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

1.1 ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาและมีทรัพยากรป่าไม้ที่สมบูรณ์ โดยอยู่ในพื้นที่กลุ่มผืนป่าตะวันตก ซึ่งสามารถพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ตาม แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด และกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ที่สอดคล้องตาม ลักษณะของพื้นที่ เช่นกิจกรรมปีนเขา ล่องแพ

1.2 โอกาสในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับพื้นที่จังหวัด ใกล้เคียง ในและในกลุ่มภาคตะวันตกได้

1.3 สามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านได้ (Border Tourism) ในอนาคต

1.4 สามารถพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จัดการ เดินทางท่องเที่ยวเอง เนื่องจากมีทรัพยากรที่มีศักยภาพในการดึงดูดใจสูง

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

2.1 มีทรัพยากรที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวได้

2.2 สามารถสร้างและพัฒนาให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ตลอดปี

2.3 มีวัฒนธรรมชุมชนที่สามารถพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวหลายแห่งถูกใช้เป็นแหล่งศึกษา และวิจัยด้านการท่องเที่ยว ทำให้เกิดแนวทางในการจัดการ การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของพื้นที่ และภาพรวมของจังหวัด

2.5 พื้นที่ที่มีศักยภาพและโอกาสพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและ แหล่งเรียนรู้ระดับโลกได้ เพราะมีพื้นที่ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลก

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3.1 โอกาสในการพัฒนาที่พักประเภทค่ายพักแรม (Camp Site) สำหรับการ อบรมเยาวชน

3.2 โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค

3.2.1 การขยายพื้นที่บริการชลประทานในพื้นที่ห่างไกลเพิ่มมากขึ้น เพื่อบรรเทาการขาดแคลนน้ำในพื้นที่ที่ห่างไกลจากเขื่อนและในช่วงฤดูแล้ง

3.2.2 โอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างจังหวัดและภูมิภาค

3.2.3 การขยายโครงการถนนในชนบททำให้การคมนาคมและการท่องเที่ยวสะดวกมากขึ้น

3.2.4 การพัฒนาเส้นทางการคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดน

3.2.5 การเปิดเส้นทางการค้าและเปิดจุดผ่อนปรนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน

4. แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

4.1 รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดกาญจนบุรี

4.2 นโยบายของรัฐในการปฏิรูประบบราชการทำให้มีความคล่องตัวในการบริหารและจัดการท่องเที่ยวในจังหวัด

4.3 การท่องเที่ยวถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในลำดับต้นๆ ทำให้มีแนวโน้มของการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

5. การตลาดการท่องเที่ยว

5.1 มีการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด โดยมุ่งเน้นตลาดเก่าและตลาดใหม่

5.2 สามารถรองรับกลุ่มตลาดเป้าหมายได้หลากหลาย ทั้งเพื่อการท่องเที่ยวการประชุมสัมมนาเป็นต้น

5.3 มีการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลโดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง

5.4 ผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เช่น วิกฤติภัยสึนามิส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

5.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง เช่น เพชรบุรี ราชบุรี นครปฐม ส่งผลให้จังหวัดกาญจนบุรีได้รับความสนใจด้วย

5.6 จังหวัดตั้งอยู่ใกล้จังหวัดที่มีกำลังซื้อสูง ทำให้มีโอกาสทางการตลาดสูงขึ้นเช่นเดียวกัน

6. องค์การที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด

อุปสรรค (Threats)

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

1.1 ที่ตั้งใกล้กับกรุงเทพฯ ส่งผลต่ออัตราการพักค้างคืนน้อย

1.2 ปัญหาจากภัยธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหว รอยร้าวของเขื่อนศรีนครินทร์ เป็นต้น ทำให้เกิดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในทางลบ

1.3 ปัญหาความขัดแย้งของประเทศเพื่อนบ้านส่งผลต่อการท่องเที่ยวชายแดน

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

2.1 ข้อจำกัดในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวบางแห่ง อันเนื่องมาจากข้อขัดแย้งเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อปฏิบัติในการพัฒนาพื้นที่หรือการเข้าไปให้บริการ

2.2 การพัฒนาทรัพยากรที่ยังไม่มีความพร้อม โดยขาดการศึกษาหรือไม่มีตลาดที่แน่นอนมาส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3.1 การพัฒนาโดยขาดการศึกษาและการวางแผนในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อระบบธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3.2 โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค การเร่งสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อความกลมกลืนกับสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม

4. แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

4.1 โครงการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลางต่างๆ ยังไม่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของจังหวัดเท่าที่ควร

4.2 ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

4.3 การเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลและการเข้าสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ส่งผลต่อการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด

4.4 การได้รับงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ

5. การตลาดการท่องเที่ยว

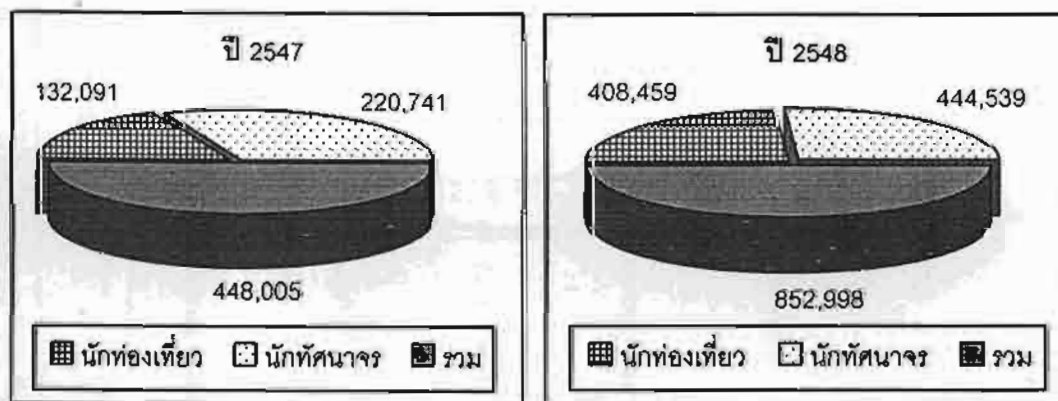
5.1 หน่วยงานภาครัฐจากส่วนกลางไม่ได้กำหนดเป้าหมายในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง

5.2 ปัญหาสถานะราคาน้ำมันผันผวนส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง

4.1.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี

จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยือนมากเป็นอันดับที่สี่ ในกลุ่ม 5 จังหวัดภาคตะวันตก โดยในปี 2548 มีผู้มาเยือนคนไทยถึง 852,998 คน แม้ว่าจังหวัดราชบุรีจะมีจำนวนผู้มาเยือนมากกว่าจังหวัดตาก แต่กลับมีสัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยว 1,008.63 ล้านบาท ซึ่งน้อยกว่าจังหวัดตาก (1,949.28 ล้านบาท) อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบจำนวนกับผู้มาเยือนทั้งนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรในปี 2547 ที่ผ่านมากลับพบว่า จังหวัดราชบุรีมีจำนวนผู้มาเยือนทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรเพิ่มขึ้นมากกว่าหนึ่งเท่า คิดเป็นร้อยละ 141.76 ทั้งนี้เนื่องมาจากสถานะทางเศรษฐกิจ และภัยธรรมชาติในภาคใต้ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวใกล้บ้าน

แผนภาพที่ 10 เปรียบเทียบจำนวนผู้มาเยือนจังหวัดราชบุรีระหว่างปี พ.ศ.2547 และปี พ.ศ. 2548



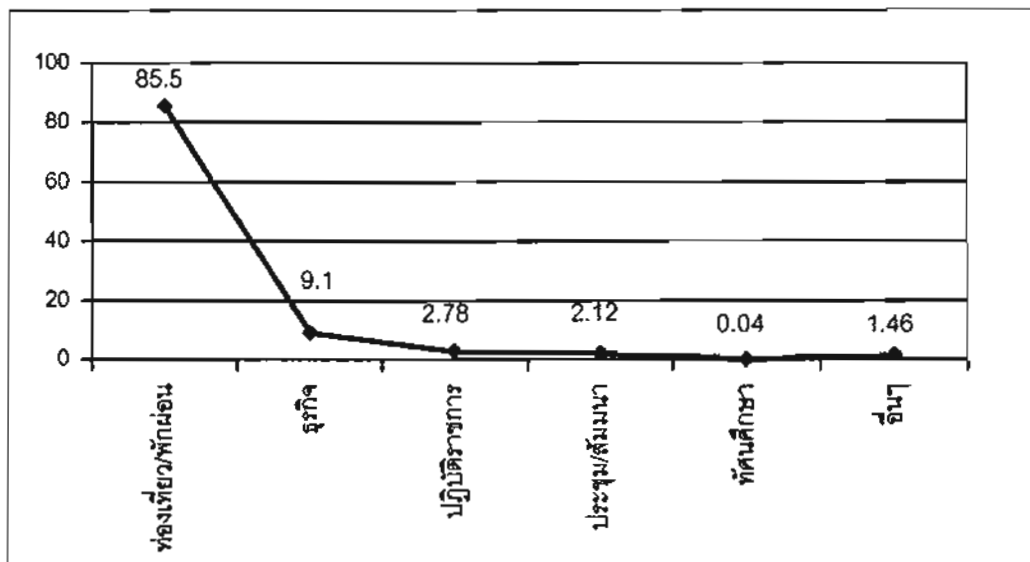
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มผู้มาเยือนจังหวัดราชบุรีระหว่างนักทัศนาจรที่เดินทางไปกลับ และนักท่องเที่ยวมีจำนวนและสัดส่วนใกล้เคียงกัน (แผนภาพที่ 10) โดยมีจำนวนถึงร้อยละ 52.12 และร้อยละ 47.88 ตามลำดับ อัตราเฉลี่ยการพำนักรในจังหวัดราชบุรีเพียง 2.26 วัน แสดงให้เห็นถึงความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของทั้งสองกลุ่มมีการใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย

ในจังหวัดราชบุรีเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมอื่นๆ อาทิ ภัยธรรมชาติเหตุการณ์ดินامي ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นต้น

ผู้มาเยือนมีวัตถุประสงค์ในเดินทางมาจังหวัดราชบุรีเพื่อการท่องเที่ยวและการพักผ่อน (ร้อยละ 84.50) เป็นส่วนใหญ่ ส่วนการเดินทางมาเพื่อการประกอบธุรกิจ การปฏิบัติราชการ การประชุมสัมมนา ทักษะศึกษาพบว่ามีจำนวนและสัดส่วนเพียงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (แผนภาพที่ 11) กลุ่มผู้มาเยือนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 27.48) ประกอบกิจการส่วนตัว (ร้อยละ 20.98) นักศึกษา (ร้อยละ 20.76) และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 16.45) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มผู้มาเยือนพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มวัยทำงานและเยาวชน โดยมีลักษณะของการเดินทางมาเป็นกลุ่มครอบครัว (ร้อยละ 43.70) กลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 28.82) เดินทางคนเดียว (ร้อยละ 16.22) และกลุ่มญาติ (ร้อยละ 11.26) การท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มครอบครัวที่ต้องการท่องเที่ยวและพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่มากนักและมีกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มครอบครัว

แผนภาพที่ 11 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดราชบุรี

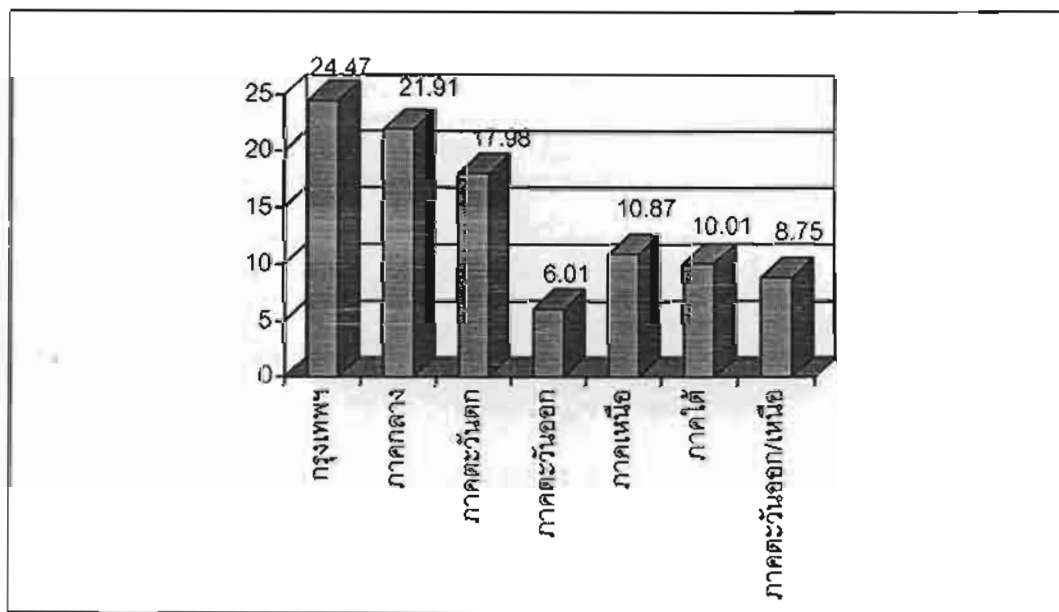


ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีสามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งผู้มาเยือนส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 61.15) รองลงมาคือการใช้บริการของรถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 32.30) และโดยรถไฟ (ร้อยละ 6.55) ทั้งนี้เนื่องมาจากเส้นทางการคมนาคมที่สะดวกและใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่มาก การใช้พาหนะส่วนตัวจึงได้รับความนิยมมากที่สุด

ผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาใกล้เคียงจังหวัดราชบุรีได้แก่ กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 24.47) ภาคกลาง (ร้อยละ 21.91) และภาคตะวันตก (ร้อยละ 17.98) โดยผู้มาเยือนจากภูมิภาคอื่นๆ มีจำนวนและสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 11 (แผนภาพที่ 12) เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาพักเฉลี่ยของจังหวัดคือ 2.26 มีความสอดคล้องกับภูมิลำเนาของผู้มาเยือน ซึ่งส่วนใหญ่จะมีถิ่นที่อยู่อาศัยในภูมิภาคเดียวกันและภูมิภาคใกล้เคียง ทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวสามารถทำได้ค่อนข้างง่ายและสะดวก นอกจากนี้ ยังสามารถท่องเที่ยวได้หลายครั้งเพราะศักยภาพของที่ตั้ง เส้นทางคมนาคม และแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักกลับมาเที่ยวซ้ำอีก โดยในปี 2548 ทั้งนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรมีจำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี คือ 4.63 ครั้ง

แผนภาพที่ 12 จำนวนผู้มาเยือนจังหวัดราชบุรี จำแนกตามถิ่นที่อยู่



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรมีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้วยการเดินทางท่องเที่ยวเองถึง ร้อยละ 97.72 และมีเพียงร้อยละ 2.28 ที่ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่จัดการเดินทางท่องเที่ยวมาเองทั้งนักทัศนาจรและนักท่องเที่ยวมีจำนวนและสัดส่วนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 51.49 และร้อยละ 48.51 ตามลำดับ) ระยะเวลาในการพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ 2.27 วัน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 996.77 ล้านบาท มากกว่าผู้ที่มาท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว ซึ่งมีระยะเวลาพักเฉลี่ยเพียง 1 วัน ก่อให้เกิดรายได้แก่จังหวัด 11.86 ล้านบาท

(ตารางที่ 5) แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเป็นการท่องเที่ยวแบบอิสระ ในขณะที่การจัดรายการนำเที่ยวสำเร็จรูปโดยบริษัทนำเที่ยวใช้เส้นทางของจังหวัดเพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ หรือเป็นเพียงจุดแวะพักก่อนเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ดังนั้น การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวเองซึ่งเป็นกลุ่มตลาดหลัก โดยการจัดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการ เพื่อสร้างรายได้และเพิ่มระยะเวลาในการพำนักให้นานขึ้น

ตารางที่ 5 รูปแบบการจัดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือน

รูปแบบการจัดการ เดินทางท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวเอง		ผ่านบริษัทนำเที่ยว	
	นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว
จำนวน (คน)	404,315	429,249	4,144	15,290
	(ร้อยละ 48.51)	(ร้อยละ 51.49)	(ร้อยละ 21.32)	(ร้อยละ 78.68)
	ร้อยละ 97.72		ร้อยละ 2.28	
ระยะเวลาพักเฉลี่ย/วัน	2.27		1.00	
รายได้ (ล้านบาท)	996.77		11.86	

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี

จากการรวบรวมข้อมูลสามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมเยือนของจังหวัดราชบุรี โดยจัดแบ่งเป็นแต่ละประเภท ได้ดังนี้

1.1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	ถ้ำค้างคาวร้อยล้าน เขาช่องพราน	ตลอดปี
2	เขากระโจม	ตลอดปี
3	น้ำตกแก้งา	ตลอดปี

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
4	ธารน้ำร้อนบ่อคลึง	ตลอดปี
5	ถ้ำเขาบิน	ตลอดปี
6	ถ้ำจอมพล	ตลอดปี
7	สวนป่าสิริภักดิ์	ตลอดปี
8	โป่งยุบ	ตลอดปี

1.2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถานที่สำคัญต่างๆ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	คูบัวเมืองโบราณ	ตลอดปี
2	วัดมหาธาตุวรวิหาร	ตลอดปี
3	พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดม่วง	ตลอดปี
4	พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขนอน	ตลอดปี
5	วัดหนองหอย	ตลอดปี
6	อุทยานหุ่นขี้ผึ้ง	ตลอดปี
7	พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ราชบุรี	ตลอดปี
8	โบสถ์คริสต์	ตลอดปี

1.3) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล วิถีชีวิต การละเล่น กิจกรรม เหตุการณ์ต่างๆ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	ตลอดปี
2	ศูนย์หัตถกรรมผ้าจก	ตลอดปี
3	ประเพณีกินข้าวห่อกระเหรียง อำเภอสวนผึ้ง	สิงหาคม
4	ตลาดน้ำคลองลัดพลี	ตลอดปี
5	แหล่งผลิตหัตถกรรมโอ่งมังกร	ตลอดปี
6	เทศกาลอุ้มฮวาน	มีนาคม-เมษายน

2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

จังหวัดราชบุรีมีที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในปี 2548 จำนวน 60 แห่ง มีจำนวนสถานประกอบการที่พักเพิ่มขึ้นจากปี 2547 ถึงร้อยละ 328.57 (14 แห่ง) โดยแบ่งเป็นที่พักในเขตอำเภอเมือง 13 แห่ง และนอกอำเภอเมือง 47 แห่ง มีจำนวนห้องพักทั้งหมดรวม 1,764 ห้อง (ตารางที่ 6) เมื่อพิจารณาจำนวนห้องพักกับจำนวนและสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มาพักในจังหวัดราชบุรีแล้วมีเพียงพอต่อการรองรับ แต่ยังขาดที่พักที่มีมาตรฐานหรือระดับสูง รวมถึง ยังไม่มีการลงทุนสร้างที่พักที่มีมาตรฐานเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและรองรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 6 จำนวนที่พักและห้องพักในจังหวัดราชบุรี

จำนวน	จำนวนสถานที่พักแรม (แห่ง)	จำนวนห้องพัก (ห้อง)
ในเมือง	60	733
นอกเมือง	13	1,031
รวม	47	1,764

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3) กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีประกอบไปด้วยกลุ่มที่นิยมจัดการเดินทางท่องเที่ยวเองหรือนักท่องเที่ยวอิสระ (F.I.T) และนักท่องเที่ยวที่ซื้อโปรแกรมสำเร็จรูป (Package tour) ผ่านบริษัทนำเที่ยว ดังนั้น การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักของการวิจัยในครั้งนี้แบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่มอย่างกว้างๆ ดังนี้

กลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวปัจจุบันที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มคนทำงาน กลุ่มเยาวชน

กลุ่มตลาดคาดหวัง เป็นกลุ่มต้องการให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มคนทำงาน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเยาวชน กลุ่มความสนใจพิเศษ

4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค

จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งองค์กรของรัฐ องค์กรเอกชน และนักวิชาการเพื่อศึกษาและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางการท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

จุดแข็ง

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

1.1 มีที่ตั้งใกล้กับกรุงเทพฯ โดยมีระยะห่างเพียง 100 กิโลเมตร และสามารถใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก

1.2 มีเส้นทางการคมนาคมขนส่งที่สามารถเดินทางมาถึงจังหวัดราชบุรีได้โดยสะดวก

1.3 สามารถสร้างเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัดใกล้เคียงได้

1.4 สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลักๆ ได้ง่าย

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

2.1 มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว คือตลาดน้ำดำเนินสะดวก คำขวัญร้อยล้านตัวที่เขาช่องพราน (Unseen in Thailand) วัดขนอน นั้งใหญ่ ซึ่งสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี

2.2 มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญตั้งแต่สมัยทวารวดี

2.3 แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3.1 ที่พัก

3.1.1 มีจำนวนที่สามารถรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

3.1.2 สามารถให้บริการและรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งในฤดูกาลการท่องเที่ยวและนอกฤดูกาล

3.2 ธุรกิจนำเที่ยว

มีผู้ประกอบการนำเที่ยวในท้องถิ่น

3.3 ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก

3.3.1 มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและมีสินค้า
หัตถกรรมท้องถิ่น OTOP ที่มีคุณภาพระดับ 5 ดาว 17 ชนิด

3.3.2 มีการพัฒนารูปแบบของที่ระลึกให้เหมาะสม

3.4 มีการดูแลและมาตรการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

3.5 มีศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการดูแลรับผิดชอบในพื้นที่

3.6 มีโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว

4. แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

4.1 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับแผนระดับประเทศ

4.2 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดราชบุรี ปี พ.ศ. 2548-2551 กำหนด
วิสัยทัศน์ด้าน “สร้างผลผลิตสู่สากล สร้างสภาพชุมชนเพื่อชีวิต โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิถีชุมชน

4.3 มีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัด ปี 2550-2554

4.4 มีแผนการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมโดยเน้นการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ

4.5 เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเก่าและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ควบคู่กัน

5. การตลาดการท่องเที่ยว

5.1 เป็นจังหวัดที่มีเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง (Brand image) และเป็น
แม่เหล็กดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

5.2 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวได้
หลายกลุ่ม

5.3 มีการสร้างกิจกรรม/รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เกิด
การท่องเที่ยวได้ตลอดปี

5.4 สร้างและกำหนดจุดขายทางการท่องเที่ยวคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
การท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน และการท่องเที่ยวทางน้ำ

จุดอ่อน

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

1.1 ลักษณะที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ ทำให้ถูกมองว่าเป็นจังหวัดทางผ่าน

1.2 เส้นทางคมนาคมขนส่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

2.1 แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่สามารถรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือวันหยุดต่อเนื่อง

2.2 แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ไม่ได้รับการพัฒนาหรือปรับปรุง

2.3 มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวน้อย

2.4 ขาดแนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.5 การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่ได้บูรณาการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบหลายหน่วยงาน รวมถึงการประสานงานและสร้างเครือข่ายร่วมกัน

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3.1 ที่พัก

3.1.1 ขาดมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการในทิศทางเดียวกัน

3.1.2 มีที่พักที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนได้น้อย เช่น โรงแรมมาตรฐานระดับห้าดาว หรือที่พักลักษณะเฉพาะที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างไม่เพียงพอ

3.1.3 ประเภทของที่พักมีน้อยทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากขาดที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก

3.1.4 แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีที่พักเพียงพอต่อการรองรับ

3.2 มีธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเพียง 3 แห่งในจังหวัดที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

3.3 ร้านอาหาร

3.3.1 มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว

3.3.2 ขาดมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการ

3.4 การดูแลและมาตรการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ

3.5 โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค

3.5.1 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่พอเพียง เช่น ห้องน้ำ ป้าย เป็นต้น

3.5.2 ป้ายข้อมูล/ป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ไม่เพียงพอและไม่สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน

3.5.3 ไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวโดยตรงในพื้นที่ ทั้งนี้ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 1 ตั้งอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี

3.5.4 สถานที่บริการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4. แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

4.1 ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4.2 แผนงานยังไม่มี ความชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวิถีชุมชน

5. การตลาดการท่องเที่ยว

5.1 ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดไม่มีความต่อเนื่องและอย่างจริงจัง

5.2 ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวภาพรวม

5.3 การใช้รูปแบบของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจน้อย

5.4 ขาดการศึกษาและวิจัยความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

5.5 การส่งเสริมจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังไม่มี ความชัดเจนทั้งแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

6. บุคลากรและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

- 6.1 บุคลากรยังขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว
- 6.2 จำนวนบุคลากรของรัฐบางหน่วยงานมีไม่เพียงพอต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
- 6.3 ขาดการสนับสนุนการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และทักษะการบริการให้แก่บุคลากร
- 6.4 การมีส่วนร่วมในระดับชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวยังมีน้อย

โอกาส (Opportunities)

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

- 1.1 โอกาสในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงและในกลุ่มภาคตะวันตกได้
- 1.2 สามารถสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านได้ (Border Tourism) ในอนาคต
- 1.3 สามารถพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางท่องเที่ยวเอง เนื่องจากมีทรัพยากรที่มีศักยภาพในการดึงดูดใจสูง

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

- 2.1 มีทรัพยากรที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ เช่น การปั่นหน้าผา ไร่องาน เป็นต้น
- 2.2 สามารถสร้างและพัฒนาให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ตลอดปี
- 2.3 มีวัฒนธรรมชุมชนที่สามารถพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.4 การสร้างโอกาสการท่องเที่ยวช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวด้วยการเพิ่มกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้รูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย
- 2.5 มีการศึกษาเพื่อจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมตามขีดความสามารถที่จะรองรับได้ (Green zoning)
- 2.6 พัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3. มีโครงการสร้างมาตรฐานการบริการโดยเฉพาะการจัดทำป้ายข้อมูลและประชาสัมพันธ์ รวมถึงการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

4. แผนงานโครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

4.1 รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

4.2 การท่องเที่ยวถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในลำดับต้นๆ ทำให้มีแนวโน้มของการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

4.3 มีแผนงานจัดกิจกรรมทางการค้าและการท่องเที่ยวชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน

4.4 ความพยายามสร้างมาตรฐานและคุณภาพการท่องเที่ยว

4.5 โอกาสในการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวกับระบบเศรษฐกิจของจังหวัดระบบการศึกษาเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (วิชาจังหวัดราชบุรีของเรา) และการพัฒนาชุมชน

5. การตลาดการท่องเที่ยว

5.1 มีการจัดทำเส้นทางทางการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักรานขึ้น เช่น โครงการเที่ยววันเดียว โครงการท่องเที่ยว 3 วัน 2 คืน เป็นต้น

5.2 มีการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล

5.3 ผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เช่น วิกฤติภัยสึนามิส่งผลต่อการเปลี่ยนจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงกรุงเทพฯ และรู้สึกปลอดภัย

5.4 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง เช่น กาญจนบุรี นครปฐม เพชรบุรี ส่งผลให้จังหวัดราชบุรีได้รับความสนใจในการใช้เป็นเส้นทางเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง

5.5 มีรูปแบบสินค้าทางการท่องเที่ยวแบบใหม่ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยม รวมถึงการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ

5.6 จังหวัดตั้งอยู่ใกล้จังหวัดที่มีกำลังซื้อสูงคือกรุงเทพฯ ทำให้มีโอกาสทางการตลาดสูงขึ้นเช่นเดียวกัน

6. องค์การที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยการพยายามสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการทำงานร่วมกัน โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ในปี พ.ศ. 2550-2553

อุปสรรค (Threats)

1. ที่ตั้ง/ลักษณะทางกายภาพ

- 1.1 ที่ตั้งใกล้กับกรุงเทพฯ ทำให้ถูกมองเป็นเส้นทางผ่าน
- 1.2 ปัญหาความขัดแย้งของประเทศเพื่อนบ้านส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

ชายแดน

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว) ขัดจำกัดในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวบางแห่ง อันเนื่องมาจากข้อขัดแย้งเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อปฏิบัติในการพัฒนาพื้นที่หรือการเข้าไปให้บริการ

3. แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

- 3.1 ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- 3.2 การเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลและการเข้าสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ส่งผลต่อการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด
- 3.3 การได้รับงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ

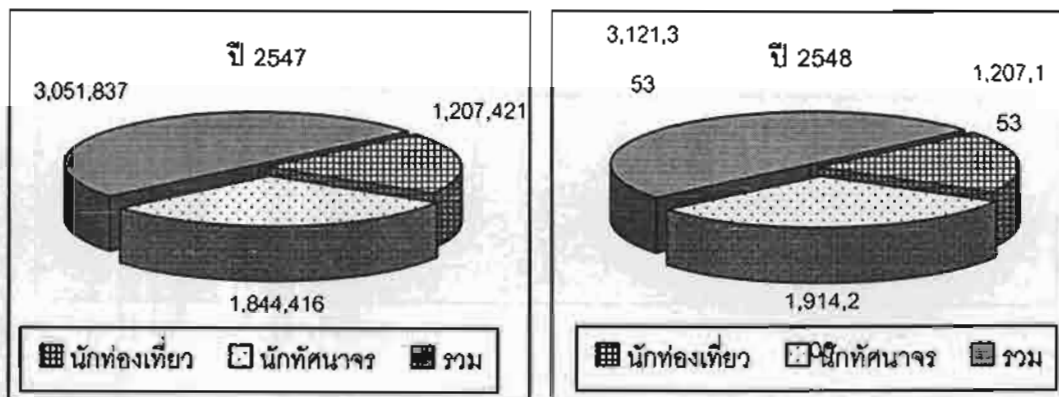
4. การตลาดการท่องเที่ยว

- 4.1 หน่วยงานภาครัฐจากส่วนกลางไม่ได้กำหนดเป้าหมายในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง
- 4.2 ปัญหาสถานะราคาน้ำมันผันผวนส่งผลกระทบต่อทัศนคติเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง

4.1.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยในปี 2548 มีผู้มาเยือนชาวไทยถึง 3,121,353 คน สร้างรายได้หมุนเวียนด้านการท่องเที่ยวถึง 4,631.72 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนกับผู้มาเยือนทั้งนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวในปี 2547 ที่ผ่านมามีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.28 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าจังหวัดเพชรบุรีเริ่มเป็นสถานที่ทางเลือกใหม่ของนักท่องเที่ยวมากขึ้น อันเนื่องมาจากสถานที่ตั้งอยู่ไม่ห่างจากกรุงเทพมหานครมากนัก

แผนภาพที่ 13 เปรียบเทียบจำนวนผู้มาเยือนจังหวัดเพชรบุรีระหว่างปี พ.ศ.2547 และปี พ.ศ. 2548



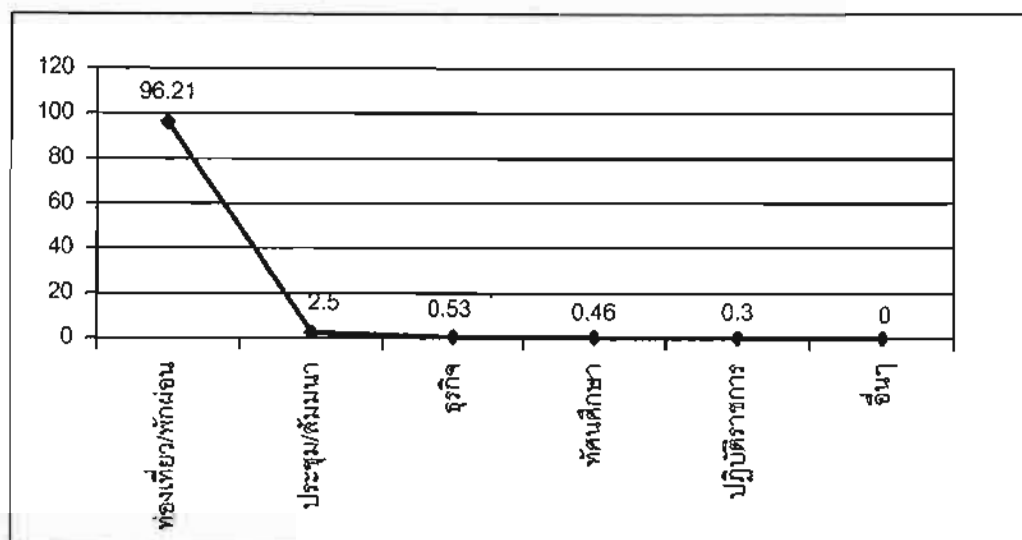
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มผู้มาเยือนจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปกลับ (แผนภาพที่ 13) โดยมีจำนวนถึงร้อยละ 61.32 มากกว่านักท่องเที่ยวที่พักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 38.67 แม้ว่าจังหวัดเพชรบุรีจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่กลับพบว่า อัตราเฉลี่ยการพำนักในจังหวัดเพชรบุรีเพียง 1.62 วัน

การตัดสินใจเดินทางมาของผู้มาเยือนทั้งสองกลุ่มมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ เพื่อการท่องเที่ยวและการพักผ่อน (ร้อยละ 96.21) ส่วนการเดินทางมาเพื่อการประกอบธุรกิจ การประชุมสัมมนา การปฏิบัติราชการ ทัศนศึกษาพบว่ามีจำนวนและสัดส่วนเพียงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (แผนภาพที่ 14) ผู้มาเยือนส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการส่วนตัว (ร้อยละ 28.71) พนักงาน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 25.88) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 17.16) ตามลำดับ โดยมีลักษณะของการเดินทางมาเป็นกลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน ดังนั้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเหล่านี้ย่อมมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ซึ่งจังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้มาเยือนในวัยทำงาน และกลุ่มครอบครัว โดยเฉพาะกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากของกลุ่มเหล่านี้คือ การพักผ่อนตาม

ชายทะเล กิจกรรมทางทะเล การเดินป่า ตั้งแคมป์อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน และเยี่ยมชมความงดงามของพระราชวังทั้งสามแห่ง

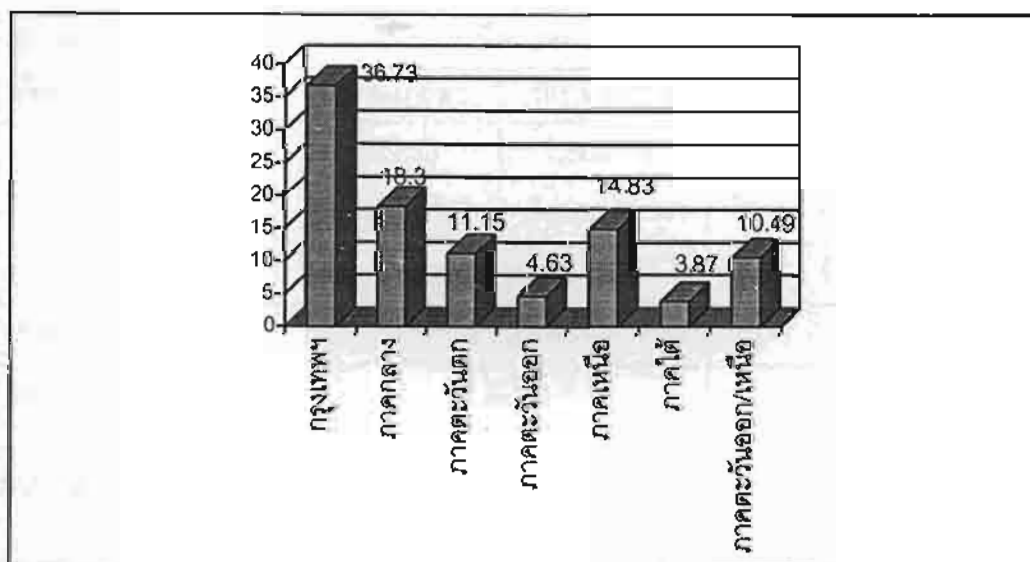
แผนภาพที่ 14 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีสามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งผู้มาเยือนส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 75.20) รองลงมาคือการใช้บริการของรถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 17) และเดินทางโดยรถไฟ (ร้อยละ 7.78) ตามลำดับ

แผนภาพที่ 15 จำนวนผู้มาเยือนจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามถิ่นที่อยู่



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มตลาดลูกค้าที่สำคัญส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและภาคกลาง โดยผู้มาเยือนจากภูมิภาคอื่นๆ แบ่งเป็นภาคเหนือ ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออกและภาคใต้ ตามลำดับ (แนบภาพที่ 15) เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาพักเฉลี่ยของจังหวัด คือ 1.62 มีความสอดคล้องกับภูมิลำเนาของผู้มาเยือน ซึ่งส่วนใหญ่จะมีถิ่นที่อยู่อาศัยในภูมิภาคเดียวกันและภูมิภาคใกล้เคียง ทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวสามารถทำได้ค่อนข้างง่ายและสะดวก นอกจากนี้ ยังสามารถท่องเที่ยวได้หลายครั้ง เพราะศักยภาพของที่ตั้งและมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำอีก โดยพบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวและนักทัศนอาจรมีจำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีในปี 2548 คือ 3.45 ครั้ง

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ทั้งนักท่องเที่ยวและนักทัศนอาจรมินิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองถึงร้อยละ 79.39 และมีเพียงร้อยละ 20.61 เดินทางมาท่องเที่ยวโดยผ่านบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่จัดการเดินทางท่องเที่ยวเองพบว่า นักทัศนอาจรมีจำนวนและสัดส่วนมากกว่านักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 63.32 ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวค้างคืนเพียงร้อยละ 36.68 ของการจัดการเดินทางท่องเที่ยวเอง ระยะเวลาในการพักเฉลี่ยของผู้มาเยือนกลุ่มนี้ คือ 1.72 วัน ก่อให้เกิดรายได้ถึง 3,738.45 ล้านบาท มากกว่าผู้ที่มาท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว ซึ่งมีระยะเวลาพักเฉลี่ยเพียง 1.29 ก่อให้เกิดรายได้แก่จังหวัด 839.27 ล้านบาท (ตารางที่ 7) ดังนั้นรูปแบบของการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนจึงนิยมเดินทางท่องเที่ยวเองมากกว่าการเดินทางมาบริษัทนำเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อความต้องการรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยภาพรวมในจังหวัด

ตารางที่ 7 รูปแบบการจัดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือน

รูปแบบการจัดการ เดินทางท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวเอง		ผ่านบริษัทนำเที่ยว	
	นักท่องเที่ยว	นักทัศนอาจร	นักท่องเที่ยว	นักทัศนอาจร
จำนวน (คน)	908,833	1,569,168	298,320	345,032
	(ร้อยละ 36.68)	(ร้อยละ 63.32)	(ร้อยละ 46.36)	(ร้อยละ 53.64)
	ร้อยละ 79.39		ร้อยละ 20.61	
ระยะเวลาพักเฉลี่ย/วัน	1.72		1.29	
รายได้ (ล้านบาท)	3,738.45		839.27	

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

จากการรวบรวมข้อมูลสามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยือนของจังหวัดเพชรบุรี โดยจัดแบ่งเป็นแต่ละประเภท ได้ดังนี้

1.1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	หาดชะอำ	ตลอดทั้งปี
2	หาดเจ้าสำราญ	ตลอดทั้งปี
3	หาดปึกเตียน	ตลอดทั้งปี
4	อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน	ตลอดทั้งปี
5	ถ้ำเขาลวง	ตลอดทั้งปี
6	ป่าชายเลน	ตลอดทั้งปี

1.2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถานที่สำคัญ

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว	ฤดูกาลท่องเที่ยว
1	อุทยานแห่งชาติพระนครศรี	ตลอดทั้งปี
2	พระรามราชินีเวศน์	ตลอดทั้งปี
3	พระราชินีเวศน์มฤคทายวัน	ตลอดทั้งปี
4	วัดมหาธาตุวรนาวิหาร	ตลอดทั้งปี
5	วัดพลับพลาย	ตลอดทั้งปี
6	วัดเกาะแก้วสุทธาราม	ตลอดทั้งปี
7	วัดใหญ่สุวรรณาราม	ตลอดทั้งปี
8	วัดไผ่ล้อม	ตลอดทั้งปี
9	วัดกำแพงแลง	ตลอดทั้งปี
10	วัดพระพุทธไสยาสน์	ตลอดทั้งปี
11	วัดสระบัว	ตลอดทั้งปี
12	วัดมหาสมณาราม	ตลอดทั้งปี
13	วัดถ้ำเขาย้อย	ตลอดทั้งปี